

Estrategia

REVISTA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

VOLUMEN 3 / AÑO 2023

- *DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL EN LA ENTIDAD INANCIERACOTIABANK EN LA CIUDAD DE PIURA (PERÚ)*
- *EL ENTORNO DE CONTROL EN LAS COMPAÑÍAS ANTE EL POSTCONFLICTO EN COLOMBIA*
- *DRIVING SCHIZOAFFECTIVE ENGAGEMENT: THE ROLE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND EXPRO IN THE NON-PROFIT SECTOR*
- *EVOLUCIÓN DE LA EDUCACIÓN PREESCOLAR EN MONTERÍA – COLOMBIA, PERIODO 2002-2013*
- *LA GLOBALIZACIÓN ANTE EL PARADIGMA SISTÉMICO ECOLÓGICO CONTABLE*



Colombia
Revista Estrategia

Vol. 3
2023
ISSN 2711-3213

Fundador

Dr. Elías Bechara Zainum

Rectora

Dra. Adriana Suarez de Lacouture

**Decana Facultad Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables**
Shirley Chadid Benito Revollo

Director

Helmer Muñoz Hernández

Editor

Javier Dario Canabal Guzmán

Comité Editorial

Dr. Alonso José Larreal Bracho

Doctor en Ciencias de la Educación
Universidad Metropolitana de Educación Ciencia y
Tecnología UMECIT
Panamá

Dra. Alexaivy Torres López

Doctora en Ciencias de la Educación
Universidad Pedagógica Experimental Libertador
Venezuela

Dr. Benjamin Castillo Osorio

Magister en Planeación Urbana
Universidad del Sinú
Colombia

Dra. Luz Karine Jiménez Ruiz

Doctora en Innovación
Universidad Popular del Cesar
Colombia

Dra. Miladys Paola Redondo Marín

Magíster en Educación
Universidad del Área Andina
Colombia

Comité Científico

Dr. Nelson Andrés Figueroa Mendoza

Magister en Desarrollo Empresarial
Universidad del Sinú
Colombia

Dra. Meredith Leonor Jiménez Cardenas

Doctora en Ciencias mención Gerencia
Universidad de la Guajira
Colombia

Dr. Yanh Jesús Benítez Perdomo

Doctor en Ciencias de la Educación
Universidad Latinoamericana y del Caribe
Venezuela

Dr. Luis Manuel Zúñiga Pérez

Magíster en Administración y Planificación
Educativa
Corporación Unificada Nacional de Educación
Superior CUN
Colombia

Dr. Francisco Antonio Bárcenas Merlano

Magíster en negocios internacionales e integración
Universidad de Córdoba

INDICE

	PAG.
EDITORIAL	3
DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL EN LA ENTIDAD FINANCIERA COTIABANK EN LA CIUDAD DE PIURA (PERÚ)	4
EL ENTORNO DE CONTROL EN LAS COMPAÑÍAS ANTE EL POSTCONFLICTO EN COLOMBIA	23
DRIVING SCHIZOAFFECTIVE ENGAGEMENT: THE ROLE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND EXPRO IN THE NON-PROFIT SECTOR	34
EVOLUCIÓN DE LA EDUCACIÓN PREESCOLAR EN MONTERÍA – COLOMBIA, PERIODO 2002-2013	54
LA GLOBALIZACIÓN ANTE EL PARADIGMA SISTÉMICO ECOLÓGICO CONTABLE	77

Diversidad Temática y Apertura al Conocimiento Transdisciplinar
Thematic Diversity and Openness to Transdisciplinary Knowledge

La dinámica de la ciencia económica y administrativa en la actualidad no permite el aislamiento. Por el contrario, exige una mirada capaz de integrar realidades geográficas distantes, retos sociales complejos y metodologías innovadoras. La edición 2023 de la revista ESTRATEGIA encarna este espíritu de apertura, consolidándose como un espacio donde la investigación trasciende fronteras y disciplinas para ofrecer soluciones pertinentes a los desafíos de nuestra era.

En esta entrega, la dimensión internacional cobra relevancia con el estudio sobre las necesidades de capacitación en el sector financiero de Piura, Perú. Este trabajo no solo aporta una visión comparativa sobre la gestión del talento humano en la región andina, sino que refuerza la idea de que el capital intelectual es el activo más crítico en la banca moderna. Complementando esta visión de gestión, nos adentramos en la realidad nacional con un análisis sobre el entorno de control en las empresas ante el posconflicto en Colombia. Este artículo es fundamental para entender cómo las organizaciones deben adaptar sus sistemas de gobernanza en un contexto de transición social, donde la transparencia y la seguridad se vuelven pilares de la sostenibilidad.

La teoría pura también tiene su espacio. Retomamos con mayor profundidad el debate sobre salarios, empleo, demanda y producción, analizando los enfoques antagónicos que siguen dividiendo a la academia pero que son esenciales para entender la política macroeconómica actual. Asimismo, esta edición se atreve a explorar terrenos poco transitados por el management tradicional con un artículo innovador sobre el marketing experiencial en el sector no lucrativo enfocado en la salud mental, demostrando que las herramientas del mercado pueden y deben ponerse al servicio de causas sociales con alta sensibilidad humana.

Finalmente, reafirmamos nuestro compromiso con el territorio. Presentamos una investigación detallada sobre la evolución de la educación preescolar en Montería (2002-2013). Entender la base del sistema educativo de nuestra ciudad es comprender la base de nuestro futuro desarrollo económico y social.

Desde la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad del Sinú, celebramos esta edición que es, en esencia, un puente entre lo global y lo local, entre la teoría rigurosa y la práctica transformadora

Javier Darío Canabal Guzmán

Editor de la Revista ESTRATEGIA

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Universidad del Sinú, campus Montería

DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL EN LA ENTIDAD FINANCIERACOTIABANK EN LA CIUDAD DE PIURA (PERÚ)

DETERMINATION OF THE TRAINING AND DEVELOPMENT NEEDS OF THE PERSONNEL AT THE
FINANCIAL ENTITY COTIABANK IN THE CITY OF PIURA (PERU)

Artículo de investigación

Cesar Augusto Herazo Hoyos¹
Yeni Mercedes Soto Cabrera²
Wilmer Ahumada Rivera³

Resumen: Este trabajo tiene como objetivo determinar el nivel de necesidades de capacitación y desarrollo del personal de la empresa SCOTIABANK S.A.A. - SUCURSAL PIURA. Con este fin se identifica el nivel de necesidad en cada una de las dimensiones de capacitación y desarrollo del personal y se evaluó las dimensiones que más influyen en la en las necesidades de capacitación y desarrollo del personal. Para su análisis se realizó un estudio descriptivo de las variables relacionadas, donde se identificó sus características y comportamientos del objeto de estudio, y un tipo de estudio no experimental y transversal. Los resultados de la investigación permiten exponer que el nivel de necesidad de capacitación y desarrollo es bajo, sin embargo, la diferencia entre lo bajo y regular es 3%, lo que demuestra que si existe necesidad de capacitación y desarrollo de las actitudes, habilidades, creatividad y personal de los trabajadores.

Palabras Clave: Necesidades de capacitación; desarrollo del personal; entidades financieras; administración de personal.

Abstract: This study aims to determine the level of training and development needs of the staff at SCOTIABANK S.A.A. - PIURA BRANCH. To this end, the level of need in each dimension of staff training and development was identified, and the dimensions that most influence these needs were evaluated. A descriptive study of the related variables was conducted to identify their characteristics and behaviors within the study population. The study employed a non-experimental, cross-sectional design. The research results indicate that the overall level of training and development need is low; however, the difference between low and moderate needs is only 3%, demonstrating a genuine need for training and development in the attitudes, skills, creativity, and overall performance of the employees.

Keywords: Training needs; staff development; financial institutions; personnel management

¹ Magíster en Finanzas, Docente Universidad del Sinú -Elías Bechara Zainúm-, cesarherazo@unisnu.edu.co

² Licenciada en Ciencias Administrativas. Universidad Nacional de Piura (Perú).

³ Doctor en Administración. Profesor asociado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de Piura (Perú).

Introducción

Hoy en día las organizaciones modernas se ven obligadas a ser más exigentes consigo mismas, donde la eficacia, la eficiencia y la productividad pasan a formar parte de su cultura organizacional, por lo tanto, aquellas organizaciones que quieren permanecer competitivas deben de tener un adecuado manejo de su recurso humano, donde el aprendizaje sea constante, para que obtengan información que permita disipar sus dudas e inquietudes.

De acuerdo a esto la presente investigación se enfoca en analizar la capacitación y desarrollo que son herramientas que conllevan al crecimiento y proporción del recurso humano en toda empresa, permitiendo desarrollar las capacidades del trabajador, ayudando a los trabajadores a aumentar sus habilidades y cualidades de una manera costo-efectiva, ya que la sociedad actual es una sociedad cada vez más exigente en la preparación y desempeño de los individuos, en la cual los niveles de eficiencia, eficacia y productividad están más presentes. Hoy en día gracias a la globalización, se cuenta con mucha información en forma permanente, lo que conlleva a implementar y crear nuevas maneras de trabajar, de llevar adelante nuevos procesos y nuevas competencias en los recursos humanos.

Aspectos que en el pasado eran pocos influyentes o relevantes como la capacitación del personal tiene cada vez más presencia en las empresas modernas, debido a que las mismas necesitan que el personal que realiza trabajos, puedan llegar a afectar la calidad de sus productos o servicios que brinda, tenga las competencias apropiadas.

Hace unos años se lograba crecer en las empresas por el simple hecho de la antigüedad sabían que ocuparían el puesto inmediato cuando el que lo ocupaba se iba o se jubilaba. Esta historia se reemplazó con un perfil profesional basado en características curriculares, que demuestra que tan capacitado se encuentra la persona para ocupar determinado puesto en la empresa.

Es por ello la empresa SCOTIABANK PERU S.A.A - SUCURSAL PIURA, se ha visto con la necesidad de determinar si sus colaboradores tienen los conocimientos, habilidades, actitudes y valores necesarios para el puesto que están laborando, si están capacitados y adiestrados en función a sus potencialidades, y si están desempeñando sus actividades en forma idónea. Ya que la empresa desea determinar cuáles son las debilidades en todas sus áreas, si existe trabajo en equipo y si realmente se está trabajando en base a valores dados por la empresa. Ya que actualmente los trabajadores tienen dificultades en cuanto atender al cliente de acuerdo al protocolo establecido, ofrecer los productos institucionales y en el tiempo de atención al cliente. Así como también existen dificultades en cuanto al ofrecer el producto adecuadamente, ofreciéndoles los beneficios del producto.

En este sentido, es importante que la empresa observe que trabajadores requieren de programas de capacitación y desarrollo que garantice la calidad de los resultados. Pues la

capacitación y desarrollo debe de verse como una inversión retornable y no como un gasto, ya que la misma se es usada eficazmente, es decir, si se capacita al personal en áreas de donde realmente muestren debilidades, están repercuten en productividad para la organización.

La necesidad de determinar las necesidades de capacitación y desarrollo, tendrá como propósito brindar a los trabajadores los elementos necesarios para el desarrollo de sus funciones, a la vez responder con rapidez y eficiencia a las exigencias del entorno competitivo. Para llevar a cabo la investigación se planteó como formulación del problema: ¿Cuál es el nivel de necesidad de las dimensiones de capacitación y desarrollo del personal?, a la vez las preguntas específicas se enuncian como sigue: (a) ¿Cuál es el nivel en cada una de las dimensiones de capacitación y desarrollo del personal?; (b) ¿Cuál de las dimensiones de capacitación y desarrollo afectan más en las necesidades de capacitación y desarrollo del personal?; (c) ¿Qué alternativas se propondrían para mejorar las necesidades de capacitación y desarrollo del personal?

Para resolver las preguntas de investigación, se propusieron objetivos en dos niveles: general y específicos. El objetivo general pretende “determinar el nivel de necesidades de capacitación y desarrollo del personal de la empresa SCOTIABANK S.A.A. - SUCURSAL PIURA” y los objetivos específicos son: (a) identificar el nivel de necesidad en cada una de las dimensiones de capacitación y desarrollo del personal; (b) evaluar las dimensiones de capacitación y desarrollo que más afectan en las necesidades de capacitación y desarrollo del personal; (c) proponer alternativas para mejorar las necesidades de capacitación y desarrollo del personal.

La presente investigación permitirá a la empresa SCOTIABANK S.A.A. SUCURSAL PIURA, conocer los diversos factores que involucra dichas variables, dando la posibilidad de considerar como guías, las sugerencias que se plantearán para el fortalecimiento de estos componentes estratégicos. Así mismo se dio a conocer si son efectivos los indicadores para medir el nivel de eficacia de las dimensiones de desarrollo y capacitación para que de esta manera pueda tomar las acciones correctivas necesarias. A la vez esta investigación es importante porque contribuye al conocimiento académico, al convertirse como fuente de consulta para futuras investigaciones.

Referentes Teóricos

Administración del personal

El hombre desde siempre ha contado con medios o recursos para aliviar sus necesidades. Satisfacía sus necesidades en forma precaria gracias a dos factores: su trabajo personal y las bondades de la naturaleza, estas se fueron haciendo amplias y complejas, modificaron en cantidad y calidad.

Andando el tiempo aparece el concepto de trabajo personal mismo que se realiza en beneficio de otras personas se presenta en el sistema esclavista y su única retribución es

el pan, el vestido y techo. La labor personal se remuneraba en especie, o cambiaba su trabajo por los bienes que les son útiles para subsistir.

Se iniciaron relaciones básicas que engendrarían a través del tiempo, las de carácter laboral que han sido la base de las políticas que se han ido produciendo, como características genuinas de las diferentes épocas, se han cristalizado de sistemas de modalidades que han otorgado especiales matices a la prestación laboral por cuenta ajena, a la forma de trabajar, de ser valorados los esfuerzos a la atención prestada a la seguridad.

Toda organización para lograr sus objetivos, requiere de una serie de recursos, estos son elemento, que administrados correctamente le permitirán alcanzar las metas trazadas, siendo estos recursos materiales, técnicos y humanos. La administración persigue la satisfacción de objetos organizacionales, contando para ello con una estructura y a través del esfuerzo coordinado.

Esto demuestra que el esfuerzo humano resulta vital para el funcionamiento de cualquier tipo de organización, si el elemento humano está dispuesto a proporcionar esfuerzo, la organización marchará, en caso contrario, se detendrá. De aquí que toda organización debe de prestar atención a sus recursos humanos.

Desarrollo de los recursos humanos

Es un esfuerzo continuo y planeado de la gerencia para mejorar los niveles de competencia de los empleados y el desempeño organizacional por medio de programas de capacitación y desarrollo. En la práctica se puede referir al Desarrollo de los Recursos Humanos (D.R.H.) como capacitación y desarrollo (C y D) o simplemente capacitación, sin embargo, en ocasiones se hace una distinción entre estos dos términos la capacitación está diseñada para permitir que los aprendices adquieran conocimientos y habilidades necesarias para sus puestos actuales.

El desarrollo implica un aprendizaje que va más allá de la actualidad y el puesto de hoy, tiene un enfoque de más largo plazo, prepara a los empleados para estar al día con la organización a medida que cambia y crece. El desarrollo del recurso humano, se ha vuelto crucial con los rápidos avances tecnológicos es muy evidente la necesidad de desarrollo ya que los puestos se vuelven complejos cada vez más; también se ha hecho significativa la necesidad de mejores relaciones humanas dentro de una compañía. En gran parte es a este fenómeno que se debe llevar acabo la capacitación y el desarrollo de manera continua.

Capacitación

Hoy en día la capacitación tiene un papel muy importante en las organizaciones, ya que tienden a mantener al empleado a la vanguardia y también de ella depende la evolución que tenga la organización. La capacitación es un proceso educacional a corto plazo aplicado de manera sistemático y organizado, mediante el cual las personas aprenden

conocimientos específicos y relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización de la tarea y del ambiente y desarrollo de habilidades.

El contenido de la capacitación puede involucrar cuatro tipos de cambio de comportamiento: a) Transmisión de informaciones, b) Desarrollo y habilidades, c) Desarrollo o modificación de actitudes, y d) Desarrollo de conceptos. Estos cuatro tipos de capacitación pueden utilizarse separada o conjuntamente.

Ayala (2004), explica que la capacitación “es un proceso continuo y permanente de enseñanza y actualización de los trabajadores, mediante la transmisión de conocimientos, que contribuyen al ejercicio de un cargo o puesto de una organización o institución determinada”. Es la herramienta de actualización y mejoramiento de los conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados en el cumplimiento de las tareas y funciones que tienen asignadas

Chiavenato (2002) iguala desarrollo con capacitación y señala que “el desarrollo está centrado en el crecimiento personal del empleado y su carrera futura, que es el cargo actual”. Además, el desarrollo de personas se relaciona más con la educación y orientación hacia el futuro que el entrenamiento (adiestramiento).

Ante todo, los programas de capacitación y desarrollo deben de contar con el total apoyo de la alta dirección. Este apoyo tiene que ser verdadero y se debe comunicar a toda la organización. El apoyo se hace evidente cuando los ejecutivos proporcionan los recursos necesarios para esta función y se fortalece todavía más cuando los altos ejecutivos toman parte en la capacitación. Esta acción tiende a convencer a los empleados de la verdadera importancia de los programas de desarrollo de recursos humanos.

El desarrollo de habilidades está dirigido a la adquisición en aquellas destrezas y conocimientos directamente relacionados con el desempeño del cargo actual o de posibles ocupaciones futuras, se trata de un entrenamiento a menudo orientado de manera directa a las tareas y operaciones que van a ejecutarse.

Capacitación según Silíceo (2006) es el aprendizaje de meros instrumentos y el manejo de cifras y sistemas; la autorrealización y la concepción integral de la educación ya que todo pueblo que alcanza un cierto grado de desarrollo se halla naturalmente inclinado a practicar. Es el principio mediante el cual la comunidad humana conserva, y transmite su peculiaridad física.

Según Mondy & Noé (2005) sintetiza que:

“el objetivo principal de la capacitación y desarrollo es anticiparse al cambio y responder en forma proactiva a este. El cambio implica pasar de una condición a otra y afecta a personas, grupos y organizaciones enteras. Todas las organizaciones experimentan cambios de algún tipo y está aumentando la velocidad a la que ocurren” (p. 204).

Los cambios más notables que afectan a la capacitación y desarrollo, que se pronosticaron y que ocurren actualmente en los negocios son los siguientes: a) Cambios en la estructura de la organización ocasionando por fusiones, adquisiciones, rápido crecimiento, recortes de personal y abastecimiento externo; b) Cambios en la tecnología y la necesidad de trabajadores mejor calificados; c) Cambios en el nivel escolar de los empleados; algunos con un nivel escolar más alto, otros con la necesidad de una capacitación correctiva; d) Cambios en los recursos humanos, creado una fuerza laboral diversa integrada por muchos grupos; e) Presiones competitivas que necesitan cursos flexibles, capacitación justo a tiempo y justo la necesaria; f) Aumento del énfasis en las organizaciones que aprenden y la gestión del desempeño humano.

Necesidades de capacitación y desarrollo

La capacitación es el medio que permite a la organización interpretar las necesidades del contexto. Hablamos de proceso porque no sucede en forma rápida y puntual, sino en el transcurso de cierto período de tiempo. La capacidad de desarrollo orientada a la acción es la aptitud hacia un cambio adaptativo expresado a través de una conducta, dado que a través de la acción la persona se adapta al mundo laboral transformándolo, es decir, enfrentando y resolviendo los problemas de trabajo que se presenten. Hablamos de modificación puesto que las personas al aprender incorporan algo que no tenían: un conocimiento, una habilidad o una actitud.

En este marco, llamaremos capacitación efectiva al proceso en el que los sujetos involucrados aplican lo aprendido durante la capacitación al puesto de trabajo.

Detección de necesidades

Pain, (1996) introduce el concepto de ingeniería de la capacitación, que reúne una práctica tradicionalmente aplicada a materiales duros con situaciones blandas como la capacitación y apunta a la toma de conciencia, a la explicitación de todos los aspectos de la situación contextual como un elemento previo al diseño de la acción de capacitación. Fundamenta su hipótesis en que logrando percibir y comprender la situación en la cual se produce la demanda, la respuesta será más adecuada.

Basándonos en Blake (1987), podemos dividir el indicador en tres etapas: detección, análisis y evaluación. El resultado de este proceso es el diagnóstico de la situación. La detección es la búsqueda de datos que permitirán poner de manifiesto los síntomas de una situación problema. La organización puede contar con diversos recursos para ello: a) Descripción de puestos; b) Evaluación de desempeño; c) Entrevistas y/o encuestas de detección de necesidades con responsables de áreas o sectores, orientadas a la identificación de problemas o situaciones indeseadas; d) Encuestas a clientes externos e internos; e) Encuestas de clima organizacional; f) Análisis de incidentes críticos. Auditorías (informes sobre estándares de producción, medición de la calidad de productos o servicios, variaciones de costos operativos, nivel de rechazos o quejas); g) Planes de carrera; h) Sistemas de rotación de tareas.

Analizar las necesidades de capacitación significa discernir si la necesidad detectada corresponde a una carencia de conocimientos, habilidades o actitudes, o si estamos frente a otro tipo de demanda. Pain (1993), expresa que evaluar es interrogarse sobre el valor, el alcance, el sentido de la acción a emprender. En esta etapa se determina qué parte del problema será resuelta con el aprendizaje, qué sucede si no se dan otras condiciones necesarias para que el problema se resuelva y se aplique lo aprendido; en otras palabras, se determina el grado de necesidad de una acción de capacitación.

Según Schvarstein (1995), el objetivo de estas etapas es llegar a un diagnóstico, explicitación de una hipótesis acerca del problema y sus causas determinantes que incluye un pronóstico de lo que puede suceder tanto si se decide actuar como si no se decide actuar.

La necesidad de capacitación es una brecha entre lo que requiere el puesto y el perfil de las personas. Se presenta cuando en la ejecución de una tarea o función quienes deben hacerlo carecen de los conocimientos, habilidades o actitudes requeridas para desempeñarla correctamente.

Los conocimientos son datos o conjunto de datos que nos remiten a un concepto. Constituyen el saber. El conocimiento es el conjunto de saberes de un individuo que le permiten lograr un buen desempeño o tarea, e indican su suficiencia o idoneidad para el citado desempeño (Bueno, 1996). En este sentido, Cohen & Levinthal (1990) y Schilling (1998) también entienden que los conocimientos previos son muy importantes para el desarrollo del aprendizaje a nivel organizativo, ya que las organizaciones tienden a utilizar y construir su conocimiento sobre la base del que ya existe.

Las habilidades describen una acción y requieren el uso de algún conocimiento, es decir, ponen los conocimientos en acción. Constituyen el poder. La habilidad es la destreza, talento, experiencia o gracia para ejecutar una cosa o capacidad y disposición para negociar y conseguir unos objetivos con personas, tanto en grupos como individualmente (Bueno, 1996).

Las actitudes son el conjunto de predisposiciones, posturas personales, formas de ver las cosas con que se encara una acción. Condicionan el desarrollo y calidad de la acción. Constituyen el querer. La actitud es una disposición de ánimo de algún modo manifestada por la persona y que supone un cierto modelo de comportamiento (Bueno, 1996). Ambos son considerados como factores que afectan al aprendizaje desarrollado por cualquier sujeto, debido a que todos los poseen, son susceptibles a ellos y si es necesario, los modifican. Además, su adquisición implica el desarrollo de un proceso mental, en ocasiones paralelo al del aprendizaje, difícilmente identificable y decisivo para su comprensión y comportamiento.

Los valores son creencias, principios, cualidades y criterios que tiene la persona respecto al significado e importancia de las cosas y de los conceptos que se relacionan con la organización y con su papel en la misma (Bueno, 1996).

La creatividad es la creación de nuevas ideas y métodos (Dibella & Nevis, 1998) y requiere de un contexto, en el que exista capacidad de improvisación, adaptabilidad e innovación. Es una fuente importante de introducción de cambios productivos en los métodos de trabajo (Katz, 2001), siendo el aprendizaje uno de sus grandes beneficiados, debido a que permite crear nuevos conceptos o rutinas de trabajo y/o solucionar problemas. Su desarrollo depende de los imprevistos ante los que se encuentre el sujeto, y de las presiones y exigencias que procedan de su entorno, tales como la tecnología, la competencia y los clientes.

Métodos

La investigación es un tipo de diseño no experimental y transversal; no experimental porque no se manipularon las variables estudiadas, y transversal porque las variables en estudio se realizó en un momento determinado en este caso en el año 2015. Es una investigación descriptiva, porque se hizo una descripción de las variables, se identificó las características y comportamientos del objeto de estudio

La población estudiada fueron todos los trabajadores de las diferentes áreas que pertenecen a la empresa SCOTIABANK S.A.A. - SUCURSAL PIURA, estas áreas son: área de operaciones conformados por 10 trabajadores, área comercial conformado por 6, y el área de fuerza de ventas integrado por 13 trabajadores. Todo esto suma una población de 29 trabajadores estableciéndose como una población finita de estudio, por lo tanto, se censó a la población. Para llevar a cabo la investigación se utilizó el instrumento de un diagnóstico de necesidades de capacitación y desarrollo dirigido al personal de la empresa. Este instrumento se encuentra en el anexo. El diagnóstico de necesidades de capacitación y desarrollo es el factor que orienta la estructuración y desarrollo de planes y programas para el establecimiento y fortalecimientos de conocimientos, habilidades o actitudes en los participantes de una organización, a fin de contribuir en el logro de los objetivos de ésta. Por lo que se obtuvo información con los 35 ítems organizados con 6 dimensiones con escala tipo Likert de tres puntos, basados en los estudios de Bueno (1996), Dibella & Nevis, (1998), Katz, (2001).

Tabla 1. Formulario de Encuesta.

Dimensiones	Elementos
Características del empleado	Sexo:
	Edad:
	Área de trabajo:
	Está satisfecho con su labor.
Dimensión Personal	Cuando identifica y resuelve problemas es recompensado socialmente, reconociendo su labor.
	Es recompensado económicamente cuando identifica y resuelve problemas.
	Tiene la habilidad de escuchar a los demás compañeros de trabajo.
	Tiene la habilidad de analizar los documentos e informes de su puesto de trabajo.
	Capta inmediatamente la información designada por los superiores.
Dimensión Habilidades	Tiene habilidades para comunicarse con los demás directivos.
	Tiene habilidades para liderar equipos de personas.
	Tiene habilidades para trabajar en equipo.
	Tiene la habilidad para motivarlos a trabajar de forma eficiente.
	Muestra gran rendimiento en sus funciones de su área de trabajo.
	Tiene la habilidad de preguntar con precisión a sus superiores.
	Conoce los errores existentes en su área de trabajo.
Dimensión Conocimiento	Tiene conocimiento teórico de sus funciones de trabajo.
	Tiene conocimiento de estrategias para solucionar problemas de su área.
	Pone a disposición de la empresa toda la información que poseen.
	Tiene conocimiento técnico para solucionar problemas de su área.
	No ocultan sus errores.
	Muestra una tendencia de innovar sus funciones de trabajo.
Dimensión Actitudes	Aporta soluciones creativas ante imprevistos.
	Reconoce que tienen deficiencias en sus funciones de trabajo.
	Practica lo que les enseñó sus superiores.
	Comparte el conocimiento aprendido con sus compañeros de trabajo.

	Muestra una tendencia continua a superarse en su trabajo.
	Está constantemente realizando especializaciones de acuerdo a sus funciones de trabajo.
	Está entusiasmado e implicado en su puesto de trabajo.
	Se identifica con los valores y objetivos de la empresa.
Dimensión Valores	Confía en sus compañeros.
	Confía en sus superiores.
	No ofrece resistencia a los cambios en su trabajo.
	Está comprometido con la mejora continua.
	Aporta solución creativa ante imprevistos.
Dimensión Creatividad	Aporta solución creativa ante presión de la competencia.
	Aporta solución creativa ante exigencia del cliente.
	Aporta solución creativa ante cambios de alguna tecnología.

Fuente. Elaboración propia.

En lo referente a la determinación de las preguntas, se utilizó la técnica de Grupo Focal donde participaron los niveles superiores de la empresa SCOTIABANK S.A.A. SUCURSAL PIURA. Esta técnica maneja aspectos Cualitativos. Los participantes hablan libre y espontáneamente sobre temas que se consideran de importancia para la investigación. La aplicación del instrumento fue tipo entrevista, es decir, se leyeron los reactivos y las alternativas a los sujetos que conforman la muestra de estudio. Esto con el fin de evitar que se rehúsen a contestar o que proporcionen respuestas nulas.

En el análisis de los datos obtenidos de las encuestas se utilizó el análisis estadístico SPSS 21.00, el programa Excel, realizando un análisis descriptivo de las variables, y realizando tablas de frecuencias y gráficos.

Análisis de Resultados

La presente investigación se basó en los estudios de Bueno (1996), Dibella & Nevis, (1998) y Katz (2001), ya que ellos determinaron que las necesidades de capacitación y desarrollo de los trabajadores se basa en las habilidades, conocimientos, actitudes, valores y creatividad, considerando que son las principales para medir el nivel de necesidad de capacitación y desarrollo en una empresa, la cual fueron considerados en nuestra investigación como dimensiones de estudio en los objetivo específicos planteados.

Asimismo, para determinar el nivel de necesidades de capacitación y desarrollo del personal de la empresa SCOTIABANK S.A.A. - SUCURSAL PIURA, se basó en el cuestionario elaborado por los niveles superiores del SCOTIABANK S.A.A a través de

un grupo focal (técnica de exploración), demostrando que el nivel de necesidades de capacitación y desarrollo es bajo, para obtener estos resultados se realizaron los promedios de las frecuencias obtenidas de cada dimensión que arroja el programa de SSPS 23, así como también para obtener el nivel de necesidad de cada dimensión.

Nivel general de necesidad de capacitación y desarrollo del personal

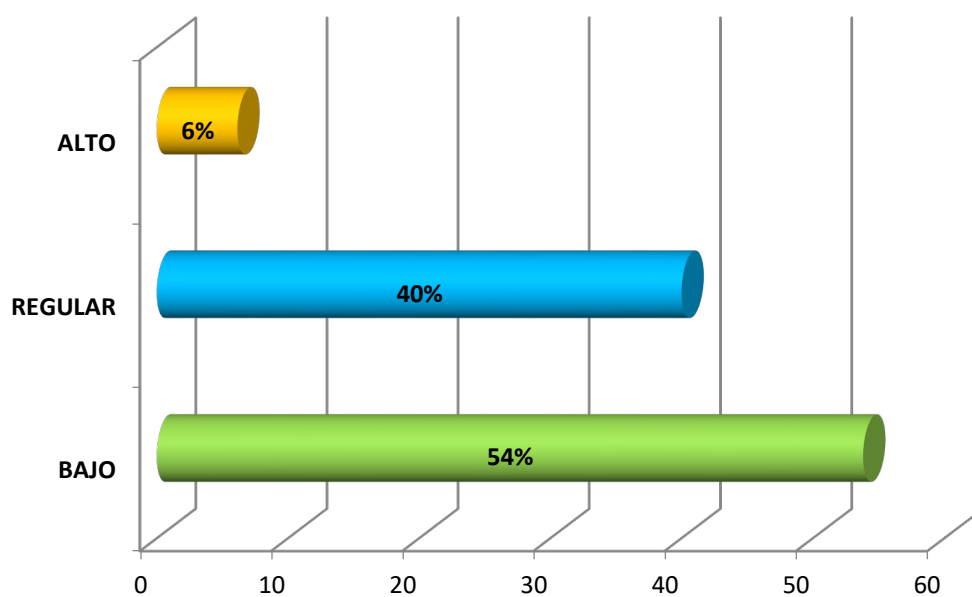
En la siguiente ilustración podemos analizar que después de realizar las encuestas respectivas a cada uno de los trabajadores pertenecientes a todas las áreas de la empresa, se puede observar que el nivel de necesidad de capacitación y desarrollo de los trabajadores en la empresa Scotiabank es bajo en 54%, sin embargo el 40% es regular, la diferencia entre lo regular y bajo solo es de 14%, a la vez solo el 6% el nivel de necesidad es alto. Estos resultados evidencian de acuerdo a las preguntas realizadas en la encuesta, existen algunos trabajadores que no muestra interés en sus operaciones debido a la falta de motivación para que realizar los objetivos y metas asignadas por sus superiores, además en algunos casos el trabajador no se siente identificado con las necesidades de la empresa.

Nivel de necesidad por dimensiones

Con respecto a la dimensión personal, la siguiente ilustración nos muestra que el nivel de necesidad es regular en 45%, a la vez el 33% su nivel de necesidad es alto y solo el 22% es bajo, en los trabajadores de la empresa Scotiabank. Estos resultados demuestran que los trabajadores respecto a esta dimensión en su mayoría no están satisfechos en su labor, no se identifica y resuelve problemas, no es recompensado socialmente reconociendo su labor, o no es recompensado económicamente cuando identifica y resuelve problemas.

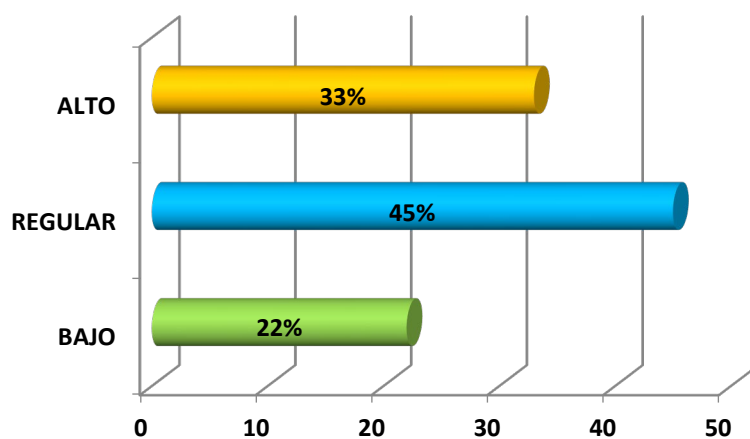
En la dimensión habilidades, los encuestados mostraron en sus respuestas que el nivel de necesidad en esta dimensión es bajo en 59% y a la vez el 41% su nivel regular. Estos resultados reflejan que en su mayoría los trabajadores de la empresa Scotiabank con respecto a sus habilidades las están realizando de una manera efectiva, ya que las habilidades de escuchar a los demás compañeros de trabajo, de analizar los documentos e informes, de captar inmediatamente la información, de comunicarse con los demás directivos, y la capacidad de motivar a los demás trabajadores para que trabajen eficientemente, son productivas en la empresa provocando así en un futuro un nivel alto de desempeño por parte de los trabajadores.

Ilustración 1. Nivel de necesidad de capacitación y desarrollo.



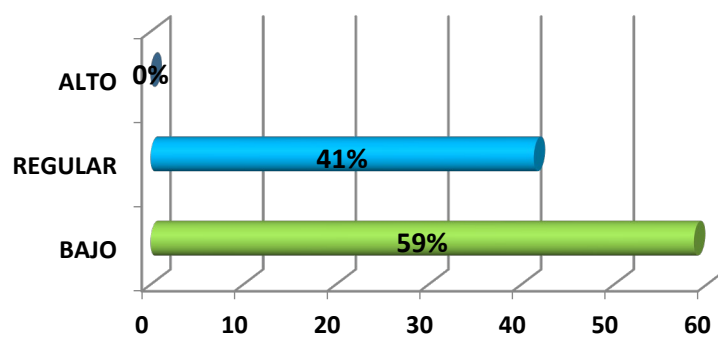
Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 2. Nivel de necesidad de la dimensión personal.



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 3. Nivel de necesidad de la dimensión habilidades.



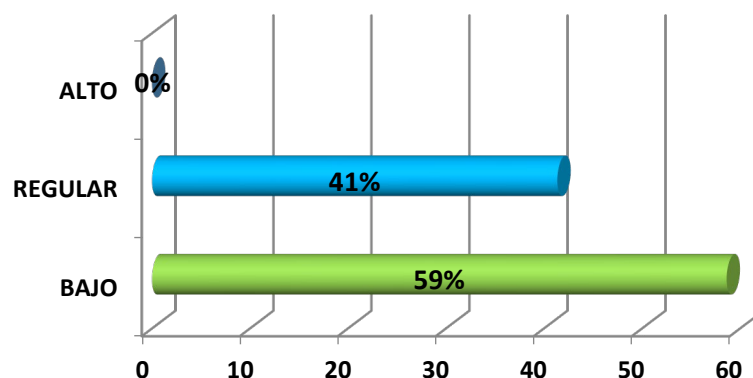
Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la dimensión conocimiento, su nivel de necesidad, según los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los trabajadores, es bajo con 62%, lo que quiere decir que los trabajadores de la empresa Scotiabank conocen los errores existentes en su área de trabajo, tienen conocimiento teórico de sus funciones de trabajo, tienen conocimiento de estrategias para solucionar problemas de su área, ponen a disposición de la empresa toda la información que poseen y tienen el conocimiento técnico para solucionar problemas de su área. A la vez los resultados demostraron que el nivel de necesidad es regular en 37% y solo el 1% es alto.

La ilustración refleja los resultados analizados de la dimensión actitudes, la cual demuestra que el nivel de necesidad de esta dimensión es bajo en 57%. Estos resultados nos dan a conocer que los trabajadores de la empresa Scotiabank en su mayoría, no ocultan sus errores, muestran una tendencia de innovar sus funciones de trabajo, aportan soluciones creativas ante imprevistos, reconocen que tienen deficiencias en sus funciones de trabajo, practican lo que les enseñó sus superiores, comparten el conocimiento aprendido con sus compañeros de trabajo y están constantemente realizando especializaciones de acuerdo a sus funciones de trabajo. Asimismo, el 42% muestra un nivel de necesidad regular y solo el 1% un nivel alto.

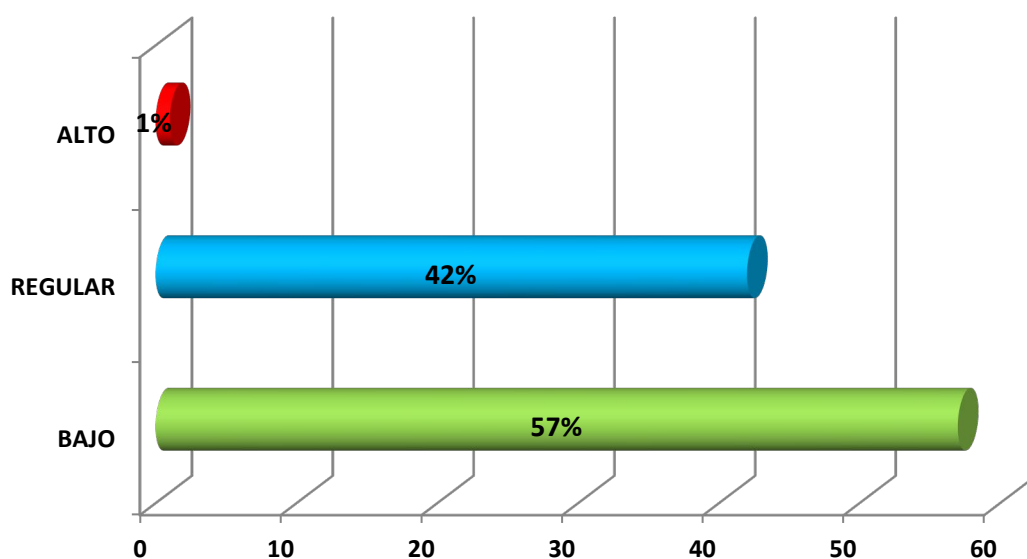
Como se observa en la ilustración, que presenta los resultados de la dimensión valores la cual, se determinó que el nivel de necesidad de esta dimensión es bajo en 73%, lo que implica que en su mayoría de los trabajadores de la empresa Scotiabank se sienten entusiasmados e implicados en su puesto de trabajo, se identifican con los valores y objetivos de la empresa, confían en sus compañeros, confían en sus superiores, no ofrecen resistencia a los cambios en su trabajo y están comprometidos con la mejora continua de la empresa. Asimismo, el 26% demuestra un nivel de necesidad regular y solo el 1% un nivel de necesidad alto.

Ilustración 4. Nivel de necesidad de la dimensión conocimiento.



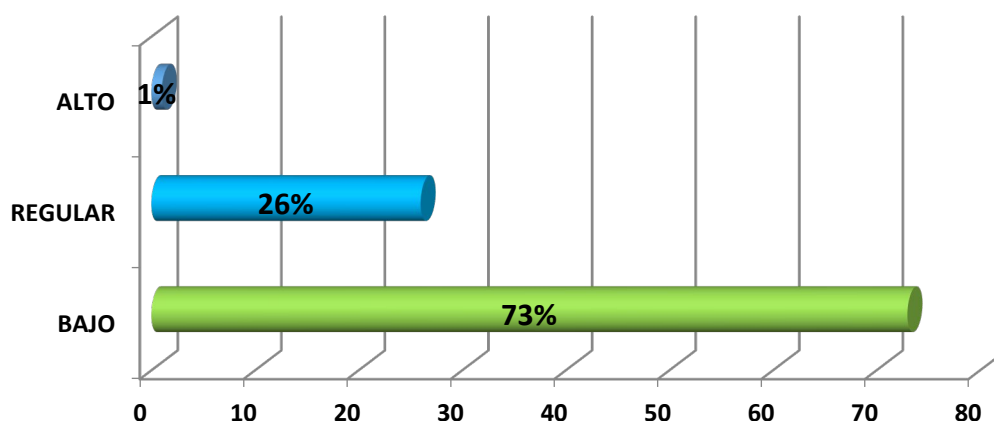
Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 5. Nivel de necesidad de la dimensión actitudes.



Fuente: Elaboración propia.

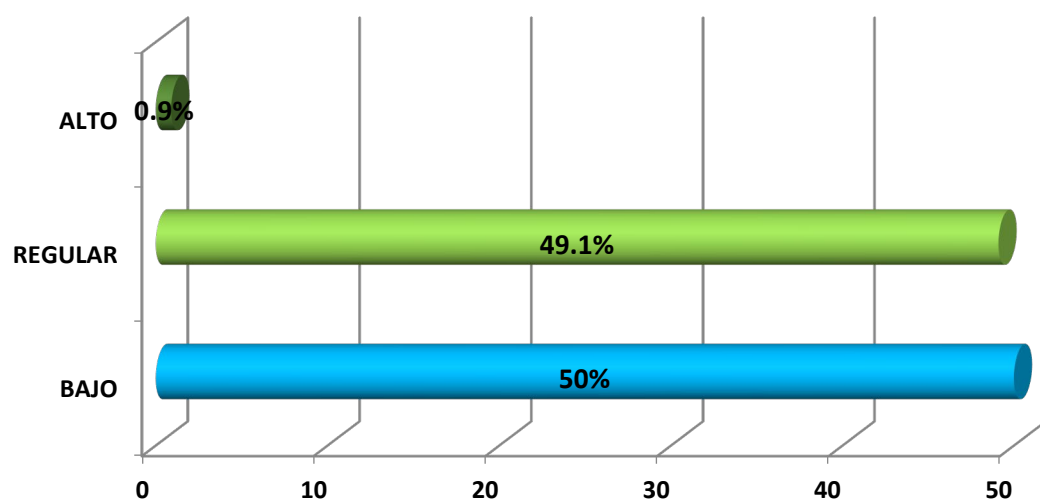
Ilustración 6. Nivel de necesidad en la dimensión valores.



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, la siguiente ilustración nos detallan los datos analizados de las encuestas realizadas a los trabajadores de la empresa Scotiabank, donde con respecto a la dimensión creatividad su nivel de necesidad es bajo con 50%, mientras que el 49.1% es regular y el 0.9% es alto. Estos resultados demuestran que parte de los trabajadores no aportan solución creativa ante imprevistos, no aportan solución creativa ante presión de la competencia, no aportan solución creativa ante exigencia del cliente y no aportan solución creativa ante cambios de alguna tecnología.

Ilustración 7. Nivel de necesidad de la dimensión creatividad.



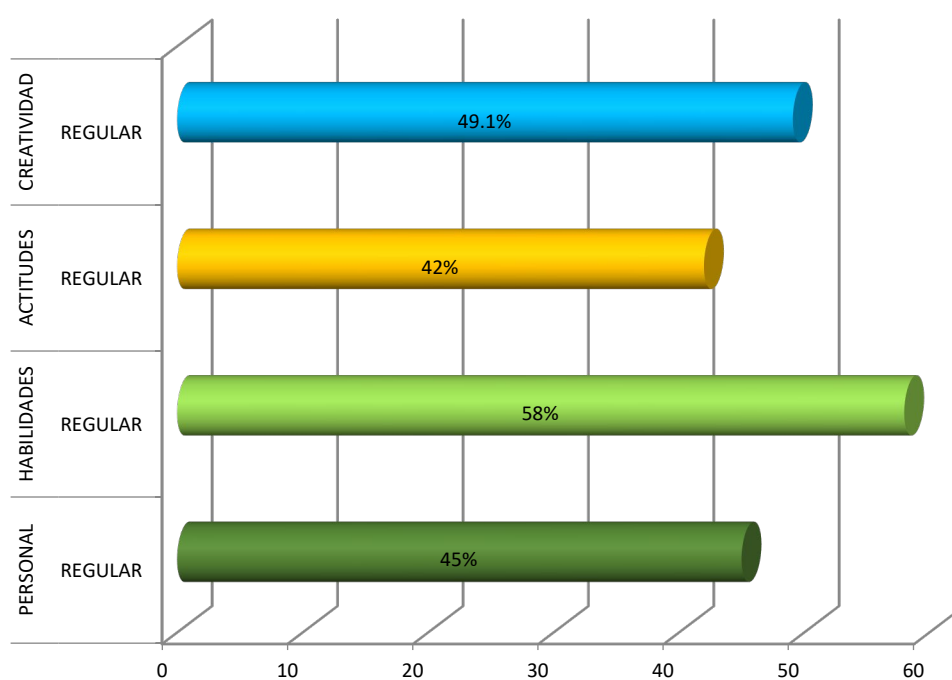
Fuente: Elaboración propia.

Dimensiones de mayor necesidad de capacitación y desarrollo

Así, las dimensiones que tiene un nivel de necesidad alto o regular y requieren una atención para poder reducir el nivel de necesidad son: las habilidades con 58% regular que es el mayor porcentaje obtenido, seguido de la creatividad con 49.1%, personal con 45%, y finalmente la dimensión actitud de los trabajadores con el 42% nivel de necesidad regular.

Ilustración 8. Dimensión de mayor necesidad de capacitación y desarrollo.

Fuente: Elaboración propia.



Estos resultados contribuyen a validar el modelo propuesto a partir de los estudios de Bueno (1996), Dibella & Nevis y (1998), Katz, (2001). Estos autores ya que el desarrollo del personal es el resultado acumulado de las interacciones diarias entre el gerente y el trabajador, siendo los factores más importantes en el desarrollo de las capacidades del personal, como las habilidades, conocimientos, etc., se crean en el entorno donde existe cooperación, comunicación y un intercambio abierto de ideas.

Además el diagnóstico de necesidades de capacitación y desarrollo realizado en la empresa SCOTIABANK S.A.A, mostraron que tales necesidades responden a los deseos de superación y motivación del personal (que no está del todo mal, ya que los resultados mostraron un nivel de necesidad bajo), con el fin de potenciar sus actividades, lo que demuestra que existe un gran potencial en cuanto a habilidades, conocimientos, valores y creatividad. Sin embargo se identifica una preocupación respecto a una gran debilidad en las dimensiones de actitudes y creatividad de los trabajadores, siendo prioritario en la necesidad de capacitación y desarrollo.

En general, se debe de utilizar técnicas que asegure que el personal esté motivado para participar en actividades para su propio desarrollo. Una organización debe dar entonces incentivos a los empleados ofreciendo oportunidades de promoción y transferencias para complementar las habilidades del empleado en el trabajo y utilizarlas en su máximo potencial.

Conclusiones y Recomendaciones

Los resultados de este trabajo permiten evidenciar que el nivel de necesidad de capacitación y desarrollo de los trabajadores en la empresa SCOTIABANK es bajo en 54. Sin embargo, el 40% es regular, la diferencia entre lo regular y bajo solo es de 14%, lo que demuestra que algunos trabajadores no están realizando su desempeño en sus áreas de trabajo de manera efectiva.

Sin embargo, de manera concreta se puede decir que: el nivel de necesidad en la dimensión personal es regular en 45%, a la vez el 33% su nivel de necesidad es alto y solo el 22% es bajo; el nivel de necesidad en la dimensión habilidades es bajo en 59% y el 41% su nivel es regular; el nivel de necesidad en la dimensión conocimiento es bajo en 62%, a la vez el nivel de necesidad es regular en 37% y solo el 1% es alto; el nivel de necesidad en la dimensión actitudes es bajo en 57%, asimismo el 42% mostro un nivel de necesidad regular y solo el 1% un nivel alto; el nivel de necesidad en la dimensión valores la cual es bajo en 73%, asimismo el 26% demuestra un nivel de necesidad regular y solo el 1% un nivel de necesidad alto; el nivel de necesidad en la dimensión creatividad su nivel de necesidad es bajo con 50%, mientras que el 49.1% es regular y el 1% es alto.

Por lo que, de acuerdo a los hallazgos presentados en este trabajo, se realizan un conjunto de recomendaciones, entre las que se puede resaltar como para disminuir el nivel de necesidad de capacitación y desarrollo de los trabajadores, es necesario establecer un programa de capacitación que brinde los elementos que se identificaron en la

investigación: habilidades, actitudes, conocimientos, valores y creatividad, para reforzar las necesidades que presenta el personal de la empresa Scotiabank. Por otra parte, se puede mencionar la necesidad de que los directivos de la empresa Scotiabank establezcan en las actividades de capacitación, estrategias de conocimiento del perfil personal de cada trabajador, para conocer las funciones que realiza en su área de trabajo y si se siente satisfecho con lo que está haciendo. Para ello será necesario realizar un proceso sistemático de evaluación del desempeño para monitorear el rendimiento de los colaboradores de esta forma crear planes de formación adecuados a las necesidades específicas de los trabajadores.

De igual manera, se debe promover el trabajo en equipo en los trabajadores para llevar una misma guía de desarrollo en la planificación y estrategias, esto permitirá que cada trabajador desarrolle sus habilidades a través de las enseñanzas e intercambio de ideas, permitiendo a la empresa el logro de los mismos objetivos en conjunto. Mientras que los conocimientos de los trabajadores pueden mejorarse a través de la realización de evaluaciones personales respecto al desempeño en su área de trabajo, través de un proceso de detección de necesidades de capacitación basado en el modelo de competencias, con la comparación entre dicho modelo y las competencias que realmente posee el individuo ponen de manifiesto la brecha resultante entre el desempeño actual y el que deberá ser. En este orden, se propone el requerimiento de fomentar un cambio de actitud en los trabajadores, a través de la propuesta del programa de capacitación, haciendo que se involucren más en la empresa, a través de su compromiso y su participación constante en las actividades. Así mismo, a los directivos adecuar sus valores a los objetivos de la empresa, para que unidos creen una misión y visión acorde con las características de la empresa. Y posteriormente comunicarlos a todo el personal, ya sea por medio de carteles o comunicación directa con los trabajadores, haciendo énfasis en la importancia de conocerlos, aprenderlos y utilizarlos en el desarrollo diario de sus labores.

Adicionalmente, se recomienda: a los gerentes estimular la creatividad en todas las áreas de la empresa y aprovecharla para convertir las ideas en innovaciones que le den una ventaja competitiva al negocio, a través de actitudes humildes ante reconocimientos de las ideas de los trabajadores, motivaciones intrínsecas, otorgarles tiempo para pensar y promover la diversidad de las ideas; medir periódicamente el desempeño de los trabajadores, recurriendo a la opinión de los jefes y entre compañeros de trabajo, brindándole a la empresa una visión más general y amplia, con el fin de mejorar aquellas dimensiones que requieren de mayor atención para su efectividad; realizar un seguimiento al plan de capacitación, así como a las aplicaciones que le dan los trabajadores, para poder evaluar si todos los conocimientos adquiridos están siendo aplicados o si deben modificarse para futuros planteamientos de capacitación.

En general, las principales necesidades de capacitación y desarrollo son las habilidades con 58% regular, que es el mayor porcentaje obtenido, seguido de la creatividad con 49.1% y lo personal con 45%, y finalmente la dimensión actitudes con el 42% nivel de necesidad regular. En general, al analizar las alternativas de mejora para la capacitación

y desarrollo concluimos en que no solo impactan en el ámbito económico, sino que también tienen impacto en el desarrollo personal de cada trabajador quienes notan la diferencia en sus capacidades para afrontar diversos problemas, para ejecutar su trabajo y relacionarse con los demás.

Referencias Bibliográficas

- Ayala (2004). *Administración de Personal*. Editorial Mc Graw Hill Interamericana. México.
- Bueno, E. (1996). *Organización de empresas. Estructura, procesos y modelos*. Pirámide, Madrid.
- Blake, O. (1987). *La Capacitación. Un recurso dinamizador de las organizaciones*. Buenos Aires, EPSO. Cit., pp. 6-8.
- Cohen, W.M. & Levinthal, D. (1990). *Capacidad de absorción: Una nueva perspectiva sobre el aprendizaje y la innovación*. Sage Publications, Inc. Escuela Johnson de la Administración de la Universidad de Cornell.
- Chiavenato, I. (2002). *Talento Humano*. Editorial Mc. Graw Hill. Bogotá, Colombia.
- Chicaiza, A. (2010). *Diagnóstico de necesidades de investigación*. Extraído el 5 de setiembre del 2015 desde: <http://www.monografias.com/trabajos82/diagnostico-necesidades>.
- Evans, J. y Lindsay, W. (2008). *Administración y control de la calidad*. (7ª. Ed.). México: Cengage Learning.
- Hernández, R, Fernández C, y Baptista P. (2006). *Metodología de la Investigación*. MacGraw-Hill. México.
- Matos, M. (2007). *Estrategias de Captación de la Voluntad Popular*. (1ª. Ed.). Buenos Aires, Argentina: SIRIO S.A.
- Martínez C. (2002). *Propuesta de un modelo de capacitación y desarrollo al personal docente de la Universidad de Oriente en la ciudad de San Miguel*. Universidad de Oriente, San Salvador, Centro América.
- Minchinton, J. (2008). *Mejora esa Actitud*. (1ª Ed.) Buenos Aires, Argentina: SIRIO S.A.
- Mondy, W. y Noé, R. (2005). *Administración de recursos humanos*. (1ª. Ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Pain, A. (1996). *Capacitación Laboral*. Buenos Aires, Novedades Educativas, pp. 59-70.
- Rodríguez, J. (2007). *Administración moderna de personal*. (7ª. Ed.). México y América Central: Thomson Learning.

Sánchez, M. (2014). *Capacitación en Habilidades de Atención al Cliente para Mejorar la Calidad del Servicio Brindado en El Restaurant Mar Picante de la Ciudad de Trujillo*. Universidad Privada Antenor Orrego, Facultad de Ciencias Económicas.

Santillan, M. (2010). *Gestión del Conocimiento*. (1ª Ed.) España: NETBIBLO, S.L.

Schvarstein, L. *Psicología social de las organizaciones*. Buenos Aires, Paidós, 1995, p. 60.

Schilling, M. (1998). Bloqueo tecnológico: un modelo integrador de los factores económicos y estratégicos que impulsan el éxito y el fracaso. *Academia de Revisión administrativa*, vol. 26, nº 1, pp. 267-284.

Silíceo, A. (2006). *Capacitación y desarrollo del personal*. (4ª. Ed.). México: Limusa Noriega
Sosa, Y. (2014). *Propuesta de un programa de capacitación y desarrollo para el personal docente del instituto tecnológico del Nororiente (ITECNOR), personal ubicado en los Llanos de la Fragua, Zacapa*. Universidad Rafael Landívar, Facultad de Humanidades.

Testa, G. (1978). *Organización y dirección del personal*. Ediciones Deusto, Tomo I. España.

EL ENTORNO DE CONTROL EN LAS COMPAÑÍAS ANTE EL POSTCONFLICTO EN COLOMBIA

THE REGULATORY ENVIRONMENT IN COMPANIES IN THE POST-CONFLICT ERA IN
COLOMBIA

Artículo de Investigación

Nestor Segundo Arrieta Hernández
Yamith Patricia Díaz Pertuz, Ingeniería Industrial.
Universidad de Córdoba.
yamithdp@gmail.com

Resumen: El presente trabajo de investigación de tipo descriptivo tiene el propósito de dar a conocer el ambiente de control, frente al post conflicto desde el proceso de reintegración socio económico de los grupos al margen de la ley en Colombia. Se desarrolla mediante la descripción del ambiente de control, dentro de la estructura del control interno de las organizaciones, además describe las diferentes etapas del proceso de reintegración y la relación entre uno y otro, que proporcionan información a las organizaciones al momento de incorporar personas que pertenecieron a grupos al margen de la ley. También proporciona a la profesión del Contador Público, información al momento de ejecutar y evaluar el ambiente de control, que es elemento del control interno.

Palabras claves: Ambiente de control, Reintegración a la vida civil, Control interno, Postconflicto

Abstract: This descriptive research study aims to shed light on the control environment in the post-conflict context, focusing on the socioeconomic reintegration process of illegal armed groups in Colombia. It is developed through a description of the control environment within the internal control structure of organizations. It also describes the different stages of the reintegration process and the relationship between them, which provide information to organizations when incorporating individuals who belonged to illegal armed groups. It also provides the public accounting profession with information when implementing and evaluating the control environment, which is an element of internal control.

Keywords: Control environment, Reintegration into civilian life, Internal control, Post-conflict

Introducción: El presente trabajo de investigación tiene el propósito de dar a conocer el ambiente de control, que es uno de los elementos del control interno, frente al post conflicto en Colombia, considerando que en las empresas se puede deteriorar el ambiente de control a partir del proceso de reintegración socio económico de grupos al margen de la ley.

Los profesionales de la contaduría pública de la auditoria, en el proceso de evaluación de control interno, se identifican los valores éticos y el comportamiento de los empleados y cómo afecta su conducta en el desarrollo económico del ente. Ahora bien, el ambiente de control de una empresa se ve afectado cuando se contrate a personas que pertenecieron a grupos al margen de la ley por el proceso de reintegración social y económica.

De lo anterior cabe aclarar que el proceso de reintegración a la vida social y económica es respaldado por el proceso de desmovilización, el cual ofrece beneficios como vivienda,

salud, protección, educación y reintegración a la vida laboral. En este último punto de reintegración a la vida laboral, se encuentra cimentada la relación del ambiente de control frente al postconflicto en Colombia.

Durante el desarrollar este documento, se estudia el ambiente de control, escogido entre de los cinco elementos del control interno; posteriormente se hace una descripción del proceso de reintegración para el posconflicto en Colombia y finalmente se hace un análisis sobre la relación existente entre los dos, con el fin de identificar soluciones potenciales al interior de las empresas desde el desempeño del contador público, que indiscutiblemente está vinculado en el ambiente de control de las empresas y debe estar al tanto de un tema significativo actualmente como el postconflicto.

Este trabajo pretende unificar estos dos temas de gran importancia nacional e internacional y demostrar la relación existente entre uno y otro, como un aporte al interior de las empresas, para generar espacios constructivos de dialogo y apertura sobre la situación.

Veamos entonces que las normas de Aseguramiento de la Información Financiera que se están implementando en Colombia, incluyen el ambiente de control como uno de los cinco elementos del control interno, la cual lo defina así:

“Control interno: el proceso diseñado, implementado y mantenido por los responsables del gobierno de la entidad, la dirección y otro personal, con la finalidad de proporcionar una seguridad razonable sobre la consecución de los objetivos de la entidad relativos a la fiabilidad de la información financiera, la eficacia y eficiencia de las operaciones, así como sobre el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias aplicables. El término "controles" (NORMA INTERNACIONAL DE AUDITORÍA 315, 2013)

La vinculación del ambiente de control con el postconflicto, es un asunto de trascendencia nacional, que influye en todos los aspectos socio económicos de la región, llevando inmerso, la convivencia laboral, el trabajo, las formas de vida, la familia, la seguridad, entre otros. Las actividades que desarrollan los contadores públicos, no se escapan de estos aspectos, por cuanto son profesionales que ejercen una función social y prestan su asesoría a las empresas.

El reintegro de personas pertenecientes a grupos al margen de la ley, vincula individuos pertenecientes a diferentes esferas y estratos de la sociedad, que esperan incorporarse a ésta y, con un interés especial, en el campo laboral; sin embargo, existen entes económicos que se sienten directamente afectados al momento de dar empleo a estos individuos, en sus actividades, bajo el temor de que pueda afectar el ambiente de control en la organización, además de otros aspectos inherentes como conocimientos y actitudes laborales (valores éticos) y cómo estos, repercuten en el objeto social del ente.

Si bien es cierto, que la capacitación empresarial respecto a la vinculación de personal reinsertado ha evolucionado, ya que solía ser un tema rígido y de rutina en la mayoría de las empresas. El objetivo buscado era, por lo general, impartir aptitudes técnicas necesarias para realizar el trabajo, lo cual se puede inferir que es obsoleto por lo que el

empleado necesita tener capacidades o aptitudes que beneficien el ambiente de control tales como trabajo en equipo, comunicación, tolerancia entre otras.

En la actualidad, la capacitación es utilizada cada vez más, para lograr objetivos propuestos por el ente y de acuerdo a su ejercicio para el mejoramiento continuo de este. Por tal motivo se hace necesario que se creen ambientes de control, donde las empresas enseñen aptitudes más extensas a los empleados, para la resolución de problemas, la comunicación y la capacidad para formar equipos de trabajos.

Las empresas están aprovechando que la capacitación puede mejorar el compromiso del empleado con la organización, a fin de crear un ambiente de control fuerte y de esta manera estar preparadas ante cualquier evento, como por ejemplo incluir en sus nóminas a personas que pertenecieron a grupos al margen de la ley, sin que este suceso afecte su proceso administrativo (planeación, dirección, ejecución y control).

Con los elementos anteriormente mencionados cabe hacer el siguiente interrogante:

¿Qué tan preparadas están las empresas, en su ambiente de control, para afrontar el posconflicto en Colombia?

Diseño metodológico

Este proyecto de investigación es de tipo descriptivo, puesto que su principal objetivo es identificar y describir las características del ambiente de control frente al postconflicto en Colombia. Se emplea el método inductivo lo cual no lleva de lo general a lo particular, puesto que se pretende dar a conocer y explicar cómo se afecta el ambiente de control frente al postconflicto. Se fundamenta en fuentes de información secundarias, debido a que gran parte de ella está basada en libros, artículos científicos, bibliografías, y revistas electrónicas.

Marco teórico

El presente trabajo, se ha estudiado, como efecto de las contantes guerras y desplazamiento del que son víctimas las personas desmovilizadas que buscan inserción laboral en el mercado colombiano, este constituye un fin del Estado social de derecho como lo predica nuestra constitución colombiana. Prueba de lo anterior son el mismo preámbulo, es decir el preámbulo de la constitución colombiana y artículo primero de la Constitución Política. En el primero de ellos se plantea como uno de los fines de la constitución y por lo tanto del estado mismo, asegurar a los integrantes de este el trabajo y en el artículo primero se establece dicho fin, como fundamento mismo del Estado y se resalta la importancia del desarrollo de políticas públicas encaminadas a garantizar un orden social y justo. Como consecuencia de lo antepuesto, el conjunto del Estado tiene la obligación de respetar, proteger y materializar este derecho al trabajo, de todas aquellas personas que se desmovilizan y se reintegran a la vida civil en busca de una mejor calidad de vida para ellos y sus familias.

Actualmente Colombia vive un proceso de desmovilización dentro del cual hay un programa de reintegración social tanto locales, nacionales así como internacionales a través de los diferentes convenios que ha suscrito el país³ a fines de que la situación de aquellas personas desmovilizadas puedan incursionar en la vida civil y tener oportunidades laborales para sí y sus familias, a través del cual los desmovilizados logran vincularse y reingresar a la sociedad civil a través de diferentes canales. Uno de estos canales es la inclusión laboral de estas personas.

Sin embargo, este ámbito en concreto ha sido muy complejo pues existe una tendencia a imponer una barrera por parte de las empresas del sector privado de vincular personas desmovilizadas dentro de su nómina. Lo anterior ha generado que los desmovilizados retomen las armas y el resultado es más violencia. Por ello, es necesario que el Estado desarrolle una serie de políticas públicas que estimulen la inclusión de los desmovilizados al mercado laboral, de forma subordinada o independiente.

“El derecho al trabajo está enmarcado, de forma general, dentro de los derechos económicos, sociales y culturales” (colombia), que, están compuesto por un núcleo esencial e intangible exigible de forma inmediata y por otro de desarrollo progresivo sometido a regulación legal cuyo alcance está limitado a la capacidad del Estado.

Con relación a las personas que se desmovilizan pero que tienen menos oportunidades que los demás de la vida civil, enmarcada dentro de un proceso más extenso que es la propia inserción social, en la medida en que el trabajo constituye un factor de integración social, debe entenderse la inserción laboral de aquellos más desfavorecidos (e incluso discriminados, como lo son los desmovilizados) desde dos aspectos: como un fin y como un medio en sí mismo. Un fin pues su objetivo final es darle al trabajador desfavorecido la posibilidad de acceder a estructuras normales y legales de empleo, y un medio a través del cual este sea considerado, reintegrado y auto considerado como parte de la sociedad.

En el campo agropecuario además señalan que ellos son personas que muchas veces vienen del campo y que por ello tienen conocimientos sobre el mismo con los que pueden ayudar a la empresa. Sin embargo, los sectores que no tienen tendencia a vincular dentro de su nómina personas desmovilizadas argumentan principalmente que su condición de desmovilizados no es compatible con la naturaleza del servicio prestado, inseguridad de sus clientes y de la empresa, que no son un personal profesionalmente calificado, la confidencialidad de la información que manejan, la falta de confianza y el miedo e intranquilidad que les generan, los antecedentes de estas personas y porque prefieren elegir entre otras opciones. Por lo anterior, corresponde al Estado desarrollar una serie de políticas públicas encaminadas a promover la inclusión laboral de los desmovilizados a través de las cuales logren vincularse a un empleo para tener un nivel de vida estable, de ser posible sin tener que recurrir a la ayuda económica del Estado, es decir, por su propia cuenta en la medida en que les sea posible acceder a un ingreso sostenible. En primera medida.

³ Colombia ha realizado convenios internacionales como: Roberto Menéndez, jefe de la Misión de apoyo al proceso de paz de la organización de estados americanos (MAPP/OEA),

En el país y alrededor del mundo Colombia ha realizado distintos convenios de tipo internacional buscando que la situación de los desmovilizados y de las personas menos desfavorecidas cambie y que tengan acceso a una mejor calidad de vida, Se calcula que son alrededor de 22, 23 conflictos alrededor del mundo, todos muy difíciles de solucionar, todos se están agravando en cierta forma y el único que se perfila como con buenos resultados, el único que está siendo visto con buenos ojos, que va a terminar bien es el colombiano, el cual entre comillas se solucionó a través de la firma de los acuerdos de paz, aparentemente han resultado ser pañitos de agua tibia puesto a que otros grupos siguen delinquiendo y haciendo daño al país, y aparte todos aquellos reinsertados que no encuentran oportunidades laborales, o no logran sobrevivir con un salario mínimo, la vía más fácil es volver al delito donde ven y encuentran oportunidades para obtener lo que quieren a cortos pazos aun a sabiendas de que lo que hacen va en contra de la voluntad del estado y del pueblo mismo.

Es una realidad visible en Colombia que quienes tienen que lidiar a los desmovilizados es el estado quien a su vez se ha convertido en una barrera para su reintegración social. Pero la gravedad del problema no radica en ello principalmente, sino en el hecho de que ni el Estado ni la sociedad misma hacen prácticamente nada porque la situación sea diferente. La ausencia de estabilidad económica por la falta de empleo a la que están sometidos los desmovilizados está promoviendo un punto básico para que estos vuelvan a recaer en las actividades delictivas.

De acuerdo con todo lo antes anotado y descrito se puede asegurar que el estado colombiano tiene gran incidencia en la forma, y evolución del conflicto armado en Colombia y la relación laboral debido a que son pocas las oportunidades y más la discriminación y la legislación colombiana ha venido regulando distintos acuerdos, decretos, y amplia legislación interna e internacional que ha tratado de regular y acabar de raíz con todo el conflicto y post conflicto de Colombia y los grupos al margen de la ley, pero es necesario organizar una estrategia útil y final que acabe con toda la problemática del post conflicto en Colombia y concientizar, y a la vez penalizar las formas de discriminaciones, y desplazamiento del campo laboral a las personas que puedan tener antecedentes judiciales por pertenecer a grupos indulgentes, es decir es necesario depositar un voto de confianza amarrado de los innumerables acuerdos, y decretos que regulan el tema y que permiten que todo tenga un mejor avance para el desarrollo interno y externo del país

Control interno

“Esencialmente, controlar implica comprobar, inspeccionar, fiscalizar, intervenir” (española) en base a la anterior definición se relaciona con el objeto a controlar en este caso un ente económico, lo cual permite medir y corregir las actividades de los subordinados para asegurarse que se estén llevando a cabo los planes para alcanzar los objetivos fijados por la alta gerencia.

No alejándose de la realidad, esta definición de control muestra claramente el proceso por el cual se evalúa un sistema, un sistema económico denominado empresa y, en relación

al control de esta misma, da origen a la necesidad del control interno. Se entiende por este,

“ sistema integrado por el esquema de la organización y el conjunto de los planes, métodos, principios, normas, procedimientos y mecanismos de verificación y evaluación adoptados por una entidad, con el fin de procurar que todas las actividades, operaciones y actuaciones, así como la administración de la información y los recursos, se realizan de acuerdo con las normas constitucionales legales vigentes dentro de las políticas trazadas por la dirección y en atención a las metas u objetivos previstos” (Ley 87 de 1993, Artículo N°1)

Como elemento importante en el desarrollo del individuo, tanto a nivel personal como en el ámbito corporativo “El ejercicio del control interno debe consultar los principios de igualdad, moralidad, eficiencia, economía, celeridad, imparcialidad, publicidad y valoración de los costos ambientales” (Ley 87 de 1993. (Gaviria G. , 1994), dando lugar a la eficiencia de la ejecución del objetivo del ente para fines de un mejoramiento continuo. A partir de estos las empresas pueden realizar “Acuerdos corporativos como fusiones, adquisiciones, alianzas, creación de grupos empresariales que pueden afectar directa o indirectamente el balance ambiental” (Hernández, 2015, pág. 177) (Hernández y Castillo 2015, p.177), que hace parte del ambiente de control.

No obstante, este proceso de control interno, se compone de 5 elementos que se relacionan entre si y que son inseparables al estilo de gestión de las organizaciones. Estos son: Ambiente de control, Evaluación de riesgos, Actividades de control, Información y comunicación, Supervisión o monitoreo. (Hernandez)

Ambiente de control

Ambiente de control estudia y evalúa la actitud global y/o general de administrativos, directores y empleados estableciendo la repercusión de ésta en el objeto social del ente, como resultado muestra las debilidades que tienen estas en su actividad laboral, con el fin de crear estrategias para mejorar estas problemáticas y así dando lugar a un control general.

La organización debe establecer un entorno que permita el estímulo y produzca influencia en la actividad de recurso humano respecto al control de sus actividades. Para que este ambiente de control se genere, se requiere de otros elementos asociados al mismo, los cuales son:

- Integridad y valores éticos.
- Competencia.
- Experiencia y dedicación de la alta administración
- Filosofía administrativa y estilo de operación

Integridad y valores éticos: Estos se deben establecer para que la conducta del empleado sea ventajosa para la producción del ente en el ejercicio de su labor, es de vital importancia contar con personal íntegros, responsables, respetuosos. Estos valores y/o conductas deben ser establecidos por gerentes, administradores personas que estén a cargo del ente, ahora bien, al momento de crear estas conductas cabe aclarar que estas

personas no están exentas a cumplir con estas mismas, y una vez creadas se deben comunicar para así ser puestas en práctica por todo el personal de la empresa.

Competencia: hace referencia al conocimiento y habilidades que tengan cada integrante de la compañía para desarrollar su correspondiente labor satisfactoriamente en la empresa, es decir, perfil del empleado, las capacidades necesarias para el logro de sus actividades.

Experiencia y dedicación de la alta administración: es de gran valor que quienes están a cargo de la compañía sean personas experimentadas y con amplios conocimientos en su área en este caso la administración, además se caractericen por su dedicación para el mejoramiento constante del ente.

Filosofía administrativa y estilo de operación: cuando se cuenta con una apropiada cualidad para manejar la información con la que cuenta la empresa para llevar un correcto control, donde influyen la estructura cómo se organiza, las autoridades de la empresa de manera jerárquica, responsabilidades, derechos es decir en esta etapa se construye las políticas de la empresa y como se van a llevar a cabo para el ejercicio del ente. Es vital la determinación de actividades para el cumplimiento de la misión de la empresa, la delegación autoridad es la estructura jerárquica, la determinación de las responsabilidades a los funcionarios en forma coordinada para el logro de los objetivos; de esta manera se crea un ambiente de control fuerte donde difícilmente se presentan deficiencias que afecten el proceso administrativo y financiero de la empresa y con ellos su mejoramiento continuo.

Este mejoramiento continuo incluye la capacitación del personal para la eficiencia del ente, con el fin de disminuir debilidades en su control interno, las cuales se originan por falta de información en todas las áreas estudiadas.

Estas áreas se pueden incluir procesos que se viven en su entorno y dicho proceso afecte este control, un proceso tal como un postconflicto es termino es muy amplio el cual se da en una sociedad.

Postconflicto

La Agencia Colombiana para la Reintegración (ACR), define que el proceso de reintegración es un plan de Estado y de sociedad con visión de largo plazo, que busca promover la incorporación efectiva del desmovilizado con voluntad de paz y de su familia a las redes sociales del Estado y a las comunidades receptoras.

Con lo anterior es claro que en un estado social de derecho como el colombiano, donde coexiste la participación ciudadana y la inversión de las empresas en la economía, esta visión a largo plazo mencionada arriba, las vincula, no solo como una obligación social de acompañamiento, como lo sigue promoviendo el documento CONPES que, además, adhiere unos puntos relacionados con la incorporación a la sociedad de las personas reinsertadas. Estos puntos son:

- a) la integración de la oferta social y económica del Estado; b) el acompañamiento para incrementar la probabilidad de que las intervenciones mejoren las condiciones de calidad de vida de la población desmovilizada y

de sus familias; c) la construcción de un marco de corresponsabilidad que por un lado, apoye al desmovilizado a regresar y convivir constructivamente en su entorno familiar y comunitario, y por el otro, lo comprometa a él y a sus dependientes con la superación de su situación y la permanencia en la legalidad”. (CONPES, 2008)

Para lo anteriormente mencionado se busca que este grupo de personas y su núcleo familiar que pertenecieron a grupos al margen de ley que quieren pertenecer de manera legal a la sociedad colombiana es decir teniendo acceso a salud, educación y al mercado laboral a través de capacitaciones y cursos de emprendimiento, que los perfilen como trabajadores idóneos para ejercer un cargo en cualquier empresa del país con competencias tales como integridad, tolerancia, respeto, puntualidad, trabajo en equipo entre otras que encaminan a la protección de los activos del ente y con ellos sean capaces de respetar el control interno de una empresa, ahora bien, que tan efectivo y veraz puede llegar a hacer este proceso.

Para ello el gobierno se verá obligado a capacitar a estos individuos, porque sería absurdo llegar a pensar que una persona que perteneció a un grupo ilegal, que no ha pasado por un debido proceso (educativo) puede llegar a respetar las normas de una empresa si no respetó antes las de un país, es un interrogante que se harían las empresas, al cual el gobierno le puede dar respuesta con certificados de educación de alta calidad, donde fueron orientados para hacer parte de una sociedad que empieza por el respeto.

Lo mencionado se puede apreciar en el siguiente gráfico:



Gráfico1. Política nacional de reintegración social y económica (PRSE), Fuente COMPES 2008

Es importante partir del hecho de que:

mientras el desarme y la desmovilización son fases relativamente rápidas, verificables y que toman provecho del entusiasmo inicial causado por el descenso de la violencia y la visibilidad internacional alcanzada por el proceso durante las primeras etapas, la reinserción, en cambio, exige un compromiso financiero muy

alto, sus resultados son valorables tan solo en un largo plazo (Angulo, 2011)
(CITA DE CITA, PAGINA, AÑO)

Partiendo de la realidad este dinero para la reinserción, está siendo recaudado por la creación de contribuciones para un país con necesidades de paz, esta etapa es la que se vive actualmente en Colombia con el proceso de desmovilización, donde personas que pertenecieron a grupos ilegales llegan a un país con una tasa desempleo 8.9% Según el DANE en junio del año 2016 la tasa de desempleo fue de 8,9 %, con una tasa de participación de 64,6 % y una ocupación de 58,8 %, "altas y estables", según Mauricio Perfetti, director de la Entidad estadística (PORTAFOLIO, 2016).

Donde claramente si no existe una demanda de empleo y si llegara a existir, el salario no sería el mejor para cubrir con todos los gastos de la canasta familiar; problema que el gobierno llegara a dar una posible solución creando empresas; donde estas contarían con un control interno y por tal motivo es necesario la capacitación de estos mismo para que puedan encajar en un ambiente de control sin que esto afecte el mismo.

trascendental este punto porque al disminuir el desempleo la empresas se relacionan directamente porque son ellas quienes contratan este personal las cuales cuentan con un control interno el cual está debidamente compuesto y entre ellas encontramos el contrato de personal capacitado, hay que tener en cuenta que el gobierno se ve obligado a capacitar de manera satisfactoria a estos individuos por qué las empresas no van a contratar personal que no esté plenamente capacitado por lo que es necesario decir que estas buscan la protección de sus activos lo cual con lleva a seguir estrictamente su control interno el cual esta costa de componentes que no pueden verse afectados.

No hay que olvidar que el objetivo de una reinserción es convertir a las personas desmovilizadas en miembros económicamente independientes y socialmente aceptados por sus comunidades” (Nussio, 2012). Es decir que estas personas puedan generar ingresos para su familia ya sea mediante actividades económicas independientes o perteneciendo a un ente organizado denominado empresa donde encontrara políticas que deberá seguir y respetar las cuales exigen una serie de capacidades con las que deberá contar tales como valores éticos, para así conformar un ambiente de control sin alterarlo de manera negativa con actitudes no adecuadas y esto afecte la producción en la empresa en la que está laborando, un ejemplo a esta situación seria que una persona reinsertada al sentirse controlado por otra persona ya sea gerente o jefe de área pueda llegar a agredir o en caso contrario el jefe por falta de valores éticos lo agrede por el simple hecho de ser persona reinserta, es decir, discriminación, ante esta situación se está vulnerando un elemento importante del control interno (integridad y valores éticos).

En consecuencia, la “reintegración, comprende desde la desarticulación del grupo armado hasta que los combatientes recobran el carácter civil para garantizar tanto a desmovilizados como sociedad una seguridad completa no olvidando que dentro de esta sociedad se encuentran las empresas las cuales

manejan unas políticas internas las cuales pueden verse afectada por la conducta de estos desmovilizados si el proceso de reintegración no brinda garantías necesarias. (política nacional de reintegración social y económica para personas y grupos armados ilegales, 2008)

Como resultado de esto habría una serie de dificultades en cuanto a la inclusión social y económica de estas personas, viendo estas como un inconveniente para el proceso de reintegración, y a su vez “los principales obstáculos al proceso de reintegración, se encuentran los asociados con: el perfil de los desmovilizados, que dificulta su inclusión social y económica; en algunos casos, la falta de articulación, disponibilidad, pertinencia, suficiencia”. (Consejo Nacional de Política Económica y Social, 2010), es decir que es necesaria la capacitación de estas personas para que el proceso de reinserción se concluya exitosamente

Resultados

A partir de los elementos descriptivos anotados, se pueden mencionar los siguientes enunciados:

Cuadro1. Relación entre ambiente de control y el proceso de reintegración del postconflicto en Colombia.

Ambiente de control	Proceso de reintegración
Integridad y valores éticos	Apoyo psicosocial (inculcan valores éticos y buenas conductas)
Competencias	Educación formal (competencias)
Subordinación	Etapas para la formación para el trabajo
Experiencia y dedicación de la alta administración	
Filosofía administrativa Retroalimentación	

Frente a la problemática de rechazo laboral a los reinsertados se puede dar solución poniendo en práctica diferentes actividades donde concienticen a empleados y empleadores, de la importancia de la inclusión de estas personas y a través de capacitaciones concientizar que son personas y que merecen una segunda oportunidad y que se puede trabajar en equipo con ellos olvidando su pasado, para que no se afecte el ambiente de control de las empresas colombianas; es de gran importancia que estas charlas y capacitaciones se dictaran al menos tres veces al año cuando en un futuro no muy lejano se ve una paz que implica aceptar y perdonar a estos individuos y así mismo incluirlos en una vida social, económica, laboral, cultural entre otras.

Referencias Bibliográficas

- Política nacional de reintegración social y económica para personas y grupos armados ilegales . (01 de diciembre de 2008). a d.c.
(01 de diciembre de 2008). *política nacional de reintegración social y económica para personas y grupos armados ilegales*. a d.c.
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2010).
- NORMA INTERNACIONAL DE AUDITORÍA 315. (15 de octubre de 2013). *Resolución del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas*. España.
- Angulo, L. (2011). : *LA VIDA ECONOMICA DE PERSONAS DESMOVILIZADAS EN CIUDAD BOLIVAR, BOGOTA*. Obtenido de <http://www.reintegracion.gov.co>: <http://www.reintegracion.gov.co>
- Bautista, M., & Hernandez, f. (2009). *El control interno de las entidades estatales*. Edición nueva jurídica.
- CONPES. (s.f.). Obtenido de <http://www.reintegracion.gov.co>
- CONPES. (1 de 12 de 2008). <http://www.reintegracion.gov.co>. Obtenido de <http://www.reintegracion.gov.co>: <http://www.reintegracion.gov.co>
- española, R. a. (s.f.). *edición tricentenario*.
- Gaviria, G. (1994). EL CONTROL INTERNO. En G. Gaviria, *EL CONTROL INTERNO* (pág. 31). Medellín: Lumisa Noriega Editores.
- Hernandez, J. (s.f.). *El control interno de las entidades estatales*.
- Hernández, J. Y Castillo, B. (2015) Desafíos y responsabilidades de la profesión contable frente a la contabilidad ambiental
- Jhierruf, r. (s.f.). *Auditoría administrativa con cuestionario de trabajo*. Lumisa Noriega Editores.
- Jhierruf, R. (s.f.). *Auditoría administrativa con cuestionario de trabajo*. Lumisa Noriega Editores.
- Ley 87 DE 1993 (Noviembre 29) “Por la cual se establecen normas para el ejercicio del control interno en las entidades y organismos del estado y se dictan otras disposiciones” el Congreso de Colombia, Obtenido de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=300
- Nussio. (2012).
- PORTAFOLIO. (29 de 06 de 2016). Obtenido de <http://www.portafolio.co/economia/empleo/dane-tasa-de-desempleo-en-colombia-junio-2016-499187>
- Rodriguez, k., & Herrera, d. (2016). *ambiente de control frente al postconflicto*.
- Springer. (2005).
- Universidad del Rosario. (s.f.). *Jurisprudencia » Experimentos sobre reconciliación política en Colombia » Postconflicto*. Obtenido de *Jurisprudencia » Experimentos sobre reconciliación política en Colombia » Postconflicto*

**DRIVING SCHIZOAFFECTIVE ENGAGEMENT: THE ROLE OF
EXPERIENTIAL MARKETING AND EXPRO IN THE NON-PROFIT SECTOR**
IMPULSAR EL COMPROMISO ESQUIZOAFECTIVO: EL PAPEL DEL MARKETING EXPERIENCIAL Y
EXPRO EN EL SECTOR SIN ÁNIMO DE LUCRO

Artículo de Investigación

Héctor Durango Galván

hector_durango@cun.edu.co

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Abstract: This article aims to analyze the relationship of experience providers (ExPro) as affective stimulators in experiential marketing in non-profit organizations in the Colombian Caribbean region, was framed in the complementary methodology, under the type of correlational studies and was carried out under a non-experimental, transactional and field design. The facts were also studied from 01 January/2018 to 30 November/2018, where a questionnaire with a Likert scale was applied, which was validated at the discretion of 5 experts with an alpha coefficient of Cronbach 0.85 (Very high), aimed at a population of 273 young people between 18-25 years in the Departments of Cordoba and Sucre which are intervened socially for 5 foundations, statistical data were processed in Microsoft Excel2010, SPSS 8 and @risk (Montecarlo method), subsequently 3 marketing experts were discussed and interpreted through the hermeneutic or interpretive method using it as a tool for qualitative analysis Atlas.ti8 software, generating criteria for weighting and design of inference rules in the fuzzy logic module (Matlab2017), to obtain the following conclusions: standard deviation of 0.23982, correlation between variables of 0.666 (moderately positive). Consequently, 7 rules were generated for the inference module under the simplification of 5 categories of the Likert scale to 3 categories according to proportionality: Fuerte:3.41 - 5.00 [0.4698 0.7012 1,081 1,091], Medium 2.61 - 3.40 [0.456 0.538 0.562 0.669] andDébil1.00 - 2.60 [-0.239 -0.0135 0.3026 0.68], as a significant find:the internal staff(Expro)generates greater influence among the site stimulators effective essay organizations.

Keywords: Expro Marketing, Affective SicoStimulators, Loyalty, and Non-Profit Organizations.

Resumen: Este artículo tiene como objetivo analizar la relación de los proveedores de experiencias (ExPro) como estimuladores afectivos en el marketing experiencial en organizaciones sin fines de lucro en la región del Caribe colombiano, se enmarcó en la metodología complementaria, bajo el tipo de estudios correlacionales y se llevó a cabo bajo un diseño no experimental, transaccional y de campo. Los hechos también fueron estudiados del 01 de enero de 2018 al 30 de noviembre de 2018, donde se aplicó un cuestionario con una escala Likert, que fue validado a discreción de 5 expertos con un coeficiente alfa de Cronbach de 0,85 (muy alto), dirigido a una población de 273 jóvenes entre 18 y 25 años en los departamentos de Córdoba y Sucre que son intervenidos socialmente por 5 fundaciones, los datos estadísticos fueron procesados en Microsoft Excel 2010, SPSS 8 y @risk (método Montecarlo), posteriormente 3 expertos en marketing discutieron e interpretaron a través del método hermenéutico o interpretativo

usándolo como herramienta para el análisis cualitativo del software Atlas.ti8, generando criterios para ponderación y diseño de reglas de inferencia en el módulo de lógica difusa (Matlab 2017), para obtener las siguientes conclusiones: desviación estándar de 0,23982, correlación entre variables de 0,666 (moderadamente positiva). En consecuencia, se generaron 7 reglas para el módulo de inferencia tras la simplificación de 5 categorías de la escala Likert a 3 categorías según la proporcionalidad: Fuerte: 3,41 - 5,00 [0,4698 0,7012 1,081 1,091], Media: 2,61 - 3,40 [0,456 0,538 0,562 0,669] y Débil: 1,00 - 2,60 [-0,239 -0,0135 0,3026 0,68]. Como hallazgo significativo, el personal interno (Expro) genera mayor influencia entre los estimuladores del sitio en las organizaciones de ensayos efectivos.

Palabras clave: Marketing Expro, Estimuladores Afectivos Sico, Lealtad y Organizaciones sin Fines de Lucro.

Introduction

The processes of globalization and internationalization have led to changes in the community needs of the world village, precisely as regards social care according to Noroño and Acevedo (2019), Zatepilin-Monacell(2015)and Ranci (2015)consider them to be destined for the different systems of government contribution for social, economic and environmental improvement by companies, which are articulated with the regulations of each region and leveraged by non-profit organizations, comply with these obligations.

Therefore, the non-profit organizations according to Sundermann and Leipnitz (2019), Pressgrove, Geah Nicole, and Brooke Weberling McKeever(2016), have maintained a complex dynamic product of today, turning other dimensions into the set of needs and requirements,in order to expand its spectrum of action and acceptance in the sectors of influence. So organizations with better competitive advantages are characterized by the formulation of strategies in the marketing airline, and the goal is to meet the needs of their communities, developing action plans to position its services, through tactics related to distribution channels, promotion, and management of consumer experience as explained by Tanner (2019).

In this way, organizations are in constant interaction with their beneficiaries, and each exchange has new experiences, which can lead to strengthening or weakening relationships. In this sense, the management of knowledge of the recipients has become a marketing tool that represents a powerful ally with which to achieve as an end: the loyalty of the beneficiaries to the social plans of organizations without for-profit, obeying the business principle that: a satisfied customer, is a loyal customer.

Therefore, the concept of loyalty has aroused the interest of specialists such as Dick and Basu (1994), and more recently Carroll and Kachersky (2019) who were precise in suggesting that a favorable attitude and repetition of the provision of the service to define loyalty, they raise the idea of commitment is an attitude/behaviour framework, as a concept related to the repetitive behavior of the provision of the service, which means increasing the repetition of service to the beneficiaries .

Currently, marketing plans in non-profit organizations according to Habibpour, Mohammad, Mathieu, Roland and Marc (2018), try to incentivize the customer experience (communities served) as a tool for to achieve a link between communities,

which is why, inexperienced marketing represents the key to organizational success, because it integrates a set of innovative policies and strategies, focused on generating competitive advantages, based on the psycho-affective involvement of beneficiaries and the creation of experiences linked to social service.

For authors, primary conceptualization must lie in the successful experiences at the level of exponential success derived from organizations that assume a leading role give way to marketing to raise the level of social impact and at the same time, deliver to know their role as an outreach organization of social aspects, Marden with their objectives set up and pursued, and the leaders of non-profit organizations must update their strategies by benchmarking on organizations homologates, to pursue achievement as a form of expression. Likewise, the concept of "experiential marketing" is assumed as the form of evolution involving innovation and initiative, where a non-profit organization, positions itself in society using marketing to locate, achieve and obtain the supporting research, social and cutting-edge activities, with the aim of socializing not only their goals but also their achievements.

In this same sense, experience marketing manages to transform a community into a faithful and loyal beneficiary to the organization. However, theorists such as Enright and Scott (1994), Hernandez (1998), Ivancevich and Lorenzi (1997), consider that non-profit organizational competitiveness is not subject to contributions for monetary concepts given to communities, on the other hand, Castro, Marques and Viegas (2018) analyzing Schumpeter and his theory clarify that, however, in the studies conducted by Ivancevich and Lorenzi (1997) and Wymer, Walter and Gomes (2006), it was shown that the monetary factor as an incentive to beneficiaries, is not a significant element that generates remembrance in the communities served, so it is considered the following order of prioritization by the cities: attention to the citizen, contribution of the benefit to be granted, means of campaigning and environments for the development of activities by establishing competitiveness as a determining factor and in symbiosis with the above.

This finding is consistent with the new marketing paradigms developed by Hommerová and Severová (2019) as well as Hilton (2015), which consider the best advertising to be the products and services offered, because it is the only cost-effective way to create valuable, meaningful and positive experiences for customers, who see in the products solutions. Therefore, if organizations want to differentiate themselves in their market segment from the competition, they must generate stimulus before, during, or after the provision of the service. A good brand experience causes beneficiaries to be the best ambassadors for products or services, so the trend in marketing plan design is considering those aspects that stimulate feelings and thoughts such as remembrance mechanism.

The concept of affective experiences consists of the set of significant traces in the patterns of thoughts and feelings of customers in relation to the product, according to Brakus, Schmitt, and Zarantonello (2009), can be positively and associative through experience providers, in order to generate loyalty and consolidation between communities served and social organizations. However, for the authors it implies more than just experience or stimulation, that is, it goes much further, involves the creation or birth of a relationship framed in profound experiences of affective-mental bonding, establishing an

approach that enables learning and shared effort that drives a perpetual valuation mechanism.

These patterns of thoughts and feelings are presented in the module of experiences described by Holbrook and Hirschman (1982) and Schmitt (1999), who aim to create holistic experiences in clients, through brands that carry associated sensory, affective and creative perceptions that are easily associated with a particular lifestyle. As described above, the possibility of a psychoactive relationship in imperiled marketing in non-profit organizations in the Colombian Caribbean region is considered.

Concepts

This article is theoretically structured through Table No. 1, which sets out the dimensions and indicators to be conceptualized, as well as the data collection tool and the relationship with the items.

Table No. 1.- Table of Operationalization of the Variable

Variable	Dimensions	Indicators	TECHNICAL/ Instrument	Items
MARKETING EXPERIENTIAL Nonprofits	Experiences SICOAFFECTIVES	Feelings	Survey Questionnaire	1-3
		Thoughts		4-5
	EXPRO (Experience Providers)	Media and Campaigns		6-8
		Brand Identification		9-10
		Space environments		11-12
		Internal Staff		13-15

Source: Researchers (2018)

SICO-AFFECTIVE Experiences

In talking about lifelong experiences, we are immediately reminded of the world-accepted concepts of Underwood (2003) and Schmitt (1999), which propose that no two types of skills are the same, therefore, they can be classified according to their properties different kinds of experiences, each with its inherent structures and processes, highlighting two experiences that generate higher recall and brand experience in social beneficiaries by social organizations, these are the feelings and thoughts. However, other authors such as Vigolo, Bonfanti and Brunetti (2019) defend the thesis that one cannot think only of the properties of socio-affective and socio-affective experiences, but also of the ways of identifying them based on the experimentation learned in similar or peer-like cases, with which it is possible to construct and verify the existence of structured processes of legitimate benefits arising from such social interactions.

Feelings

According to Cano (1989), he believes that our sentimental life is legitimately seen as constituting in some way our real personality. As a result, it is different in each, everything we feel in different ways, which to some could cause a positive feeling; others could be negative. Passion is an essential part of the cycle of our lives. As Myers (1980) comments, and in closer studies conducted by Choudhury (2019) where it is denoted that it is necessary to establish a connection between sensations and feelings, since without that a meaningful experience is not possible, in the meantime if there are no feelings, there is no human being. In good or bad shape, everyone in this world feels. There are many feelings that can be experienced, and depending on how we have grown is how we find those that are frequent and those that we could inevitably set aside because as the days go on, using new sensations, emotions and experiences, invade our bodies.

One can speak of feelings being moods; these states are not intervened by consciousness, which would mean that these arise unexpectedly without wanting to happen. According to Heller (1999), feeling means being involved in something, that something can be anything: another human being, a concept, myself, a process, a problem, a situation, another feeling, another implication, which can be positive or negative, active or reactive, direct or indirect, in other words, we must take advantage of these innate sensations of the human being to increase the effectiveness of marketing experiences as it increases the chances of a secure connection between the brand and the potential directly proportionally improving the construction of that relationship of loyalty to the brand or organization.

Moreover, Modi and Sahi (2018) refer to the internal, to the connection beyond the ethereal, the intangible that is observed to what the authors call an "oriented relationship." Feeling is an "internal" event separate from external objects, feelings relate to each other, and we can feel them by different situations, moments and people, and their meaning can vary depending on the application we're giving you. Through feelings, it is about defining or externalizing the sensations we experience. Through emotions we express an "experience," without the expression of opinion, the impressions would remain vague and indifferent.

On the other hand, Brakus, Schmit, and Zarantonello (2009), sentiment marketing appeals to the innermost feelings and emotions of customers, to create affective experiences ranging from slightly positive moods linked to even strong emotions of joy and pride. What is needed for sentiment marketing to work is a clear understanding that stimuli can provoke certain emotions, as well as the consumer's willingness to undertake perspective and empathy.

According to Doron and Parot(1998), sentiment may concern internal (the self) or external objects (nature); hence, the subject's experience, however intimate, links him to private sources or strange situations. Feelings are the modes of insertion of those subject to existence. Also, for this article, beliefs are defined as strategic tools of experiential marketing, which appeal to the innermost feelings and emotions of the beneficiaries, which serves as a framework for the understanding the relationship of experience providers(ExPro) as affective psycho stimulators innon-profit organizations in the Colombian Caribbean region.

Thoughts

In this same order of ideas, Nageswarakurukkal, Gon-alves, and Moshtari (2019) as well as, Han, Kim, and Kim (2011) and Feldman (1997) define thinking as the manipulation of mental representations of information. An illustration can take the form of a word, visual image, sound, or data in any other sensory mode stored in memory. Thought transforms a specific representation of information into new and different ways, allowing you to answer questions, solve problems, and achieve goals.

Fort Myers (1980) and Vodi-ar(2017) thought or cognition, it is the mental activity associated with processing, understanding, the ability to remember and communicate. Cognitive psychologists study these spiritual activities, including logical and sometimes ideological ways in which concepts are created, problem-solving, decision-making, judgment-forming, and interrelated with others. Cognitive psychologists study mental activities, including the logical and sometimes ideological ways in which concepts are created or problems resolved.

According to the contrast with these authors, it can be considered that thoughts are defined as mental activity that allows answering questions, solving problems and achieving goals; focused on creating cognitive experiences that have the possibility to harness and sometimes mediate what people reconsider old assumptions and expectations, as well as can manipulate mental representations of information and improve the ability to understand, remember and communicate.

As for Marketing, thoughts combine a strategic marketing tool that appeals to the attraction of convergent and divergent thinking of nonprofit users, focusing on the creation of cognitive experiences. This works as a framework for understanding the types of skills that can be employed by experience marketing.

Experience Provider

For the creation of positive affective psycho experiences, it is necessary what Schmitt (1999) and Lara and Nuria (2013), called Experience Providers or ExPros. Exports are tactical instruments aimed at creating experiences based on a set of sensations, feelings, thoughts, actions or relationships, through the use of both internal and external communications in the company, the development of visual/verbal identity (name, logos, symbols), product presence (design, packaging and branded characters), brands (appearance of new products, development of events), spatial environments (design of establishment or place of contact websites and electronic media (creation of interactive experiences) and, finally, the foundation's own staff.

Media and Campaigns

According to Schmitt (1999) and Underwood and Klein (2003), Communication Experience Providers include advertising, external and internal communications of the organization such as magazines-catalogues, brochures, posters, banners, banners, and newsletters, annual reports, in addition to televised advertising, or through any communication, as well as public relations campaigns.

According to Underwood and Klein (2003), marketing communication messages through media or other marketing channels exist to communicate with different

consumers or business sectors. Marketing channels traditionally include advertising, live mail, packaging, and sales promotion in conjunction with the relatively latest sponsorship, pruning, and digital or live brand experiences. Selected channels need to be integrated to maximize an organization's impact if as a result, to more effectively achieve marketing communication goals.

Underwood and Klein (2003) define communication as something that deals with the logical method used to offer the sale of a service or product using advertising as the primary tool, it also verifies the functionality of communication by means of 3 aspects that are "knowledge of the universe of protesters, understanding of the universe of the manifested and acceptance or rejection of purpose" then states that all this depends on the receptibility of the consumer.

Brand Identification

According to Schmitt (1999), the phenomenon of identifying an individual with a trademark is conceptualized as a specific type of social identification where the object with which the subject identifies is a particular mark. Social identification, based on the concept of the theory of Social Identity, is the perception of belonging or connection with a specific group (Ashforth and Mael, 1989; Bhattacharyaet, 2008; Mael and Ashforth, 1992).

Identification occurs as a result of a subjective process of comparison between the identity of the mark and the consumer's personality. Like other Dutton, Dukerich, and Harquail (1994) identification processes, it is triggered by a phenomenon of searching and overlapping common values between the brand and the consumer.

Space environments

As Schmitt (1999) reviews, space environments include buildings, offices and manufacturing spaces, commercial and public spaces, sectoral stands. In the meantime, spatial environments are often the most global cultural expression of the brand, the values, and behaviors behind a brand.

On the other hand, Zeithaml (2005) believes that the physical place may be more or less critical to achieve the marketing of the organization and other objectives that depend on certain factors. In marketing, decisions about how facilities should be designed can focus almost exclusively on the needs and preferences of employees. Likewise, the place can be organized to keep employees motivated and to improve productivity, teamwork, operational efficiency, or any goal of organizational behavior. The environment needs to be planned to attract, satisfy, and facilitate the activities of both users and employees simultaneously.

Lovelock and Wirtz (2009), in high contact services, the environment has a fundamental role in creating the service experience in increasing or decreasing user satisfaction. Different organizations, from hospitals, hotels, restaurants, and professional companies, recognize that the service environment is an essential component of the marketing mix and the overall proposition of value. Service environments also called service panoramas, relate to the style, appearance of the physical environment, and other elements experienced by customers at the sites where the services are delivered.

Internal Staff

For Jordan, Rudeen, Hu, Colonna, and Draper (2019), Ambler, Bhattacharya, Edell, Keller, Lemon, and Mittal (2002) and Schmitt (1999), and Zeithaml (2005), agree that staff can be one of the most effective previous experiences for the five Modules Strategic Experiences (MEE). The team includes promoters, company representatives, service providers, user service providers, and anyone else who may be associated with an organization or mark.

According to Lovelock and Wirtz (2009), contact employees who often work in teams, are a critical factor in delivering a service of excellence and for achieving a competitive advantage. Well, it closely links the operational functions of marketing and human capital to create an active exchange of value between the organization and its users.

According to Bandyopadhyay and Ray (2019), Kotler and Lan (2009), the sales force functions as a decisive link between a non-profit organization and its users. In many cases, vendors serve both masters: the recipient and the one who offers the service. First, they represent the company to customers: they find and cultivate new customers and communicate information about products and services, for this article the internal staff is defined as a critical factor in the delivery of excellent service.

Investigation Procedure

To present the results in an organized manner, they were structured in 4 phases:

1. **Phase I: is to** give the problem of study and theoretical support, generating a holistic view of the affective experiences of users through the providers of lessons that integrate the Experience Marketing in Non-Profit Organizations.
2. **Phase II: consists of** methodological design, in this research a series of items were designed that follow the previously established indicators that make up a 15-item questionnaire, which was subjected to the validation and reliability criteria to 3 experts' opinion, and then applied personally and individually to each of the young beneficiaries of the social entrepreneurship programs of the non-profit organizations located in the departments of Córdoba and Sucre. The questionnaire is designed with Likert-type at-original scale with five (5) answer alternatives: Agree (5), Agree (4), Neither Agreement nor Disagree (3), Disagree (2), Totally Disagree (1), to measure dimensions: Affective S ico and EXPRO experiences. On the other hand, the criteria are set interpretation of data through Table No. 2.

Table No. 2.- Data Interpretation and Equivalents.

Value	Alternatives	Ranges	Categories	Equivalent	Matlab Ratio
5	Totally Agree (TA)	4,21 – 5,00	VERY HIGH PRESENCE	Strong 3,41 - 5,00	[0.4698 0.7012 1.081 1.091]
4	Agreement (DA)	3,41 – 4,20	HIGH PRESENCE		

3	Neither Deal nor Disagreement (NA/ND)	2,61 – 3,40	MODERATE PRESENCE	Middle	2,61 - 3,40	[0.456 0.538 0.562 0.669]
2	Disagree (ED)	1,81 – 2,60	LOW PRESENCE	Weak	1,00 - 2,60	[-0.239 -0.0135 0.3026 0.68]
1	Totally Disagree (TED)	1,00 – 1,80	VERY LOW PRESENCE			

Source: Researchers (2018)

Analysis Unit:

The analysis unit consists of 940 young people who benefited from the social entrepreneurship programs, stratified in 2 departments and served by 3 non-profit organizations, however, given the limitations on access to the rural sector of the communities, a sampling technique was applied, so to calculate the sample, the formula was applied Sierra and Bravo (1991):

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q} \quad \text{Where:}$$

n: Represents sample size

Z: Represents confidence level (standard distribution table)

e: It constitutes the sampling error. Typically, this value ranges from 5% to 10%. In this case, a value of 5% was used.

p: Es probability in favor

q: is the probability against

N: This is the total size of the population.

The Confidence Level was 95% with a Confidence Interval:5%, after, probabilistic sampling was applied using the stratified sampling technique called assignment proportional, remaining, representing as follows:

Table No. 2.- Research Population and Sample

Young social entrepreneurship	Population	%	Sample
Department of Sucre	460	49%	134
Department of Córdoba	480	51%	139
importe	940	100%	273

Source: The Researchers (2018)

On the other hand, it is worth mentioning that the population under study is made up of young people of stratum 0-1, age between 18-25 years, 1% university student, 25% high school student and the rest in street situation.

1. **Phase III:** at this stage, statistical analysis techniques are applied in two steps:
2. **STAGE 1 Descriptive Statistics:** processes the information obtained through the questionnaire through the Microsoft Excel 2018 and IBM SPSS STATISTICS programs, all of which allow to perform a series of interpretations according to

the scale designed for this purpose, and subsequently, are contrasted with the theoretical argument set out in the conceptual framework.

Table 3.- Data processing of the AffectiveSicoExperiences dimension

Dimension	INDICATORS	N°	TA(5)		DA(4)		NA/ND(3)		ED(2)		TED(1)		TOTAL	
			FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR
SICO-EFFECTIVE	Experiences	1	132	48%	106	39%	22	8%	8	3%	5	2%	273	100%
	Feelings	2	85	31%	93	34%	65	24%	21	8%	9	3%	273	100%
		3	144	53%	85	31%	25	9%	15	5%	4	1%	273	100%
	Thoughts	4	96	35%	132	48%	25	9%	15	5%	5	2%	273	100%
		5	119	44%	68	25%	39	14%	25	9%	22	8%	273	100%
Average			115	42.2%	96.8	35.5%	35.2	12.9%	17	6.2%	9	3.3%	273	100,0%
Value of alternatives			2.10989011		1.41831502		0.38681319		0.1230769		0.03297			
INDICATOR CATEGORY														4
														HIGH PRESENCE

Source: The Researchers (2018)

Table 3 shows a score of 4, according to the scale of data interpretation is framed in high presence, highlighting a psychoactive stimulation inclined towards the generation of feelings and thoughts, caused directly by the providers of experiences according to Table 4.

1. **STAGE 2 InferentialStatistics:** From the descriptive statistic analyses, the Pearson correlation coefficient is applied as a linear measure between the dimensions: PsychosocialExperiences and EXPRO, generating Table No. 4.

Table No.4.- Correlations of dimensions

		Experiences AffectiveSico	ExPro
Affective Sicoexperiences	Pearson correlation	1	,666**
	Gis. (bilateral)		,001
	Sum of squares and vector products	11,492	2,596
	Covariance	,245	,055
	N	48	48
ExPro	Pearson correlation	,666**	1
	Gis. (bilateral)	,001	
	Sum of squares and vector products	2,596	2,703
	Covariance	,045	,048
	N	273	273

**. The correlation is significant at level 0.01 (bilateral).

Source: The Researchers (2018)

As for the correlation coefficient, it made it possible to make estimates of the value of the health experiences knowing the behavior of the experience providers resulting in an amount of 0.666 indicating a degree of association between the variables positive (as providers of experiences grow or decrease, the psycho-affective skills in young entrepreneurs increase or shrink).

To corroborate the incidence of these components, we have carried out an exercise to slow you down their specific weight of the Experience Providers in stimulating Sicoaffective experiences. The data from the descriptive statistic were taken to find out their incidence.

In addition, statistical parameters such as arithmetic means, upper and lower limits of each of the experience providers were created and different types of distribution were determined according to the comporting of each component, data normalization and inconsistencies elimination techniques were immediately used to determine the sample of companies and proceed to the simulation and analysis of 100 thousand iterations or synthetic data of the possible behaviors of Expro.

The tool applied for the analysis of the selected information was @risk, a software(*Palisade Corporation, U.S.*) robust in terms of risk estimation in the business environment, which uses the Monte Carlo simulation technique. As is widely known in the field of simulation models, Monte Carlo follows an entirely random process where variables are first selected with their probabilities of occurrence; then, random numbers are generated in a large sample and quantity; third, each random number is applied over the area of the cumulative probability frequency; and fourth, the final variables are obtained which are used as if they were variables offered by reality (Head and Torra, 2007).⁴

The importance of building simulation models, especially with Monte Carlo, is that it is about doing analysis on the influence of marketing with deterministic numbers to probabilistic behaviors, and that implies a substantial advance that changes the way you interpret the results from a constant or purely deterministic approach, where there is only one scenario, to a predictable oscillation approach where there can be multiple scenarios and each with odds of occurrence.

For this exercise of incidence of the four Expros that affect the psychoactive stimulation of users in non-profit organizations, 100,000 iterations were defined, representing a large amount of data the parameters of information collected and accumulated to estimate a likely distribution of the success that companies would have in real life, taking as input the information specific to Media and Campaigns, Brand Identification, Spatial Environments, and Internal Personnel. The results found from the simulation are presented in table number 6.

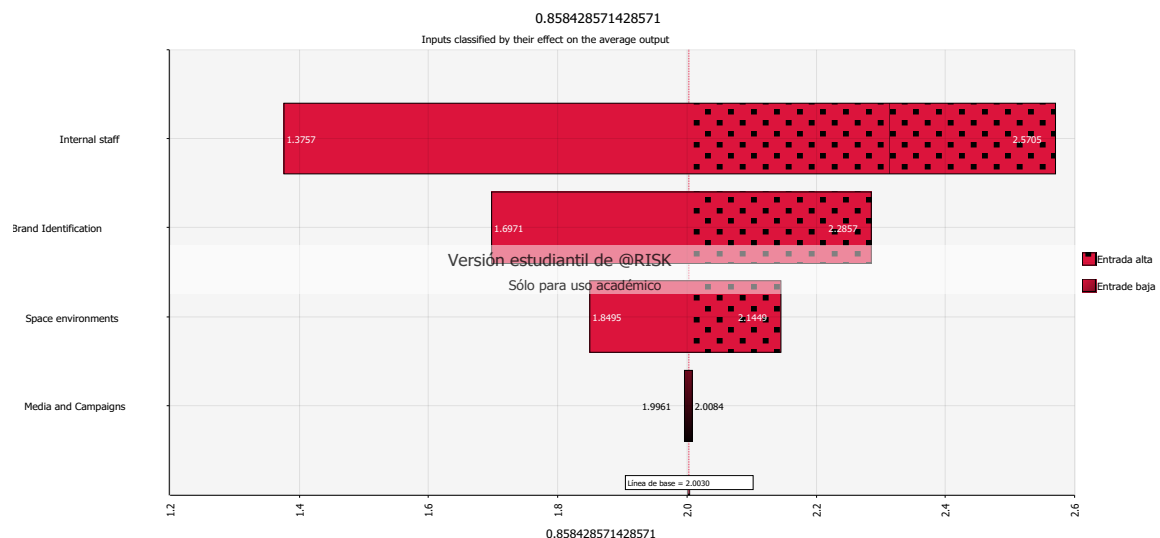
⁴The origin of this technique is due to Stanislaw Ulam and John von Neumann in 1946 and has had endless applications in different fields of knowledge. The expression Monte Carlo is associated with the gaming system of casino monte carlo, Principality of Monaco. In essence, it is a non-deterministic method used to approximate complex and costly mathematical expressions of accurately evaluating. According to Cabeza y Torra (2007) "it is a sampling whose experience objective is to estimate the distribution of a series of final variables that depend on probabilistic input variables".

Table No. 5.- Impact of Expro on psychoactive experiences

EXPRO (Experience Providers)				SICO-AFFECTIVE Experiences (Thoughts and Feelings)
Media and Campaigns	brand identity	Space <u>Environments</u>	Internal Staff	
2.946244591	3.179109242	4.436365958	2.887874704	2.234608326

Source: The Researchers (2018)

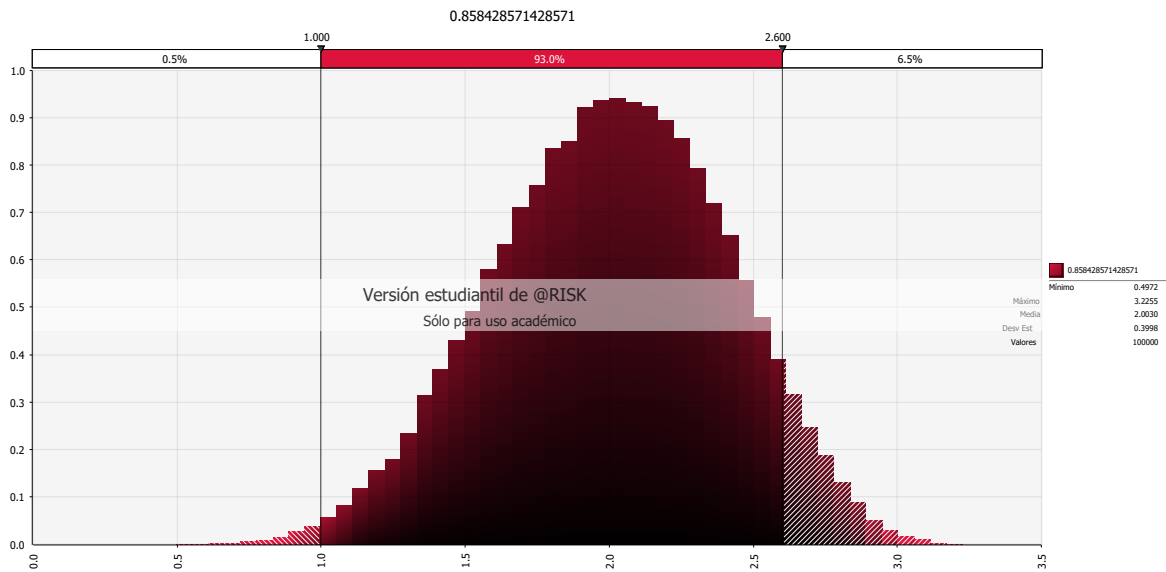
In the impact of Expro on the socio-affective experiences presented in Table 5, make clear the predominant role of internal staff in generating positive thoughts and feelings to users who access the services of the non-profit organizations in the Colombian Caribbean region. These results are also illustrated in Figure 1.

Figure1.- Tornado. Change in an average output of Expro vs. Expro the psycho-affective experiences.

Source: The Researchers (2018)

The tornado figure shows the sensitivity of the "inputs" variables to the "output" target, i.e., on the sycaraffective experiences. In this case, it is verified that the internal staff, Brand Identification, Spatial Environments, and Media and Campaigns, in that order, are the providers of experiences that can most impact on stimulation of positive cardiac experiences. You can see from this short analysis of sensitivity, is that the provider of media and campaigns experience is poorly correlated with the average result of the social skills of users of non-profit organizations.

Figure 2.- Probability density of the DEBIL category (1-2.60) of stimulation of Expro vs. Sicoaffective Experiences.

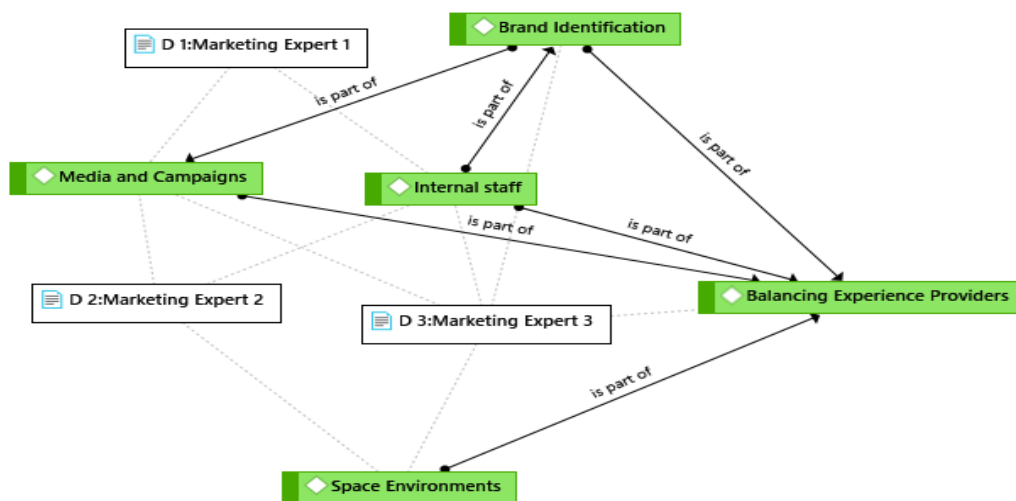


Source: The Researchers (2018)

Figure 2 shows that the referenced simulation of 100,000 iterations executed through the actual user parameters before experience providers show that 93.000(93%) synthetic users describe a weak stimulation of psychoactive experiences by non-profit experience providers.

Phase III: the results are discussed to a panel of 3 marketing experts, according to the selection criteria: 5 years of marketing experience in orreearnizaciones no fines de lucros, with postgraduate studies in marketing, such speeches are processed through Atlas. Ti, allowing to generate rules of inferences or patterns of behavior between the indicators of dimensions: Sicoaffective Experiences and EXPRO, creating a dynamic relationship that allows predicting positive predictive behavioral models in young entrepreneurs with non-profit experience providers. The speeches of the experts are summarized in Figure 3.

Figure 3.- Triangulation of experts and Categories.



Source: Researchers (2018)

Based on the inputs generated through the discussion of the results, the experts agree that the leading provider of positive psychoactive experiences is the internal staff, as they

are those who have a direct relationship, young entrepreneurs. However, they think you should be supported by the media organization. Thus, a comparison was made based on the correlation of each experience provider with the sycoffective experiences and based on such expert discussion, the rules of inference were built for the fuzzy inference module, according to the table No. 7.

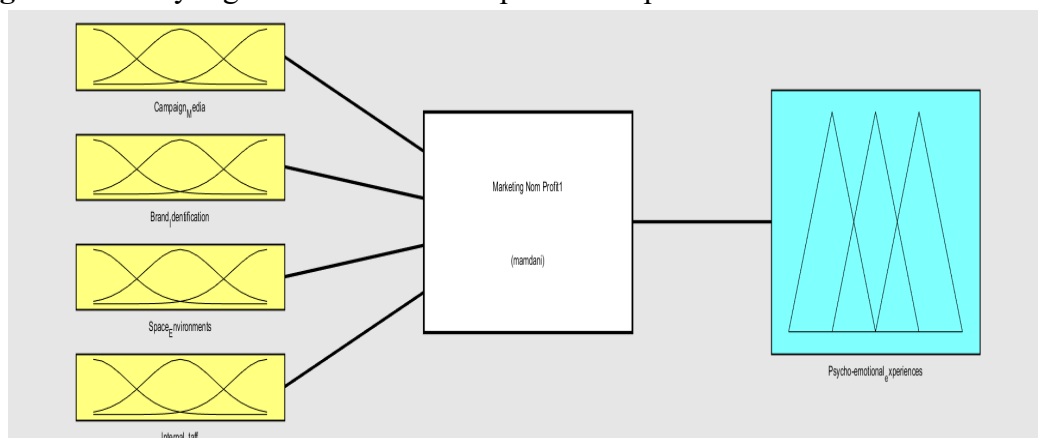
Table No.7.- Rules for the Design of the Diffuse Inference Module

Rules of inference	Media and Campaigns	Identification brand	Environments Spaces	Personal internal	Experiences Sicoffective
Rule of inference 1	Weak	-	-	Weak	Negative
Rule of inference 2	Strong	-	-	Strong	Positive
Rule of inference 3	Middle	-	-	Strong	Positive
Rule of inference 4	Strong	-	-	Middle	Positive
Rule of inference 5	Weak	Middle	Middle	Middle	Positive
Rule of inference 6	Middle	Middle	Middle	Weak	Negative
Rule of inference 7	Middle	Middle	Middle	Middle	Positive

Source: Researchers (2018)

Phase IV: Once the rules are obtained, we proceed to create the module of diffuse inference through to relate the dimensions: Sicoffective Experiences and EXPRO, through Fuzzy logic Matlab toolbox, according to the guidelines of Hernandez, Hernandez et. (2019) for the construction of input variables by reducing from 4 to 2 output variables as shown in Figure 1.

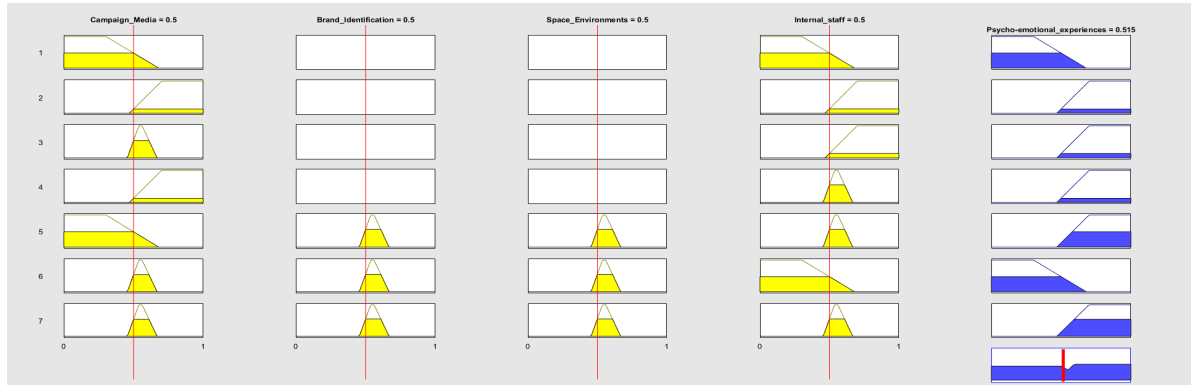
Figure 1.- Fuzzy logic toolbox Matlab input and output variables



Source: Researchers (2018)

In addition, the input variables were adjusted according to the Matlab proportionality described in Table STRONG [0.4698 0.7012 1.081 1.091], MEDIUM 2.61 - 3.40 [0.456 0.538 0.562 0.669] and WEAK 1.00 - 2.60 [-0.239 -0.0135 0.3026 0.68], defined in the Interpretation Scale (Table No. 2). Likewise, the behavior of the output variable (psychoactive experiences) is displayed according to the volatility of each input variable (Media campaigns, Brand Identification, Spatial Environments, And InternalStaff), as shown in Figure 2.

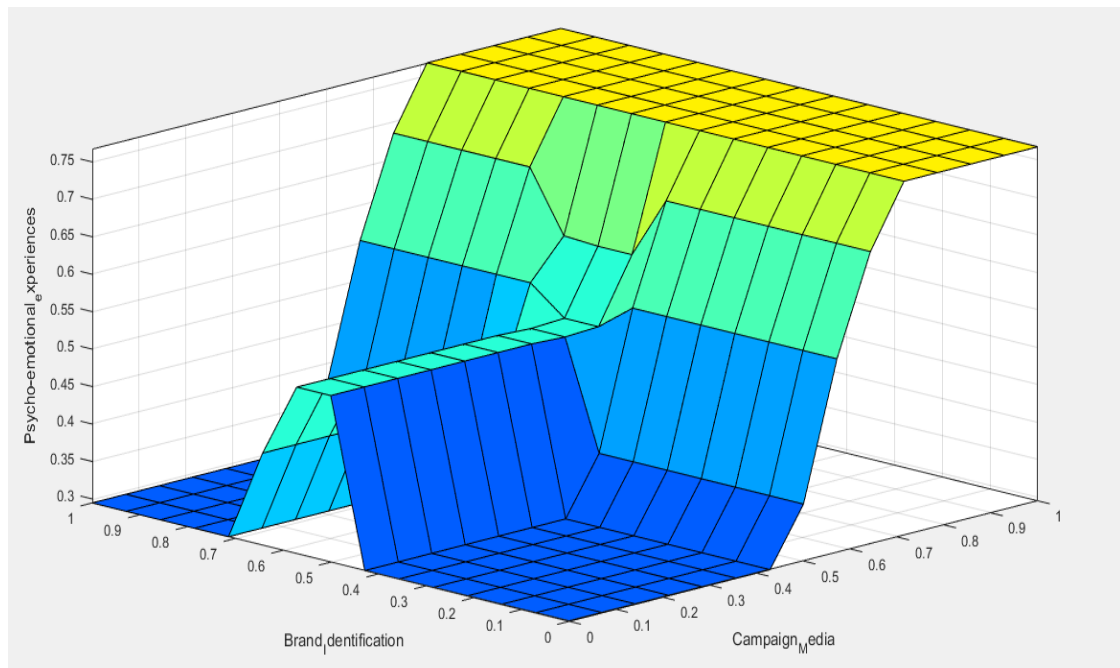
Figure 2.- Fuzzy logic toolbox Matlab input and output variables



Source: Researchers (2018)

In the image above, the membership set is seen according to the mobility of each input variable, resulting in changes in the category of the output variable, surface No. 1 and two are presented to deepen the understanding.

Surface No. 1 .- Affective Partner Experience Relationship vs. Brand Identification and Campaign Media through Fuzzy logic toolbox Matlab

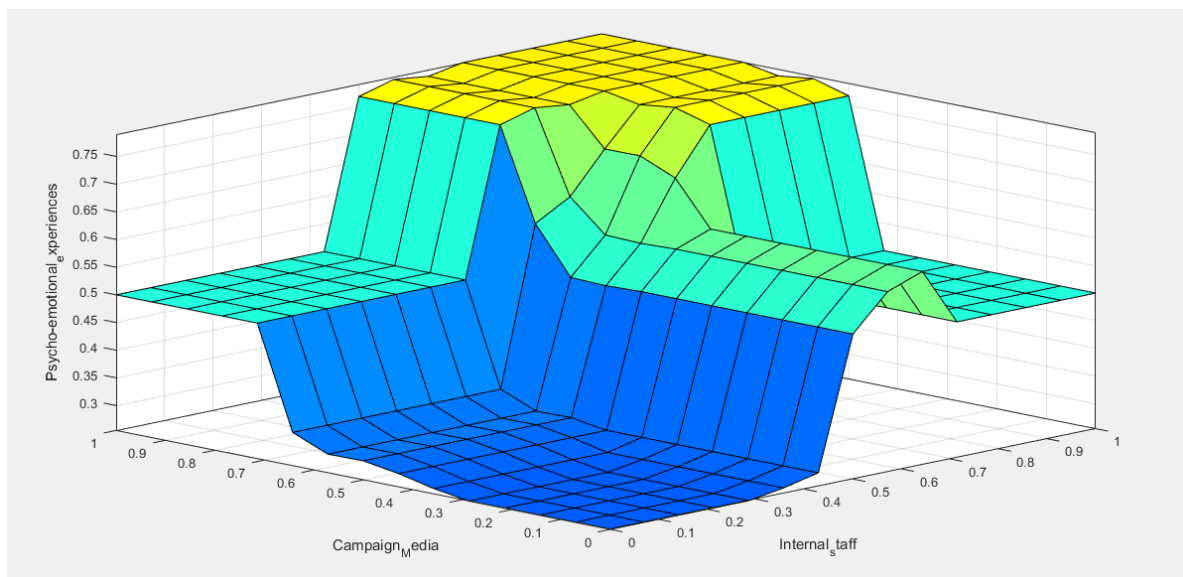


Source: Researchers (2018)

On this surface, it is noted that as the means of campaign approach 1, the psycho-affective experiences will be positive, however, when the means of campaign is less than 0.4 there will be affective stimulinegatives, it can also be seen that the identification of the mark does not show a representative impact on positive psychoactive experiences.

Similarly, surface No. 2 refers to the relation of emotional leisure experience vs. Internal staff And medios Campagna, and it is observed that as the personal campaign variable exceeds 0.65, it begins to generate positive changes in the psychoactive experience.

Surface No. 2 .- Affective Partner Experience Relationship vs. Internal Staff and Campaign Media through Fuzzy logic toolbox Matlab



Source: Researchers (2018)

On the other hand, it is evident that to the extent that domestic staff generate a value greater than 0.4 it begins to create positive psychoactive experiences, however, in isolation they are not sufficient to reach the upper limits in terms of skills therefore, as campaign media and internal staff are integrated, more enormous psychological benefits will be generated.

Conclusion

According to this study, it is concluded that there is a psychological relationship in the experiential marketing in non-profit organizations in the Colombian Caribbean region, which are characterized by stimulating feelings and thoughts of users through experience providers, highlighting them the stimulation of campaign media and internal staff, resulting in a correlation coefficient of: 0.666, that is, as the provider of experiences grows or declines, it generates life-skills positive or negative in young entrepreneurs.

On the other hand, it is derived from the point of view of the experts in which it is a great coincidence that, internal staff and the means of campaign are critical to the stimulation of positive psychoactive experiences, generating the rules of diffuse inference

that about the basis of the parameters analyzed allows generating forecasts according to the volatility of the providers of skills and their impact with the social experiences in non-profit organizations.

Furthermore, it is concluded that the existence of structured processes of legitimate profits arising from such social interactions can be constructed and verified which demonstrate that fidelity to the brand can be linked through relationships that result in deep and significant experience.

It is concluded that promoters, company representatives, user service providers, and anyone else who may be associated with a non-profit organization or brand closely link the operational functions of marketing and human capital, with which, their effort to create an active exchange of value between the organization and its users is a critical factor in the delivery of a service of excellence that results in an excellent contribution to the achievement of brand loyalty or organizes significant experiences that establish a psycho-affective relationship.

Bibliographic References

Ambler, T., Bhattacharya, C. B., Edell, J., Keller, K. L., Lemon, K. N., & Mittal, V. (2002). *Relating Brand and Customer Perspectives on Marketing Management*. *Journal of Service Research*, 5(1), 13-25. DOI: <http://doi.org/10.1177/1094670502005001003>

Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). *Social Identity Theory and the Organization*. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39. DOI: <http://doi.org/10.5465/amr.1989.4278999>

Bhattacharya, S., Zoladek, T., & Haines, D. S. (2008). *WW domains 2 and 3 of Rsp5p play overlapping roles in binding to the LPKY motif of Spt23p and Mga2p*. *The International Journal of Biochemistry & Cell Biology*, 40(1), 147-157. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.biocel.2007.07.007>

Bandyopadhyay, C., Ray, S. (2019) *Responsible Marketing: Can Social Enterprises Show the Way?* *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing* 31(2), pp. 164-183.

Choudhury, K. (2019). *Materialism, consumerism, and religion: A Buddhist Vision for nonprofit marketing*. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* e1634.

Cano-Vindel, A. (1989). *Cognición, emoción y personalidad: un estudio centrado en la ansiedad*. (Doctoral Thesis), Universidad Complutense, España.

Carroll, R., Kachersky, L (2019) *Service fundraising and the role of perceived donation efficacy in individual charitable giving*. *Journal of Business Research* Volume 99, June 2019, Pages 254-263.

De Castro, E.A., Marques, J., Viegas, M (2018) *The Schumpeter creative destruction hypothesis: A spatial assessment on Portuguese regions*. *Global Business and Economics Review*

20(2), pp. 198-212.

Dick, A. S., & Basu, K. (1994). *Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113. DOI: 10.1177/0092070394222001

Doron, R., & Parot, F. (1998). *Diccionario Akal de psicología (Vol. 16): Ediciones Akal*.

Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). *Organizational images and member identification*. *Administrative science quarterly*, 39(2), 239-263. doi: <http://doi.org/10.2307/2393235>

Enright, M., Francés, A., & Scott Saavedra, E. (1994). *Venezuela: el reto de la competitividad*. Caracas, Venezuela: IESA.

Gross, H.P., Rottler, M. (2019) *Nonprofits' Internal Marketing and Its Influence on Volunteers' Experiences and Behavior: A Multiple Mediation Analysis*. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 48(2), pp. 388-416

Habibpour, M. M., Peiffer, M., Pepermans, R., & Jegers, M. (2018). *How giving affects giving: a long-term analysis of donations*. *Applied Economics*, 50(21), 2402-2413. DOI: <http://doi.org/10.1080/00036846.2017.1397853>

Han, H., Kim, Y., & Kim, E.-K. (2011). *Cognitive, affective, conative, and action loyalty: Testing the impact of inertia*. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 1008-1019. DOI: <http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.03.006>

Heller, A., & Cusó, F. (1980). *Teoría de Los sentimientos (Vol. 29): Fontamara*.

Hernández, L. (1998). *Los estudios de competitividad en América Latina y Venezuela*. Venezuela: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

Hernández-Julio, Y. F., Hernández, H. M., Guzmán, J. D. C., Nieto-Bernal, W., Díaz, R. R. G., & Ferraz, P. P. (2019). *Fuzzy Knowledge Discovery and Decision-Making Through Clustering and Dynamic Tables: Application in Medicine BT - Information Technology and Systems*. In Á. Rocha, C. Ferrás, & M. Paredes (Eds.) (pp. 122–130). Cham: Springer International Publishing.

Hommerová, D., Severová, L (2019) *Fundraising of Nonprofit Organizations: Specifics and New Possibilities*. *Journal of Social Service Research* 45(2), pp. 181-192.

Hilton, K. (2015). *Psychology: The science of sensory marketing*. *Harvard Business Review*, 93(3), 28-31.

Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). *The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun*. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140. DOI: 10.1086/208906

Ivan, C. (1997). *Gestión de Calidad y competitividad (2da ed.)*. España: McGraw-Hill.

J. Joško Brakus, Bernd H. Schmitt, & Zarantonello, L. (2009). *Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty?* *Journal of Marketing*, 73(3), 52-68. DOI: <http://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.52>

Kotler, P., & Gertner, D. (2002). *A country as a brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective.* *Journal of Brand Management*, 9(4), 249-261. DOI: <http://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540076>

Lovelock, C., Wirtz, J., & Ayala, L. E. P. (2009). *Marketing de Servicios (Vol. 6): Pearson Educación.*

Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). *Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification.* *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123. DOI: <http://doi.org/doi:10.1002/job.4030130202>

Magro Magdalena, L. (2013). *Marketing Experiential: a tendency new to marketing.*

Myers, L., & McCaulley, M. H. (1985). *A guide to using the Myers-Briggs type indicator.* Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press.

Modi, P., Sahi, G.K (2018) *Toward a greater understanding of the market orientation and internal market orientation relationship.* *Journal of Strategic Marketing* 26(6), pp. 532-549.

Nageswarakurukkal, K., Gonçalves, P., Moshtari, M (2019) *Improving Fundraising Efficiency in Small and Medium-Sized Non-profit Organizations Using Online Solutions.* *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing.*

Nelson, E.K (2019) *Come on, feel the noise: the relationship between stakeholder engagement and viral messaging through an association's Twitter use.* *International Review on Public and Nonprofit Marketing* 16(1), pp. 61-79.

Noroño, José; Acevedo Angel (2019) *Regional integration as a mechanism for Latin American sustainable development: Ontological point of view.* ISSN: 2443:4265 Year 6 No. 11 January / June 2019 Pg: 101 - 141. [erevistas. saber. ula. ve/ index. php/ Sapienza /article/download/15101/21921926198](http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Sapienza/article/download/15101/21921926198)

Pressgrove, G. N., & McKeever, B. W. (2016). *Nonprofit relationship management: Extending the organization-public relationship to loyalty and behaviors* AU - Pressgrove, Geah Nicole. *Journal of Public Relations Research*, 28(3-4), 193-211. DOI: <http://doi.org/10.1080/1062726X.2016.1233106>

Ranchi, C. (2015). *The Long-Term Evolution of the Government–Third Sector Partnership in Italy: Old Wine in a New Bottle?* *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 26(6), 2311-2329. DOI: 10.1007/s11266-015-9650-7

Jordan, S.R., Rudeen, S., Hu, D., (...), Colonna, M., Draper, D (2019) *The Difference a Smile Makes Effective Use of Imagery by Children's Nonprofit Organizations.* *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing* 31(3), pp. 227-248.

Schmitt, B. H. (2000). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*: Free Press.

Sierra Bravo, R. (2003). *Técnicas de investigación social: teoría y ejercicios (14 ed.)*. Madrid: Thomson.

Sundermann, L.M., Leipnitz, S. (2019) *Catch Them If You Can: The Effect of Reminder Direct Mailings on the Return Rate of First-Time Donors*. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing* 31(1), pp. 42-60

Tanner, EC (2019) *Reducing perceived vulnerability to increase utilization of nonprofit services*. *Journal of Services Marketing* 33(3), pp. 344-355

Underwood, R. L. (2003). *The Communicative Power of Product Packaging: Creating Brand Identity via Lived and Mediated Experience* AU - Underwood, Robert L. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 11(1), 62-76. DOI: <http://doi.org/10.1080/10696679.2003.11501933>

Underwood, R. L., & Klein, N. M. (2002). *Packaging as Brand Communication: Effects of Product Pictures on Consumer Responses to the Package and Brand*. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10(4), 58-68. DOI: <http://doi.org/10.1080/10696679.2002.11501926>

Vigolo, V., Bonfanti, A., Brunetti, F (2019) *The Effect of Performance Quality and Customer Education on Attitudinal Loyalty: A Cross-Country Study of Opera Festival Attendees*. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*.

Vodičar, J (2017) *A living metaphor as a possible path to transcendence* | [Živa metafora kot možna pot do transcendence], *Bogoslovni Vestnik*. 77(3-4), pp. 565-576.

Wymer, W., Wymer, W. W., Knowles, P., & Gomes, R. (2006). *Nonprofit Marketing: Marketing Management for Charitable and Nongovernmental Organizations*: SAGE Publications.

Yoo, S.-C., Drumwright, M (2018) *Nonprofit fundraising with virtual reality*. *Nonprofit Management and Leadership* 29(1), pp. 11-27.

Zatepilina-Monacell, O. (2015). *Small Business–Nonprofit Collaboration: Locally Owned Businesses Want to Take Their Relationships With Community-Based NPOs to the Next Level* AU - Zatepilina-Monacelli, Olga. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 27(2), 216-237. DOI: <http://doi.org/10.1080/10495142.2015.1011511>

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., de Lara Choy, M. I. P., Hirschfeld, A. L., & Becerril, S. P. (2002). *Marketing de Servicios: Un enfoque de integración del clients to the company*: McGraw-Hill México.

EVOLUCIÓN DE LA EDUCACIÓN PREESCOLAR EN MONTERÍA – COLOMBIA, PERIODO 2002-2013

THE EVOLUTION OF PRESCHOOL EDUCATION IN MONTERÍA, COLOMBIA, 2002–2013

Artículo de revisión

Darío Javier Canabal Taborda⁵

Resumen: El análisis de la educación preescolar en Montería entre 2002 y 2013 revela una contradicción estructural entre la inversión financiera y el acceso efectivo al sistema. A pesar de que la normativa colombiana reconoce la importancia del desarrollo integral desde la primera infancia, la cobertura bruta en el municipio sufrió un descenso significativo, pasando del 17,03% al 11,39% en el periodo estudiado. Esta regresión se manifiesta en una tasa de crecimiento promedio negativa del -0,7191%, impulsada principalmente por la eliminación de la oferta pública para los grados de Prejardín y Jardín desde el año 2009, centrando los esfuerzos institucionales casi exclusivamente en el grado Transición. Paradójicamente, mientras la matrícula disminuía, la inversión en calidad educativa creció un 338,75% , enfocándose en infraestructura bajo programas como "Escuela Digna" y el fortalecimiento de herramientas tecnológicas. Sin embargo, la desatención escolar de la población infantil alcanzó niveles críticos, dejando fuera del sistema a más del 85% de los niños en edad preescolar para finales del periodo. El estudio concluye que el éxito del sistema educativo requiere no solo de recursos físicos y mejores resultados en pruebas de calidad , sino de una estrategia de focalización proactiva que involucre a las familias para garantizar la escolaridad completa desde los tres años.

Palabras clave. Preescolar, cobertura, calidad, descentralización, inversión

Abstract

This study analyzes the evolution of preschool education in Montería, Colombia, between 2002 and 2013, focusing on the relationship between public policy decentralization, investment, and coverage levels. While national regulations such as Law 115 of 1994 and Decree 2247 of 1997 establish the mandatory nature and importance of early childhood education, the findings reveal a significant decline in access. During the analyzed period, the gross coverage rate dropped from 17.03% to 11.39% , with a negative average growth rate of -0.7191% in school places. Notably, since 2009, the public offer for Pre-kindergarten and Kindergarten grades virtually disappeared, concentrating exclusively on the Transition grade and leaving approximately 85.7% of the target population unserved by 2013. Conversely, investment in educational quality increased by 338.75%, shifting focus toward infrastructure programs like "Escuela Digna" and technological implementation. The research concludes that despite improvements in quality metrics and standardized test results , there is a critical need for proactive strategies to engage families and guarantee full educational coverage for children starting at age three.

Keywords. Preschool, coverage, quality, decentralization, investment

⁵ Ingeniero Industrial Universidad de Córdoba. Dario.canabal@gmail.com

1. INTRODUCCIÓN

Si bien el sector educativo ha enfrentado procesos de desconcentración de funciones desde la reforma administrativa del Estado en 1968, se pueden distinguir tres etapas claras de descentralización: Inicio de la descentralización que comprende el periodo 1983-1990, profundización de la descentralización 1991-2000 y ajuste a la descentralización de 2001 hasta hoy. Con esta descentralización se buscó que las entidades territoriales (departamentos y municipios), según sus propias necesidades, determinaran su gasto de funcionamiento e inversión de la manera más eficiente y responsable.

De los resultados de esta política pública, sin duda, se han cifrado las esperanzas en el logro efectivo del fortalecimiento del Estado, en un contexto en donde parte del territorio nacional la presencia de las instituciones es débil, por cuanto las necesidades de la población no son satisfechas plenamente. De hecho, evaluaciones hoy por hoy del Departamento Nacional de Planeación indican que si bien hay avances en cuanto a una ampliación en el acceso a las personas de los servicios sociales, estos no se corresponden con el incremento de los recursos vía transferencias de la Nación, ni tampoco se han resuelto los problemas de calidad de los mismos (DNP, 2002).

En materia educativa para el presente año, el Municipio cuenta con los siguientes objetivos:

- ∞ Ampliar la oferta de Cobertura Educativa, mediante la utilización eficiente de los recursos del sector, disminuyendo los gastos en que incurren las familias para la canasta familiar en los niveles de Educación Básica, Media y técnica educacional.
- ∞ Mejorar la Calidad de la Educación mediante la definición de estándares claros, la medición de los resultados del sistema y la cualificación de docentes antes y después del ingreso al servicio Educativo.
- ∞ Promover el fortalecimiento y mejoramiento de las Instituciones Educativas mediante programas focalizados de inversión en infraestructura física y dotación de las Instituciones que ofrecen Educación preescolar, Básica y Media.
- ∞ Perfeccionar la organización Institucional administrativa de la SEM, que permita asesorar, apoyar y fortalecer a las Instituciones Educativas a su cargo para el logro de sus metas de Cobertura, Calidad y Eficiencia.
- ∞ Posicionar temas Educativos críticos para el Desarrollo Productivo y de convivencia ciudadana entre los distintos actores sociales, tales como Empresarios, Representantes de la Política, Medios de Comunicación, Padres de Familia, Docentes, Alcalde, Gremios, Gobernación y MEN.

En particular, el presente trabajo se propone analizar la evolución de la educación preescolar en la ciudad de Montería en el periodo comprendido entre el año 2002 y 2013, correspondientes a periodos asociados con la elección popular de alcaldes⁶ y medir su

⁶ En Colombia, una de las características relevantes de la Constitución de 1991 con relación a su predecesora fue la descentralización del poder político, que entre otros avances, consolidó la elección popular de alcaldes, en los Municipios y Distritos y constituyó la elección popular de Gobernadores en los Departamentos.

impacto en los niveles de cobertura educativa⁷, haciendo énfasis en los siguientes aspectos:

- ∞ La normatividad y los mecanismos que determinan las fuentes de recursos para el sistema educativo;
- ∞ La evolución de los recursos destinados a cubrir los costos de la educación;
- ∞ La evaluación de la gestión educativa; y
- ∞ La síntesis de la relación entre la evolución de los recursos destinados al sector y los resultados de la administración de la educación.

2. ANTECEDENTES

Es incuestionable el interés y la preocupación que la educación infantil, preescolar o de la primera infancia, ha despertado en las políticas de los estados y de los organismos multinacionales desde mediados del siglo pasado, especialmente en los denominados países periféricos, donde su cobertura, calidad y pertinencia generan muchos interrogantes.

Las discusiones teóricas han alimentado el desarrollo de investigaciones, innovaciones educativas y la estructuración de nuevos programas encaminados a dar respuesta a las necesidades de los niños y las niñas, a las situaciones particulares de su desarrollo social, lingüístico, cultural, familiar y en general, su desarrollo integral, que constituye el pilar básico para el progreso de la humanidad.

Todos estos desarrollos hacen cada vez más complejo el objeto de estudio de la educación infantil y permiten, a su vez, alimentar nuevas perspectivas que están contribuyendo a una comprensión más profunda de lo que sucede en las salas de los jardines infantiles, escuelas, hogares y demás espacios, donde los procesos de enseñanza se nutren y cobran vida.

Las investigaciones en las disciplinas que tienen relación con la niñez coinciden en que la infancia es el primer eslabón del proceso educativo y el más importante en la consolidación del sistema formal de educación; no obstante, la incorporación de este nivel al sistema ha sido bastante tardía, especialmente en los países donde la cobertura del sistema educativo no se ha logrado plenamente.

En Colombia, sin duda el proceso de la Educación Preescolar (cuadro 1) fue lento pero sin dejar de evolucionar a través de los tiempos. Este nivel educativo tuvo en sus inicios un carácter básicamente de tipo asistencial, donde la atención a los niños menores de 7 años de edad, se centraba en los asilos y hospicios con una influencia de corrientes Europeas, cuyo objetivo fundamental era la protección y cuidados al niño.

⁷ Es el ofrecimiento de un servicio educativo por parte del gobierno que trata de cubrir la demanda de una población.

Cuadro 1: Evolución normativa

AÑO	OCURRENCIA
1930	Señala un primer momento en la evolución histórica de la educación preescolar. Se pretendía cuidar físicamente a los niños en los asilos.
1968	Mediante Ley 75 de 1968, es creado el ICBF para proveer protección al menor, procurar la estabilidad y el bienestar familiar.
1975	Entre 1930 y 1975 se dio el cambio de protección asistencialista a formación educativa, pero no era reconocido legalmente el preescolar. El servicio se les prestaba a familias pudientes con altos costos de matrícula.
1976	Mediante Decreto 088 del MEN, se reconoce y se incorpora por primera vez la educación preescolar al sistema educativo colombiano, cuyos objetivos eran promover y estimular el desarrollo físico, afectivo y espiritual del niño, su integración social, su percepción sensible y el aprestamiento para las actividades escolares, en acción coordinada con los padres y la comunidad. Así mismo se le reconoce estatus universitario a la educación preescolar.
1977	Comenzó a gestarse el Currículo de la Educación Preescolar, para regular orientar y organizar la actividad educativa y pedagógica.
1978	Se crea la carrera de Licenciatura en Educación Preescolar en la Facultad de Educación de la Universidad Pedagógica Nacional ⁸ .
1984	Mediante Decreto 1002, se establece un plan de estudios con lineamientos metodológicos, criterios de evaluación y administración.
1987	Se dio a conocer un segundo documento en donde se precisan las áreas
1990	Se establecen normas y leyes por parte de la asamblea constituyente en la Constitución Política del 91 y el Gobierno se compromete con una nueva ética y cultura a favor de la Infancia dada la Convención Internacional sobre los Derechos de la Niñez adoptada por las Naciones Unidas mediante Ley 12/91
1994	Se promulga la Ley 115 o Ley general de educación donde incorpora la educación preescolar como nivel obligatorio de la educación formal, y otros aportes a nivel social, cultural, educativo, institucional y técnico como el PEI y el artículo 17 establece un grado obligatorio como mínimo en los Establecimientos Educativos Estatales para niños menores de seis años.
1995	Se establece el preescolar como un nivel educativo que tiene enorme importancia en la formación y desarrollo del niño ⁹ .

⁸ La Universidad Pedagógica Nacional es una Universidad Pública adscrita al Ministerio de Educación Nacional de Colombia. Su sede principal se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá. También cuenta con otras sedes secundarias en la capital colombiana y tiene sedes de presencia nacional en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Cauca, Putumayo y Amazonas. Actualmente se encuentra en construcción el proyecto Valmaría que al culminarse se convertirá en el campus más extenso de la universidad y su sede principal, en un predio de 31 hectáreas al norte de Bogotá, donde funcionarían todas las facultades y la mayoría de dependencias de la institución. La universidad inició labores académicas como una institución de enseñanza superior femenina el 1 de febrero de 1955 y en 1962 adquirió carácter nacional y mixto.

La Universidad Pedagógica es la institución de educación superior más grande en el área de Pedagogía y Educación en Colombia, y con una amplia trayectoria en la formación profesional de educadores a nivel nacional, es reconocida por su liderazgo y protagonismo en la producción, promoción y desarrollo del pensamiento y quehacer pedagógico en Colombia.

⁹ JARAMILLO LEONOR. Antecedentes Históricos de la Educación Preescolar en Colombia. Universidad del Norte. INSTITUTO DE ESTUDIOS SUPERIORES EN EDUCACIÓN.

Aunque se haya establecido un grado obligatorio para la Educación Preescolar, en Colombia existen muchas Instituciones Educativas Oficiales que ofertan el grado pre jardín (-2), el grado jardín (-1) y Transición (0), con resultados muy positivos para mostrar. Se pretende entonces por una educación preescolar completa que pueda impactar en los niveles superiores y no conformarse con un solo grado, más aun cuando el Ministerio de Educación Nacional divulga la intención de agregar un grado más a la Educación en Colombia.

3. DESARROLLO

3.1 ARTICULACIÓN DE LA EDUCACIÓN PREESCOLAR A LA LUZ DE LA LEY 115 Y DEL DECRETO 2247

La articulación preescolar - primero de primaria se piensa como problematización y confrontación de lo que van a vivir, experimentar y/o expresar el estudiantado. Es significativo tener en cuenta que la impericia sobre los referentes, en los cuales se sustenta la mirada integral de la escuela, convertida en una propuesta educativa que de sentido y coherencia a los diferentes procesos que se desarrollan en ella entre los cuales están los curriculares, que envuelven el paso de un grado a otro (transición - primero de primaria) dan como resultado el fracaso escolar, y que tanto en el preescolar como en la primaria se debe pensar en los alcances de los niños/as conforme a su desarrollo, teniendo en cuenta que existen cambios notorios en un período muy corto, de ahí que no se deben forzar los procesos solo en beneficio de equiparar y facilitar lo propiciado por la escuela primaria. La articulación corresponde a los siguientes ciclos:

- a) Articulación preescolar - primaria: Pre jardín, Jardín, Transición y 1°.
- b) Articulación primaria - básica: 1° y 2°, 3°, 4°, 5° y 6° 7°, 8°, 9°.
- c) Articulación básica - media: 9° y 10°, 11°
- d) Articulación media - universidad: 11° y Universidad.

3.1.1 La Importancia de Articular en la Educación

Actualmente el proceso que atraviesa el estudiantado de 5 y 6 años al tener que adaptarse a la vida escolar, dejando su mentalidad preescolar para pasar a la básica primaria, es difícil, si se considera que “ningún organismo se halla en un estado de total equilibrio evolutivo.

La heterogeneidad en los cambios son el eje para determinar la forma como el vínculo entre las etapas de desarrollo humano conlleva a una integralidad permitiendo la capacidad de aprender, de desarrollar habilidades, destrezas, lenguaje, pensamiento, conocimiento, motivación, sin llevar a los niños y niñas a la confusión dada por la transición. Piaget sostenía que el desarrollo debe producirse a su propio ritmo y que no se puede apresurar. En la infancia, el sistema de actividad del niño está determinado en cada etapa específica, por eso es el tiempo de la vida mayor dotado y mejor dispuesto para los aprendizajes.

Esto demuestra la necesidad de establecer el vínculo entre la etapa preescolar y la siguiente; donde el juego y la lúdica brinden su mayor aporte, facilitando el tránsito

paulatino y seguro del niño y la niña de una etapa de su desarrollo a otra, más si se considera que el preescolar cuenta con el nivel prejardín, jardín y transición.

3.2 HALLAZGOS

3.2.1 En cobertura

3.2.1.1 Análisis Vertical

Tabla 1: Oferta preescolar 2009

GRADOS	OFICIAL			CONTRATADA			TOTAL	P%
	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total		
-2°	0	0	0	0	0	0	0	0,00
-1°	0	0	0	0	0	0	0	0,00
0°	3.508	1.244	4.752	2.671	1.201	3.872	8.624	8,96
1°	4.503	1.872	6.375	918	969	1.887	8.262	8,58
2°	4.909	2.301	7.210	598	957	1.555	8.765	9,11
3°	4.942	2.215	7.157	288	1.047	1.335	8.492	8,82
4°	4.709	2.036	6.745	223	899	1.122	7.867	8,17
5°	4.770	1.968	6.738	136	693	829	7.567	7,86
6°	5.363	2.290	7.653	52	7	59	7.712	8,01
7°	5.214	2.119	7.333	10	48	58	7.391	7,68
8°	4.892	1.819	6.711	8	7	15	6.726	6,99
9°	4.306	1.287	5.593	16	0	16	5.609	5,83
10°	3.840	1.007	4.847	6	0	6	4.853	5,04
11°	3.334	680	4.014	4	0	4	4.018	4,18
12°	141	0	141	0	0	0	141	0,15
13°	247	0	247	0	0	0	247	0,26
C1	780	973	1.753	4	2	6	1.759	1,83
C2	607	1.727	2.334	12	1	13	2.347	2,44
C3	1.056	898	1.954	53	18	71	2.025	2,10
C4	1.245	310	1.555	101	0	101	1.656	1,72
C5	954	216	1.170	119	0	119	1.289	1,34
C6	622	0	622	51	0	51	673	0,70
Disc	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Acel	186	0	186	29	0	29	215	0,22
Total	60.128	24.962	85.090	5.299	5.849	11.148	96.238	100,00

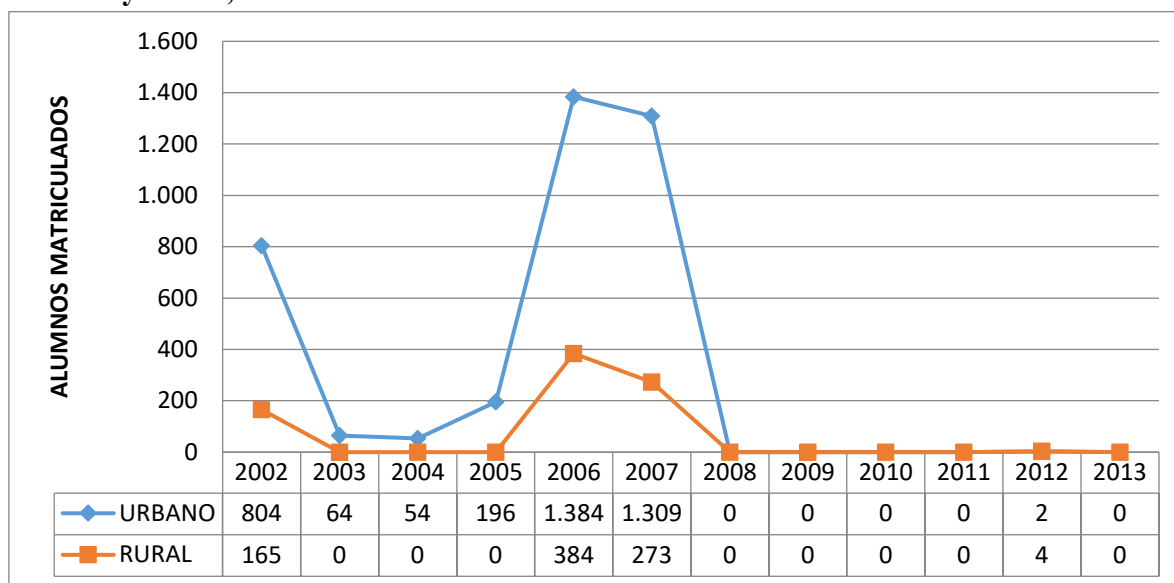
Fuente: Secretaría de educación de Montería

Como lo indica la tabla 1, desde 2009 no se oferta en Montería cupos para los grados Prejardín (-2) y Jardín (-1), concentrándose la oferta en solo transición; quedando en promedio sin atención en estos grados 4.128 niños y niñas de la ciudad de Montería. Actualmente la oferta para el grado transición (0) es de 7.419 niños y niñas.

○ Prejardín

De acuerdo con el Decreto 2247 de septiembre 11 de 1.997, por el cual se establecen normas relativas a la prestación del servicio educativo del nivel preescolar y se dictan otras disposiciones, el grado Prejardín está dirigido a educandos de tres (3) años de edad.

Gráfica 1: Comportamiento del nivel Prejardín de Preescolar, en los Sectores Urbano y Rural, años 2002 – 2013

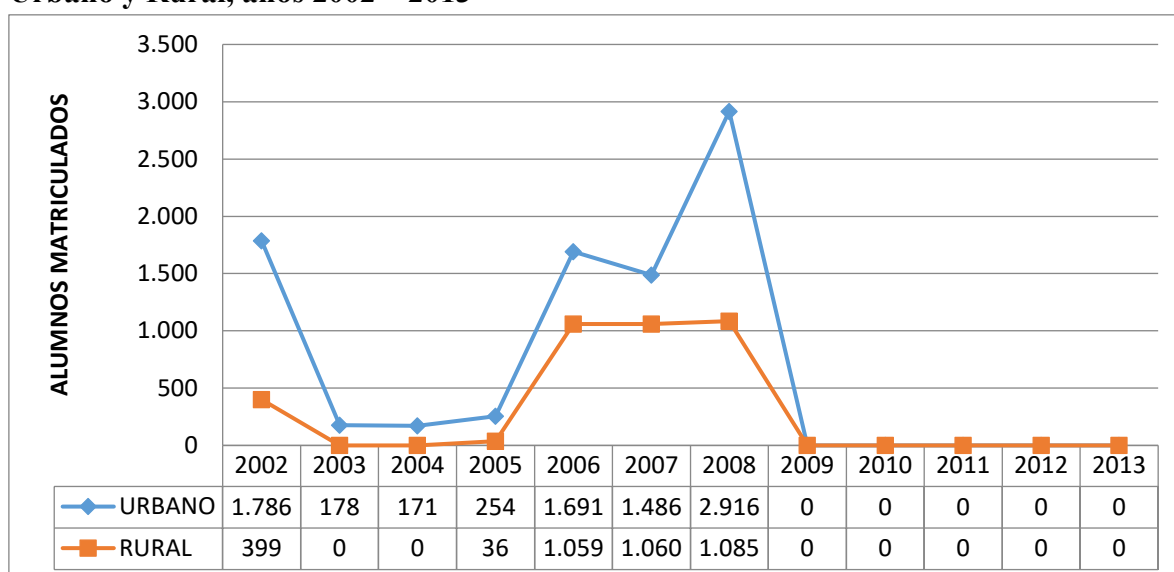


Fuente: Cálculos del investigador

○ Jardín

De acuerdo con el Decreto 2247 de septiembre 11 de 1.997, por el cual se establecen normas relativas a la prestación del servicio educativo del nivel preescolar y se dictan otras disposiciones, el grado Jardín está dirigido a educandos de cuatro años.

Gráfica 2: Comportamiento del nivel Jardín de Preescolar, en los Sectores Urbano y Rural, años 2002 – 2013

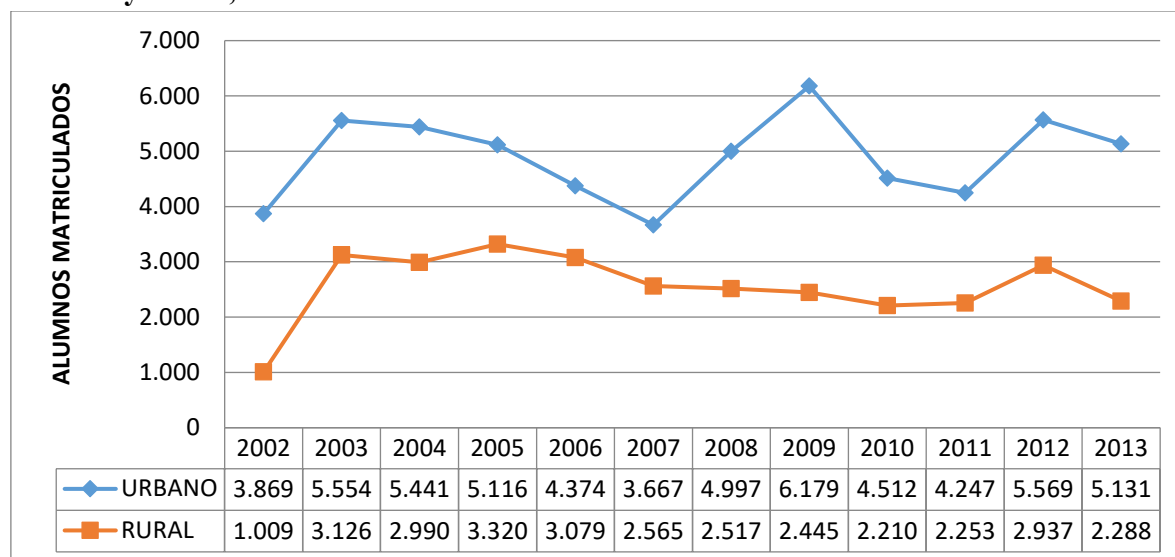


Fuente: Cálculos del investigador

○ Transición

De acuerdo con el Decreto 2247 de Septiembre 11 de 1.997, por el cual se establecen normas relativas a la prestación del servicio educativo del nivel preescolar y se dictan otras disposiciones, el grado Jardín está dirigido a educandos de cinco años de edad.

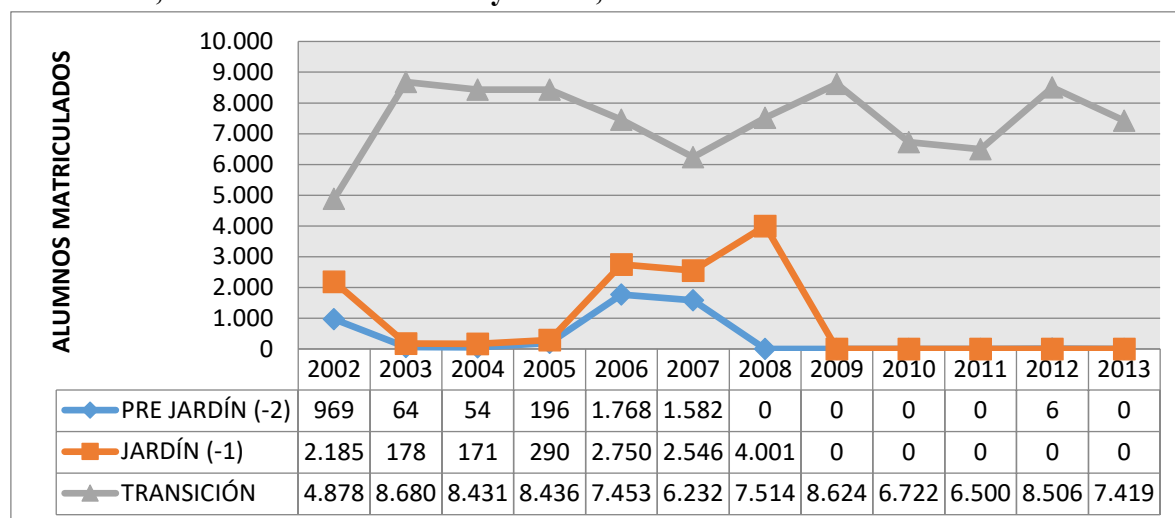
Gráfica 3: Comportamiento del nivel Transición de Preescolar, en los Sectores Urbano y Rural, años 2002 – 2013



Cálculos del investigador.

○ Prejardín, jardín y transición

Gráfica 4: Comportamiento de los niveles Pre Jardín, Jardín y Transición de Preescolar, en los Sectores Urbano y Rural, años 2002 – 2013

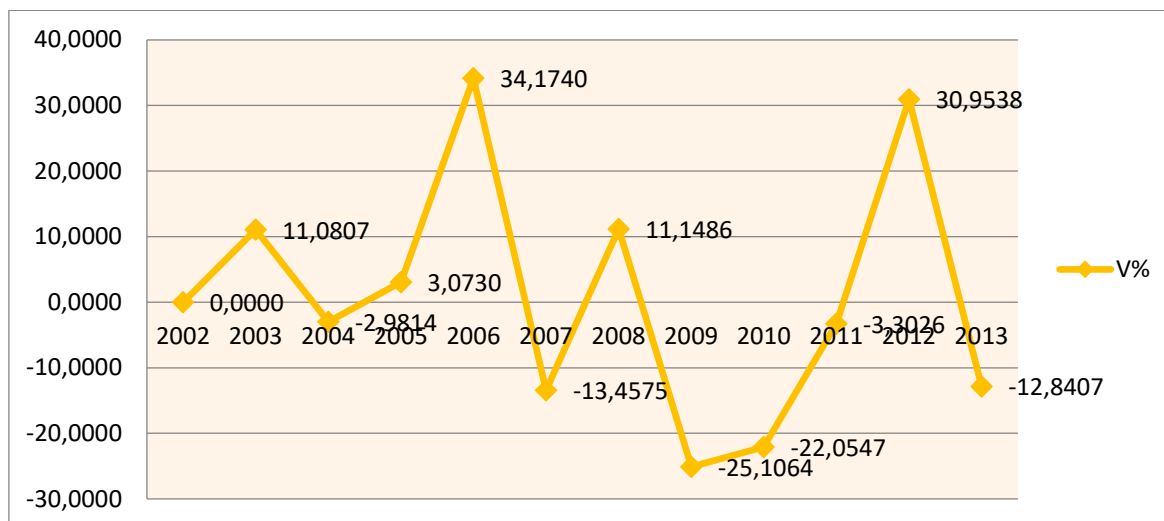


Cálculos del investigador

3.2.1.2 Análisis horizontal

El Siguiete es el comportamiento del nivel preescolar año tras año en el periodo comprendido entre 2002 y 2013.

Gráfica 5: Comportamiento de la Variación Porcentual del Nivel Preescolar en la Ciudad de Montería entre los años 2002 – 2013



Fuente: Cálculos del investigador

3.2.1.3 Tasa de Crecimiento Promedio

La tasa de crecimiento promedio determinada para el nivel preescolar entre los años comprendidos entre 2002 y 2013, arroja el siguiente resultado:

Tabla 2: Tasa de Crecimiento Promedio del Nivel Preescolar, en la Ciudad de Montería, Medida Entre los años 2002 – 2013

AÑOS	GRADO PRE JARDÍN (-2)			GRADO JARDÍN (-1)			GRADO TRANSICIÓN (0)			TOTAL	TCP
	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total		
2002	804	165	969	1.786	399	2.185	3.869	1.009	4.878	8.032	-0,7191%
2003	64	0	64	178	0	178	5.554	3.126	8.680	8.922	
2004	54	0	54	171	0	171	5.441	2.990	8.431	8.656	
2005	196	0	196	254	36	290	5.116	3.320	8.436	8.922	
2006	1.384	384	1.768	1.691	1.059	2.750	4.374	3.079	7.453	11.971	
2007	1.309	273	1.582	1.486	1.060	2.546	3.667	2.565	6.232	10.360	
2008	0	0	0	2.916	1.085	4.001	4.997	2.517	7.514	11.515	
2009	0	0	0	0	0	0	6.179	2.445	8.624	8.624	
2010	0	0	0	0	0	0	4.512	2.210	6.722	6.722	
2011	0	0	0	0	0	0	4.247	2.253	6.500	6.500	
2012	2	4	6	0	0	0	5.569	2.937	8.506	8.512	
2013	0	0	0	0	0	0	5.131	2.288	7.419	7.419	
TOTAL	3.813	826	4.639	8.482	3.639	12.121	58.656	30.739	89.395	106.155	

Fuente: Cálculos del investigador

Este resultado indica que la oferta educativa en el nivel preescolar se ha disminuido y su tasa de crecimiento promedio es negativa en un 0,7191%, lo cual indica que en 2002 se ofertaban 8.032 cupos para preescolar y a la fecha solo 7.419 cupos.

Estos resultados concluyen que la cobertura en el nivel preescolar en la ciudad de montería en el periodo comprendido entre 2002 y 2013 se ha disminuido en vez de crecer (Que es lo correcto dado que la población crece al 2,3%) y poder atender más niños y niñas.

3.2.1.4 Cobertura Bruta

La tasa de cobertura bruta muestra y confirma los resultados obtenidos en los numerales anteriores.

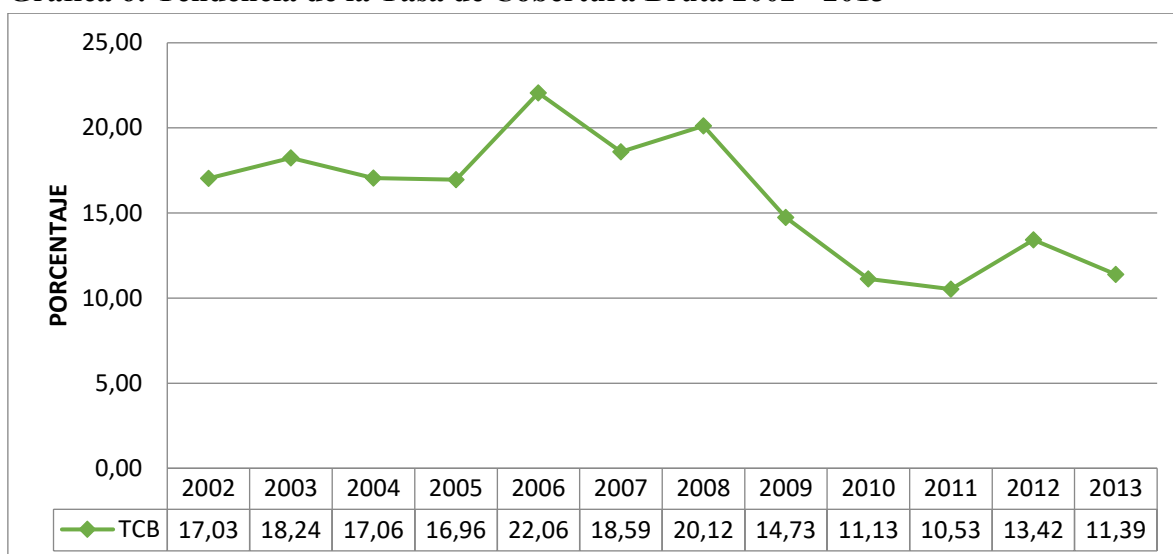
Tabla 3: Tasa de Cobertura Bruta en Preescolar 2002 - 2013

AÑOS	MATRICULADOS	POBLACIÓN MONTERÍA	NIÑOS EDAD PREESCOLAR	TCB (%)
2002	8.032	314.492	47.174	17,03
2003	8.922	362.184	48.924	18,24
2004	8.656	338.311	50.739	17,06
2005	8.922	350.889	52.621	16,96
2006	11.971	360.363	54.272	22,06
2007	10.360	370.092	55.737	18,59
2008	11.515	380.084	57.242	20,12
2009	8.624	390.346	58.552	14,73
2010	6.722	400.885	60.375	11,13
2011	6.500	411.709	61.756	10,53
2012	8.512	422.825	63.423	13,42
2013	7.419	434.241	65.136	11,39
TOTAL	106.155	4.536.421	675.951	15,70

Fuente: DANE y SEM Montería. Cálculos del investigador

La oferta en 2002 era del 17,03% y actualmente es del 11,39%

Gráfica 6: Tendencia de la Tasa de Cobertura Bruta 2002 - 2013



Fuente: Cálculos del investigador

3.2.1.5 Calidad

Siguiendo a Eugenio Rodríguez Fuenzalida¹⁰ (1994), se tomará como parámetro para la medición de la calidad los temas relacionados con la calidad desde el punto de vista de la cobertura y la calidad desde el punto de vista de la gestión Gubernamental en la inversión para educación.

3.2.1.5.1 Inversión en Educación

Desde el punto de vista de la inversión desde el presupuesto del Municipio de Montería las cifras muestran el siguiente comportamiento:

Tabla 4: Inversión en Calidad para las Competencias en Educación en el Municipio de Montería para el Periodo 2002 – 2013, Expresada en Formato Científico

DESCRIPCIÓN	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PRESUPUESTO GLOBAL	6,E+10	9,E+10	1,E+11	1,E+11	2,E+11	2,E+11	2,E+11	3,E+11	4,E+11	4,E+11	3,E+11	4,E+11
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO GLOBAL	1,E+10	1,E+10	1,E+10	1,E+10	2,E+10	2,E+10	2,E+10	2,E+10	2,E+10	2,E+10	2,E+10	3,E+10
INVERSIÓN GLOBAL	5,E+10	7,E+10	1,E+11	1,E+11	2,E+11	2,E+11	2,E+11	2,E+11	4,E+11	3,E+11	3,E+11	4,E+11
INVERSIÓN EN EDUCACIÓN	3,E+10	4,E+10	6,E+10	6,E+10	9,E+10	1,E+11	1,E+11	1,E+11	2,E+11	2,E+11	2,E+11	2,E+11
CALIDAD	4,E+09	4,E+09	7,E+09	7,E+09	8,E+09	9,E+09	8,E+09	8,E+09	2,E+10	1,E+10	1,E+10	2,E+10
Infraestructura Física	3,E+09	3,E+09	4,E+09	4,E+09	5,E+09	6,E+09	5,E+09					
Materiales y Ayudas Educativas	7,E+08	7,E+08	2,E+09	2,E+09	2,E+09	2,E+09	2,E+09	1,E+09	3,E+09	2,E+09	2,E+09	3,E+09
Escuela Digna								4,E+09	1,E+10	9,E+09	8,E+09	1,E+10
Educación Pertinente con Calidad								2,E+08	6,E+08	5,E+08	5,E+08	6,E+08
Montería Bilingüe								8,E+07	1,E+08	1,E+08	1,E+08	1,E+08
Implementación Tic's								7,E+07	2,E+08	2,E+08	2,E+08	2,E+08
Articulación Media Técnica								8,E+07	2,E+08	1,E+08	1,E+08	2,E+08
Montería Educada								7,E+07	1,E+08	1,E+08	1,E+08	1,E+08
Todos a la Escuela								8,E+07	1,E+08	1,E+08	1,E+08	1,E+08
Servicios Públicos	5,E+08	6,E+08	6,E+08	6,E+08	7,E+08	7,E+08	8,E+08	8,E+08	8,E+08	9,E+08	9,E+08	9,E+08
Apoyo a Fondos de Servicios Educativos								1,E+09	2,E+09	2,E+09	2,E+09	2,E+09
INVERSIÓN EN OTRAS COMPETENCIAS	2,E+10	3,E+10	7,E+10	6,E+10	7,E+10	6,E+10	7,E+10	9,E+10	2,E+11	1,E+11	1,E+11	2,E+11

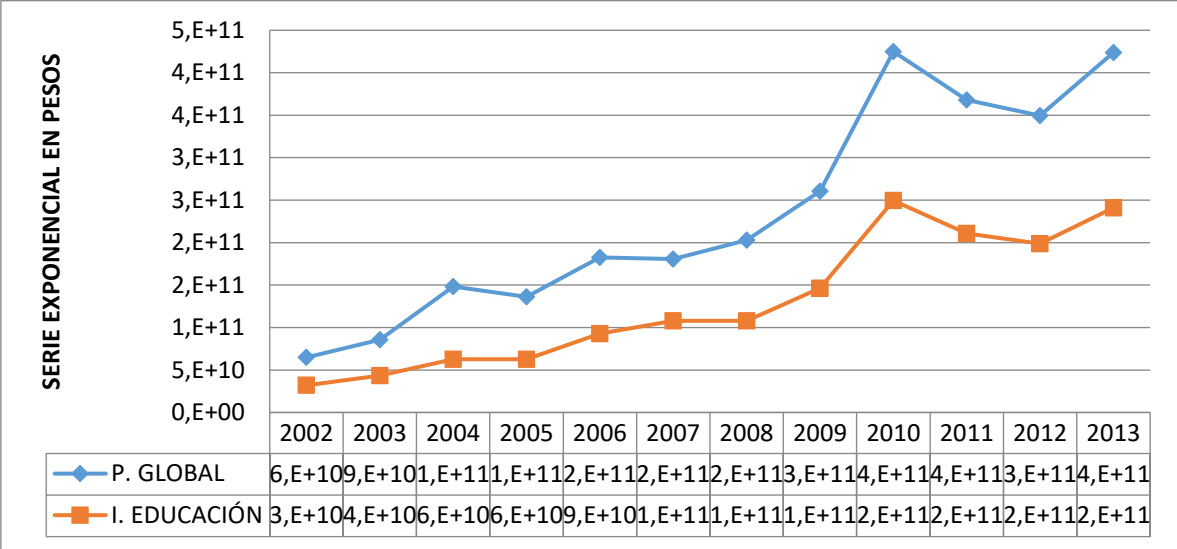
Fuente: Secretaría de Hacienda Municipal. Cálculos del investigador

¹⁰ Eugenio Rodríguez Fuenzalida, educador chileno. Profesor titular de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Profesor del Programa de Doctorado en Ciencias de la Educación. Fundador de la Revista Pensamiento Educativo de la Facultad de Educación de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Consultor de proyectos MECESUP (Programa de Mejoramiento de la Calidad de la Educación Superior, Ministerio de Educación-Banco Mundial) de la Pontificia Universidad Católica de Chile, de la Universidad de Antofagasta, de la Universidad de Santiago de Chile, de la Universidad del Bío-Bío.

Director general Proyecto FONDEF “Diseño curricular cultural, tecnológico y productivo para la escuela básica rural”, financiado por el Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico.

Gráfica 7: Tendencia del Presupuesto Global del Municipio de Montería, frente a la Inversión en Educación, 2002 - 2013

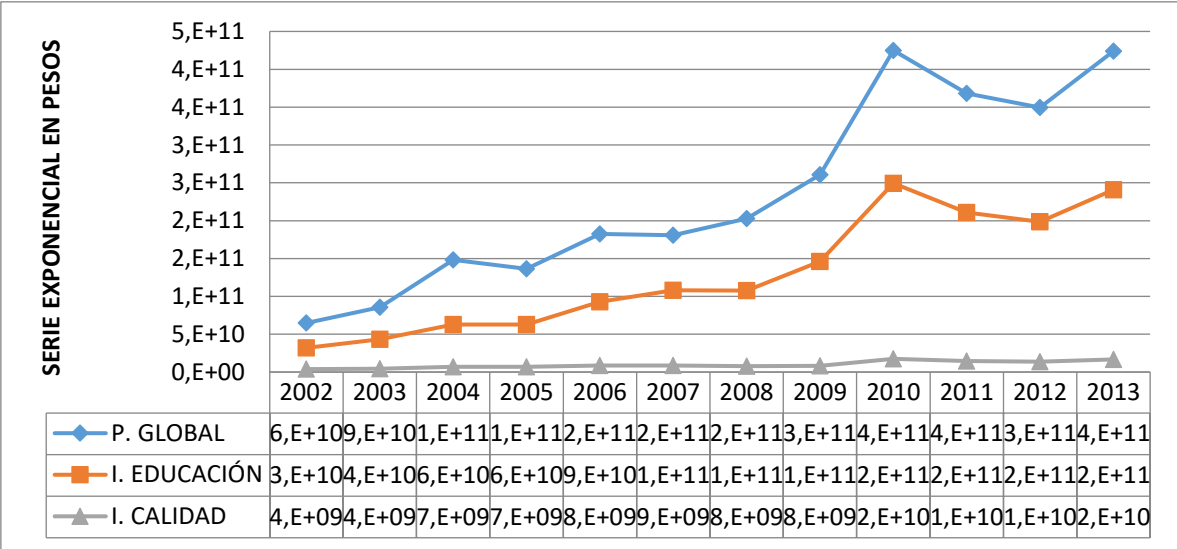


Fuente: Secretaría de Hacienda Municipal. Cálculos del investigador

Aunque las cifras muestren un crecimiento creciente de la inversión en educación, los resultados obtenidos en la variable cobertura muestran lo contrario.

Referente a la inversión en calidad, la siguiente gráfica presenta una tendencia cuyo comportamiento es horizontal o estable sin ninguna trascendencia.

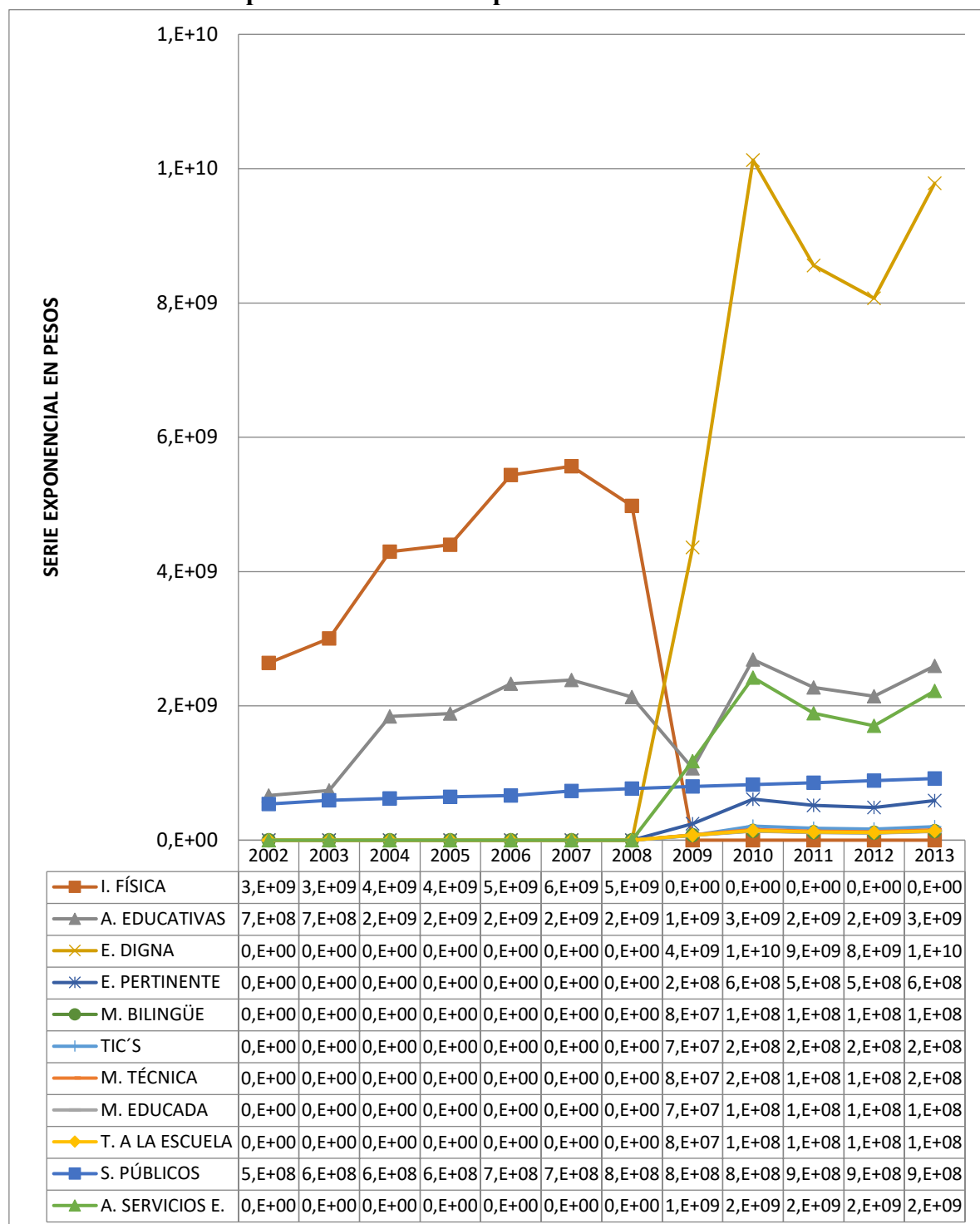
Gráfica 8: Tendencia del Presupuesto Global del Municipio de Montería, frente a la Inversión en Educación y en Calidad para la Educación, 2002 - 2013



Fuente: Secretaría de Hacienda Municipal. Cálculos del investigador

En este sentido, la variación porcentual para la inversión en calidad entre los años 2002 y 2013 ha sido del 338,75% y la tasa de crecimiento promedio de solo 14,389%.

Grafica 9: Comportamiento de los Componentes de la Calidad en el Programa de Inversión del Municipio de Montería en el periodo 2002 - 2013



Fuente: Secretaría de Hacienda y educación de Montería. Cálculos del Investigador.

Se deduce de la gráfica que el programa ESCUELA DIGNA absorbió la atención de los Gobernantes a partir de 2009 con una inversión superior a los 4.300 millones de pesos y con la tendencia a cero de INFRAESTRUCTURA FÍSICA, en 2008 y años siguientes, ESCUELA DIGNA asume la inversión de INFRAESTRUCTURA FÍSICA.

Se resalta que desde 2002 hasta 2008 solo hacían parte de este rubro de calidad, infraestructura física, materiales y ayudas educativas y servicios públicos. A partir de 2009, en el gobierno del doctor Marcos Pineda García, empiezan a hacer parte de este rubro de calidad los siguientes componentes: empiezan a hacer parte del rubro de Calidad, los siguientes componentes: Escuela Digna, Educación Pertinente con Calidad, Montería Bilingüe, Implementación TIC's, Articulación media Técnica, Montería Educada, Todos a la Escuela, Servicios Públicos y Apoyo a Fondos de Servicios Educativos

De esta manera, se fortaleció la calidad educativa que hasta 2009 solo contaba con tres componentes, incluyendo SERVICIOS PÚBLICOS que bien podría considerarse general y no específico para la Calidad. En ese orden de ideas, solo hacían parte del rubro de Calidad INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y AYUDAS EDUCATIVAS.

Se avanzó en calidad educativa, medida desde el punto de vista de la inversión pero no se avanzó en cobertura.

3.2.1.5.2 A Nivel de Resultados en Pruebas

En informe suministrado por la secretaria de educación de Montería, luego de recibir la certificación por parte del Icontec del proceso de Gestión de Calidad del Servicio Educativo, en donde completa un total de 4 procesos certificados en calidad por parte de este organismo evaluador, la Secretaria, Doctora Catalina Mariño Mendoza explicó que este año la institución educativa Antonio Nariño sigue liderando el rango de muy superior, mientras que la institución Antonia Santos y Policarpa Salavarrieta se ubicaron en el nivel superior.

Dijo la funcionaria que mientras en el 2009 había 8 instituciones educativas en el nivel alto, actualmente 10 se lograron ubicar en esa escala. En nivel medio se pasó de 17 a 20 instituciones, en bajo se disminuyó de 20 a 13 instituciones educativas y en nivel inferior de 4 a 6.

4. ANÁLISIS DOFA

Cuadro 2: Factores Externos

OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
FACTOR POLÍTICO Y NORMATIVO	
1) La Ley 715 de diciembre 21 de 2001, “Por la cual se dictan normas orgánicas en materia de recursos y competencias de conformidad con los artículos 151, 288, 356 y 357 (Acto Legislativo 01 de 2001) de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones para organizar la prestación de servicios de educación y salud, entre otros” 2) El programa de gratuidad para la educación, implementado por la Presidencia de la República. 3) Ley 1530 de mayo 17 de 2012 y Decretos Reglamentarios, “por la cual se regula la organización y el funcionamiento del sistema general de regalías”.	1) Los altos niveles de corrupción del sector público. 2) La sanción de la Procuraduría General de la República a varios Congresistas vinculados con el paramilitarismo.

4) El Programa de Alimentación Escolar para niños, niñas y adolescentes matriculados en el sistema educativo público. 5) Decreto 111 de enero 15 de 1996, “Por el cual se compilan la Ley 38 de 1989, la Ley 179 de 1994 y la Ley 225 de 1995 que conforman el estatuto orgánico del presupuesto”. 6) Mejoramiento de la calidad en resultados de pruebas Nacionales Saber 11°	
FACTOR SOCIO – CULTURAL	
7) La creación de nuevos empleos. 8) Apoyo económico a la educación por parte de la Empresa privada y el Gobierno. 9) La construcción y funcionamiento de dos mega colegios.	3) Pobreza y desigualdad social. 4) Los hogares Monterianos dan poca importancia a la educación, que siendo gratuita no matriculan sus hijos en los grados Prejardín y Jardín, y esperan transición para hacerlo. 5) El trabajo infantil. 6) El bajo nivel de escolaridad de los padres. 7) El desplazamiento hacia la ciudad generado por la violencia en el campo. 8) No hay motivación en los hogares para incentivar a los niños por el estudio. 9) Los niños consideran la educación poco útil. 10) El alto crecimiento poblacional. 11) La inseguridad.
FACTOR ECONÓMICO	
10) La creciente inversión extranjera. 11) Desarrollo empresarial del entorno en la última década con proyección internacional. 12) Apertura institucional para internacionalizar la investigación.	12) La globalización y los tratados de libre comercio. 13) La deficiente industria local. 14) Fragilidad del tejido industrial y estructura del mercado que dificulta la inserción laboral
FACTOR TECNOLÓGICO	
13) Conexión Total - Red Educativa Nacional es un programa del Ministerio de Educación Nacional (MEN) que busca garantizar el pago recurrente del servicio de acceso a Internet en las sedes educativas públicas del país. 14) Programa Montería Digital que busca promover el uso masivo de las nuevas tecnologías de la comunicación por parte de la comunidad, permitiendo el acceso gratuito a internet en puntos estratégicos de la ciudad y en siete instituciones educativas.	15) En promedio hay veinticinco alumnos por computador en las Instituciones educativas. 16) La revolución tecnológica ha sido mal interpretada y la consulta bibliográfica es mínima.

15) Programa Punto Digital que busca combatir la deserción escolar.	
---	--

Fuente: El investigador

Cuadro 3: Factores Internos

FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
CAPACIDAD DE GESTIÓN	
1) La Secretaría de Educación de Montería cuenta con cuatro procesos certificados por parte del Icontec: Del Proceso de Gestión de Calidad del Servicio Educativo, De Atención al Ciudadano, De Gestión del Recurso Humano y De Cobertura del Servicio Educativo. 2) La infraestructura del Ente territorial es propia. 3) La Institución cuenta con una estructura organizacional que le permite ejercer sus jerarquías. 4) Facilidades de capacitación al talento humano. 5) El Ente territorial posee una muy representativa página web interactiva para Gobierno en línea. 6) La estructura organizacional debe adaptarse a los cambios del entorno económico, político y social, permitiendo la flexibilidad de la organización. 7) Responsabilidad Social Empresarial. 8) Uso de Planes Estratégicos. 9) Comunicación y control Institucional. 10) Rendición oportuna de cuentas. 11) Apoyo Institucional de la Escuela Superior de Administración Pública.	1) Falta de seguimiento por parte de la Secretaría en la intención de matrícula. 2) Falta de formación de directivos y equipo en general en el campo de la Administración Pública.
CAPACIDAD FINANCIERA	
12) Autonomía administrativa y financiera. 13) Liquidez Institucional. 14) Los recursos de transferencias asignados por la Ley 715 de 2001 para educación; son los más representativos con el 58,5%. 15) Uso de planes y programas para seguimiento de actividades financieras.	3) Municipio de segunda categoría. 4) Recursos propios escasos. 5) Altos niveles de corrupción. 6) Limitación en el acceso a capital por estar el Municipio aún inmerso en la Ley 550 de diciembre 30 de 1999, por la cual se establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas y lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. 7) Poca inversión en calidad y cobertura educativa
CAPACIDAD TECNOLÓGICA	
16) Rapidez para enfrentar nuevas tecnologías. 17) El Ente cuenta con equipos suficientes para atender sus responsabilidades sociales y administrativas. 18) La tecnología está asociada y aplicada al servicio.	8) Falta equipamiento de punta en aulas de clase.

CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO	
19) Importante nivel académico del talento humano. 20) Buena remuneración.	9) Talento humano sin competencias para desempeñar cargos públicos. 10) Estabilidad laboral solo para cargos de carrera administrativa y trabajadores oficiales. 11) Alto nivel de ausentismo. 12) Frecuentes paros laborales.

Fuente: El investigador

Conforme a las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades; se plantea a continuación las estrategias como solución a los problemas identificados y apoyado en las potencialidades del Ente Territorial:

Cuadro 4: Estrategias Identificadas de la Correlación

ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
∞ Rediseñar el Plan de capacitación Institucional para docentes, con base en los resultados obtenidos por los alumnos del nivel 11 en las pruebas SABER. Aportan a esta estrategia FO las siguientes fortalezas y oportunidades: FORTALEZAS: 1 – 4 – 6 – 8 OPORTUNIDADES: 3 – 5 – 6 ∞ Enfatizar en la Responsabilidad Social Empresarial Educativa, contando con los programas de divulgación de logros. Aportan a esta estrategia FO las siguientes fortalezas y oportunidades: FORTALEZAS: 1 – 2 – 7 – 9 – 10 OPORTUNIDADES: 1 – 2 – 4 – 8 – 9 – 13 – 14 ∞ Diseñar Plan de capacitación para colaboradores, en competencias relacionadas con lo público. Aportan a esta estrategia FO las siguientes fortalezas y oportunidades: FORTALEZAS: 11 OPORTUNIDADES: 3 – 5 – 6 ∞ Fortalecer la autonomía Administrativa, haciendo redistribución de recursos propios	∞ Mediante un programa de seguimiento a la primera infancia, focalizar niños y niñas de estratos uno y dos en edades de tres y cuatro años; para garantizar su vinculación al sistema y más específicamente a los grados Prejardín y Jardín que presentan nulas sus matrículas en los últimos cinco años. Aportan a esta estrategia DO las siguientes Debilidades y oportunidades: DEBILIDADES: 1 OPORTUNIDADES: 1 – 2 – 4 – 8 – 9 – 12 – 13 – 14 – 15 ∞ Implementar programas que permitan incrementar los ingresos por concepto de recursos propios, favoreciendo la valorización Municipal en la zona urbana. Aportan a esta estrategia DO las siguientes Debilidades y oportunidades: DEBILIDADES: 4 – 5 OPORTUNIDADES: 13 – 15

asociados a la inversión social; para incrementar los aportes de educación para esta competencia. Aportan a esta estrategia FO las siguientes fortalezas y oportunidades: FORTALEZAS: 12 - 15 OPORTUNIDADES: 1	
Estrategias FA	Estrategias DA
∞ Favorecer el posicionamiento de nuevas empresas en toda el área correspondiente al Municipio buscando generar más empleos directos. Aportan a esta estrategia FA las siguientes fortalezas y oportunidades: FORTALEZAS: 12 – 13 - 17 AMENAZAS: 3 – 4 – 5 – 6 – 9 – 13	∞ Contrarrestar la corrupción mediante programas de seguimiento y rendición de cuentas públicas a contratistas. Aportan a esta estrategia FA las siguientes fortalezas y oportunidades: DEBILIDADES: 5 AMENAZAS: 1 – 2

Fuente: El investigador

5. MAPA ESTRATÉGICO PARA LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN

Figura 1: Mapa Estratégico de la Secretaría de Educación



diseñar el plan de capacitación para colaboradores, en competencias relacionadas con lo público.	EFFECTIVIZAR LA FUNCIÓN PÚBLICA	GENERAR SENTIDO DE PERTENENCIA
fortalecer la autonomía administrativa, haciendo redistribución de recursos propios asociados a la inversión social; para incrementar los aportes de educación.	INCREMENTAR LA INVERSIÓN EN	INCREMENTAR LA INVERSIÓN
favorecer el posicionamiento de nuevas empresas en toda el área correspondiente al municipio buscando generar más empleos directos.	GENERAR MAS EMPLEOS DIRECTOS	FORTALECER EL PIB DEL MUNICIPIO
mediante un programa de seguimiento a la primera infancia, focalizar niños y niñas de estratos uno y dos en edades de tres y cuatro años; para garantizar su vinculación al sistema y más específicamente a los grados pre jardín y jardín que presentan nulas sus matrículas en los últimos cinco años	INCRMENTAR LA PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LOS NIÑOS Y NIÑAS DE	ASEGURAR LA PRESENCIA DE NIÑOS Y NIÑAS DE LOS GRADOS PRE JARDÍN Y JARDÍN EN
Implementar programas que permitan incrementar los ingresos por concepto de recursos propios, favoreciendo la valorización Municipal en la zona urbana.	ESTABLECER EL PROGRAMA DE SANEAMIENTO FISCAL COMO UN MODELO DE	
Contrarrestar la corrupción mediante programas de seguimiento y rendición de cuentas públicas a contratistas.	ASEGURAR EL USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS, COMPROMETIENDO A LOS CONTRATISTAS CON LA	

Fuente: El investigador

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

6.1.1 Referente a la Encuesta

- ∞ El cuerpo de Rectores posee amplio conocimiento teórico y estadístico de la tendencia de la educación Preescolar en Montería.
- ∞ El 96,43% coincide en que la educación en Colombia justamente no ha alcanzado mejores niveles porque está planteada bajo un modelo sin logros plenos establecidos y sin equidad.
- ∞ El 100% de los Rectores piensa que la educación Preescolar es fundamental para la buena práctica de la educación básica y media y lo oportuno que ha sido el programa que establece la gratuidad para la educación Preescolar (Mínimo un grado), básica (Nueve grados) y media (Dos grados).

6.1.2 Referente a la Entrevista

- ∞ En el año 2001 la educación Preescolar solo era atendida en una sola escuela y que a la fecha existen 28 Instituciones educativas prestando el servicio.
- ∞ Resalta el doctor Jiménez Espitia, que los planes de apertura educativa y salto educativo, introdujeron importantes aportes económicos al preescolar y que la reforma a la Constitución y la creación de las Leyes 115 y 715, fortalecieron el sistema educativo y la descentralización.

6.1.3 Referente a la Participación Porcentual de Matrículas en el Nivel Pre Jardín

- ∞ La participación porcentual promedio de matrículas del nivel Pre Jardín en los doce años del estudio es del 0,4308%, comparada con el total de la matrícula realizada en ese mismo periodo en todos los niveles, mostrando la desatención del grado y el nivel Preescolar, no alcanzando siquiera el 1%.
- ∞ La representación del 0,4308% en el total de la matrícula es de solo 402 alumnos matriculados por año frente a un promedio de matrícula anual de 93.524 alumnos.
- ∞ El grado Jardín presenta un promedio de participación del 1,0991% en los doce años de estudio. Ese escaso 1,0991% representa solamente un promedio de matrícula por año de 935 alumnos de 1.122.284 que se matricularon en todos los niveles los doce años del estudio.
- ∞ Para el grado transición, la participación porcentual promedio alcanzó el 7,9883%, correspondiente a 7.471 niños matriculados por año.
- ∞ Para el año 2013 la población a atender de la primera infancia del Municipio (Zona urbana y Rural), es de 61.970 niños y solo se matriculan para los tres grados de Preescolar 8.808 educandos (Equivalentes al 14,2133%), se quedaron por atender 53.162 niños.

6.1.4 Referente a la Tendencia de la Cobertura

- ∞ En los últimos seis años no se presentó oferta académica para atención a la primera infancia.
- ∞ La desatención en cobertura alcanza el 85,7867%.
- ∞ Hay poco interés de los padres de familia en la formación de sus hijos en la temprana edad, solo cuando hayan cumplido los cinco años, o sea; cuando el niño deba cursar el primer grado de la educación básica o transición.

6.1.5 Referente a la Variación Porcentual de la Cobertura

- ∞ Se concluye que en el año 2002 se inició con 8.032 alumnos matriculados y se finalizó en el presente año con 7.419 educandos.
- ∞ Además se puede concluir que durante el periodo de análisis de la investigación la matrícula del nivel Preescolar varió en promedio 0,8906%,

6.1.6 Referente a Tasa de Crecimiento Promedio de la Cobertura

- ∞ La tasa de Crecimiento Promedio de la Cobertura en el nivel Preescolar en la Ciudad de Montería en los doce años de estudio de la investigación 2002 - 2013, dio un resultado negativo de -0,7191%.

6.1.7 Referente a la Tasa de Cobertura Bruta

- ∞ Durante los últimos doce años la tasa de cobertura bruta presenta una tendencia decreciente. En 2002 se parte de una tasa del 17,03 y en 2013 es del 11,03%; entendiéndose que la oferta educativa para el nivel preescolar ha reducido y solo en las vigencias fiscales de 2003, 2006, 2008 y 2012; muestra una leve tendencia al alza.

6.1.8 Referente a la Calidad

- ∞ Desde 2008 como referencia para todas las áreas de estudio, el Municipio de Montería empieza a alcanzar importantes resultados, e incluso estar por encima de la media nacional.
- ∞ Uno de los colegios mejor calificados en Córdoba fue la Fundación Educativa de Montelíbano y en segundo lugar el colegio La Salle de Montería.
- ∞ En el año 2012 la institución educativa Antonio Nariño sigue liderando el rango de muy superior, mientras que la institución Antonia Santos y Policarpa Salavarrieta se ubicaron en el nivel superior.
- ∞ En el 2009 había 8 instituciones educativas en el nivel alto, actualmente 10 se lograron ubicar en esa escala.
- ∞ En nivel medio se pasó de 17 a 20 instituciones
- ∞ En bajo se disminuyó de 20 a 13 instituciones educativas.

6.2 RECOMENDACIONES

6.2.1 Referente a la Encuesta

- ∞ Si los Rectores consideran que la educación Preescolar (En todos sus niveles), es fundamental dentro del sistema educativo deben ser más proactivos en la focalización del problema.

6.2.2 Referente a la Entrevista

- ∞ Ya que la Constitución Política, la Ley 115 de Febrero 8 de 1994 y la 715 de Diciembre 21 de 2001, han sido fundamentales dentro del proceso de cambio, se debe dar estricto cumplimiento a sus mandatos. Es claro que las Instituciones Educativas deben implementar por lo menos un grado de preescolar, pero los resultados serían más significativos mediante la práctica de los tres grados: Pre Jardín, Jardín y Transición.

6.2.3 Referente a la Participación Porcentual de Matriculas en el Nivel Pre Jardín

- ∞ Solo focalizando los niños y niñas de tres y cuatro años y comprometiendo el núcleo familiar en el proceso, de pueden mejorar las diferentes participaciones

en el Preescolar: 0,4308%, para Pre Jardín, 1,0991% para Jardín y 7,9883% para Transición. Solo así se podría dar mayor participación a los 53.162 primeros infantes que no tienen acceso a la educación Preescolar.

6.2.4 Referente a la Tendencia de la Cobertura

- ∞ Se requiere un mayor compromiso de los padres para con sus hijos menores. El Gobierno ha invertido para optimizar el sistema pero se necesita más ayuda de la familia.
- ∞ El Gobierno mediante escuela de padres puede fortalecer el sentido de la educación en sus hijos para un mayor entendimiento de la situación.
- ∞ El Gobierno Municipal, la Secretaría de Educación, los Rectores de las Instituciones educativas, el cuerpo docente, la policía comunitaria y los padres, harían el equipo perfecto para alcanzar este propósito. Todos detrás de los primeros infantes con el fin de matricularlos.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Constitución Política de Colombia: Constitución Política de Colombia de 06 de julio de 1991. Art. 67. La educación es un derecho de la persona y un servicio público con una función social que aporta de manera significativa en la dignificación del ser humano, la convivencia social, la justicia, la solidaridad, la participación democrática, el progreso y desarrollo económico de las comunidades. Plantea que es responsabilidad de la sociedad, la familia y el estado, velar por el ofrecimiento de una educación de calidad con equidad y Art. 68. La enseñanza estará a cargo de personas de reconocida idoneidad ética y pedagógica.

Ley 115 de 1994: “Por la cual se expide la ley general de educación” y señalan las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad. Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la educación que tiene toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra y en su carácter de servicio público.

Ley 152 de julio 15 de 1994: Ley Orgánica del plan de desarrollo: tiene como propósito establecer los procedimientos y mecanismos para la elaboración, aprobación, ejecución, seguimiento, evaluación y control de los planes de desarrollo, así como la regulación de los demás aspectos contemplados por el artículo 342, y en general por el capítulo 2o. del título XII de la Constitución Política y demás normas constitucionales que se refieren al plan de desarrollo y la planificación.

Decreto 111 de Enero 15 de 1.996: “Por el cual se compilan la Ley 38 de 1989, la Ley 179 de 1994 y la Ley 225 de 1995 que conforman el Estatuto Orgánico del Presupuesto.”

Ley 617 de 2.000: “Por la cual se reforma parcialmente la Ley 136 de 1994, el Decreto Extraordinario 1222 de 1986, se adiciona la Ley Orgánica de Presupuesto, el Decreto 1421 de 1993, se dictan otras normas tendientes a fortalecer la descentralización, y se dictan normas para la racionalización del gasto público nacional.”

Ley 715 de 2001: Por la cual se dictan normas orgánicas en materia de recursos y competencias de conformidad con los artículos 151, 288, 356 y 357 (Acto Legislativo 01 de 2001) de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones para organizar la prestación de los servicios de Educación, Salud entre otros”.

Ley 1278 de 2002: Ley 1278 del 19 de junio del 2002 Por el cual se expide el Estatuto de Profesionalización Docente.

Resolución 4606 de 2006: Resolución 4606 de 2006, por la cual se deroga la Resolución N° 3433 de 18 de Octubre de 2005 y se adopta el Reglamento Territorial para la Inspección y Vigilancia del Servicio Público Educativo del Municipio de Montería

LA GLOBALIZACIÓN ANTE EL PARADIGMA SISTÉMICO ECOLÓGICO CONTABLE

GLOBALIZATION IN THE CONTEXT OF THE SYSTEMIC-ECOLOGICAL-ACCOUNTING PARADIGM

Artículo de revisión

Saul Gonzalo Galindo Cardenas

Universidad de los Andes de Venezuela

saugalindo@usantotomas.edu.co

Resumen: ante todo debe entenderse la Contaduría producto de la integración de varias disciplinas que miren la realidad desde lo imperceptible hasta lo complejo, incluyendo mente y cuerpo a hombres y mujeres que aporten desde la otredad, desde la no temporalidad, desde la no espacialidad, en un conjunto que se unifique en el campo akasico mediante diálogo holográfico, que trascienda en una configuración de la realidad donde se evidencie un paradigma complejo – ecológico y no una contaduría inmutable aferrada de la mano con el paradigma eurocéntrico y cartesiano. Somos un cuerpo que piensa, que imagina y siente y que nos concede una singular ventaja, al crear una mente para que simulemos qué nos pasaría si nos amamos o nos odiamos, si nos representamos el mundo de tal o cual manera, si nos reconocemos en sueños o en ensoñaciones, si nos gusta lo que nos pasa o si nos disgusta. La mente es el cuerpo que se experimenta a sí mismo. (Capra, 2003, p. 83), para ello debe incorporarse a la praxis contable normas que permitan no solo medir, reconocer y revelar hechos sobre; la contabioambientalidad, lo Contabiointangible, la contabioregulación, y las NAFMA, Normas de Auditoria Financiera y Medio Ambiente, pero además sobre ese humanismo ecológico representativo ya no de sumas de dinero ni de capital, sino del buen vivir y existir del cosmos y de quienes hacemos parte de él.

Palabras clave: Contabioambientalidad, Contabiointangible, Contabioregulación, Normas de Auditoria Financiera y Medio Ambiente

Abstract: First and foremost, Accounting must be understood as the product of the integration of various disciplines that view reality from the imperceptible to the complex, including mind and body, men and women who contribute from a perspective of otherness, from timelessness, from spacelessness, in a whole that unifies in the akashic field through holographic dialogue, transcending into a configuration of reality where a complex—ecological—paradigm is evident, rather than an immutable accounting system clinging hand-in-hand with the Eurocentric and Cartesian paradigm. We are a body that thinks, imagines, and feels, granting us a unique advantage by creating a mind that allows us to simulate what would happen if we loved or hated ourselves, if we represented the world in this or that way, if we recognized ourselves in dreams or daydreams, if we liked what happened to us or disliked it. The mind is the body experiencing itself. (Capra, 2003, p. 83). To this end, accounting practice must incorporate standards that allow not only for measuring, recognizing, and disclosing facts regarding: environmental accounting, the intangible, accounting regulation, and NAFMA (Financial and Environmental Auditing

Standards), but also regarding that ecological humanism that no longer represents sums of money or capital, but rather the good living and existence of the cosmos and of those of us who are part of it.

Keywords: Environmental Accounting, Intangible Accounting, Bio-Regulatory Accounting, Financial and Environmental Auditing Standards

Introducción: Para iniciar reconozcamos la colonialidad en el desarrollo histórico de la contabilidad, en segundo lugar el paradigma cartesiano de la contaduría pública desde la Historicidad, entendido este paradigma como aquel que cree tener la verdad absoluta, aquel que separa el pensamiento y la materia, la mente y el cuerpo, en que el hombre se independiza del entorno, la razón toma caminos diferentes de lo que siente y un tercer nodo sobre el desarrollo del paradigma cartesiano en Colombia llevado a la práctica por décadas a nivel empresarial, destacándose la norma jurídica contable al ocuparse de aspectos exclusivamente económicos, lo que rompe de entrada con esa formación holística, pues esa limitación a lo rentístico, económico capitalista por producir riqueza a toda costa, es una percepción lineal, unidireccional limitante que opaca otros aspectos de índole económico es una visión estática de los problemas económicos que no posibilita presentar una eficiente explicación del problema ambiental (Corredor, 2013, p. 26), problemas que impiden apreciar la magnitud de destrucción o el impacto en el medio ambiente, en la biodiversidad, en el ecosistema, en los sistemas, en las organizaciones, en el funcionamiento del cosmos.

Hoy día la naturaleza aclama para que la acumulación de capitales y riqueza, cedan inevitablemente al cuidado de los recursos naturales, a la biodiversidad, los ecosistemas, a las mujeres y hombres que hoy dan una mirada al espejo de destrucción y auto destrucción en que se está viviendo, sin importar el futuro, ni las generaciones venideras, porque con la acumulación de metales, de riqueza, de dinero, no es como se soluciona el dantesco panorama que estamos observando, en el que el poder que genera la acumulación de riqueza se emplea además de la corrupción, con el uso de la fuerza, las armas, la tecnología, para destruir el tejido social en comunidades enteras, provocar desplazamientos masivos, pérdida y destrucción de territorios de familias., de comunidades enteras.

Estos, son problemas económicos que no aborda la contabilidad, porque la mirada a lo complejo está perdida, no se ha querido reconocer, la llamada emergencia que tiene el paradigma de la complejidad en la producción científica actual plantea una repercusión para la economía, pues demanda ampliar el análisis y el instrumental con el cual se han abordado hasta ahora los problemas de la economía. (Corredor, 2013, p. 34), planteamiento que sin lugar al abordar los temas económicos se aparta diametralmente del paradigma cartesiano y del pensamiento eurocéntrico (entendido este, como aquel que manifiesta que la cultura europea es el centro de la civilización y de la historia universal) y visibiliza la realidad de occidente desde la complejidad, en el que obligatoriamente las cuentas de las empresas deben ser reguladas de manera diferente, la praxis contable debe ser re direccionada y no tomarla aislada para aspectos de producción de riqueza, y debe

dar cuenta de esa responsabilidad con el medio ambiente, con los ecosistemas, con la biodiversidad, con la responsabilidad social, con las mujeres y hombres que históricamente se han mantenido a expensas de la norma contable que conserva un paradigma unidireccional, lineal e inmutable. Esta exigencia de la ciencia permite rescatar el sentido de la economía como una ciencia social, que requiere y exige la interdisciplinariedad y el acercamiento a otras formas de conocimiento. (Corredor, 2013, p.34). Postura que incluye de manera obligatoria el conocimiento conjunto, grupal, no aislado, y así debe mirarse la Contaduría producto de la integración de varias disciplinas que miren la realidad desde lo imperceptible hasta lo complejo, incluyendo mente y cuerpo a hombres y mujeres que aporten desde la otredad, desde la no temporalidad, desde la no espacialidad, en un conjunto que se unifique en el campo akasico mediante diálogo holográfico, que trascienda en una configuración de la realidad donde se evidencie un paradigma complejo – ecológico y no una contaduría inmutable aferrada de la mano con el paradigma eurocéntrico y cartesiano.

Aquí es oportuno decir que ese paradigma capriano o ecológico exige que, desde la academia para la contaduría, se generen teorías de cambio, el repensar los métodos y las prácticas pedagógicas. Para esto es fundamental motivar y fomentar en el estudiante una capacidad de observación que rompa con la lectura descriptiva y superficial de los fenómenos económicos, de manera que pueda construir una abstracción de la realidad lo más acertada posible y plantear soluciones a la problemática social. (Corredor, 2013, p. 37).

Somos un cuerpo que piensa, que imagina y siente y que nos concede una singular ventaja, al crear una mente para que simulemos qué nos pasaría si nos amamos o nos odiamos, si nos representamos el mundo de tal o cual manera, si nos reconocemos en sueños o en ensoñaciones, si nos gusta lo que nos pasa o si nos disgusta. La mente es el cuerpo que se experimenta a sí mismo. (Capra, 2003, p. 83), para ello debe incorporarse a la praxis contable normas que permitan no solo medir, reconocer y revelar hechos sobre; la contabioambientalidad, lo Contabiointangible, la contabioregulación, y las NAFMA, Normas de Auditoria Financiera y Medio Ambiente, pero además sobre ese humanismo ecológico representativo ya no de sumas de dinero ni de capital, sino del buen vivir y existir del cosmos y de quienes hacemos parte de él.

La contabioambientalidad

La norma jurídica referente a la contabilidad, **exige la producción de normas** financiero - medioambientales, y de aseguramiento de esa información, pues el quehacer de mujeres y hombres empresarios, no solo se debe ocupar de sumas de dineros, bienes, tangibles e intangibles que produzcan beneficios económicos u obligaciones que impliquen erogaciones o sacrificios patrimoniales, de ingresos, costos, gastos, es decir, de hechos económicos netamente onerosos, se requiere no de una conciencia primaria que conserva ese pasado paradigmático lineal sino de una conciencia de orden superior o “reflexiva” en la que se (...) originarían nuevos tipos de relaciones (...) nuevas metáforas produciendo nuevas realidades mejores para la vida. (Capra, 2003, p. 83), y en la que se

mire a la contabilidad como una herramienta que dé cuenta de las otras partidas contables que necesariamente van a surgir en la era del nuevo paradigma, al que desde la academia los docentes planteemos interrogantes como ¿Qué retos plantea al quehacer pedagógico en la educación superior y los otros niveles para la presente generación y las nuevas generaciones, desde la nueva visión de la vida? (Capra, 2003, p. 53) preguntas que incluye la activa y permanente cadena de destrucción y por supuesto una respuesta que sirva para medir, valorar, reconocer y revelar las cifras que en materia de daños al medioambiente, a los ecosistemas, a las autorganizaciones de vida en toda su dimensión genera el ejercicio de las diferentes actividades mercantiles, las cuales incluyen el empleo de recursos naturales en todos los órdenes de manera permanente, y que se impactan negativamente con la integración de elementos no biodegradables, con las consecuencias negativas que de ello se deriva.

Imperativo es la integración de la conciencia reflexiva Capriana en profesoras y profesores en los programas de contaduría pública para que desde el aula de clase en los diversos actos pedagógicos logremos para que se regule contablemente sobre los efectos de actividades diarias, que contaminan, y que inevitablemente afectan el medioambiente, esos aspectos igualmente deben ser medidos, reconocidos, revelados en cifras, porque si las empresas con el ejercicio de las actividades comerciales, además de generar superávit para sus propietarios, la balanza o cuenta T de la contabilidad está incompleta, por cuanto esas utilidades empresariales, producen a la vez un enorme impacto de empobrecimiento del medio en que se desarrolla la humanidad y tal decaimiento no es objeto de la contabilidad porque el paradigma normativo lineal unidireccional no lo contempla.

Es entonces la norma jurídica biocontable, mediante la cual se deben reivindicar los derechos naturales, los ecosistemas, el medioambiente al reconocer los hechos que igual son económicos pero que impactan negativamente al ecosistema y a quien habita en él, sin que haya una medición económica de tal deterioro. Y es que el paradigma de la partida doble que data desde el siglo XV con la obra de **Fray Luca Bartolomeo de Pacioli** o **Luca dal Borgo San Sepolcro**, hoy día contempla solo un aspecto, es el de contabilizar los hechos económicos onerosos para el empresario y la riqueza o bienes de los mismos, pero no contempla la contra partida de los efectos que origina esa ganancia y es el impacto negativo y los daños directos, indirectos y colaterales al medio ambiente.

Lo Contabiointangible

Para las mujeres y hombres que habitan el territorio Colombiano y por naturaleza mantienen no solo relaciones interpersonales, sino aquellas que trascienden en la demanda y consumo de bienes y servicios ofertados por las empresas y comerciantes en general, productos que van más allá de la simple compra y venta o de un elemental intercambio. Esa oferta tiene un fin último el de mantener la calidad de vida y el mínimo vital para la existencia y supervivencia, materializándose así la conocida función social de las empresas, producir, comercializar, ofrecer servicios para preservar la vida, conservar los ecosistemas, proteger la naturaleza, la biodiversidad, y en especial los recursos naturales

fundamentales y vitales y es que el ámbito ecológico plantea a la humanidad un reto de magnas proporciones a ser abordado en el acto. La actitud de las instituciones sociales y sus principios en un altísimo porcentaje operan en función de la rentabilidad económica, por encima de cualquier otro valor humano. Objetivos económicos que no salvaguardan la vida, sino que por el contrario la destruyen (Capra, 2003, p. 112) función que se hace visible y está a la vista con todo y los efectos que genera el consumo de bienes y servicios por las y los que habitamos el territorio, consumo que contempla la destrucción del ser vivo, de las cadenas vitales, del peligro de extinción, de los sistemas vivos, de las interconexiones de esos sistemas, de las ligaduras que mantienen la vida misma, y que no se ven, no se miden, no se reconocen, ni se revelan ni en la contabilidad ni en los estados financieros de las empresas, aunque sean estas las que directamente se relacionan con la cadena productiva de dichos efectos nocivos, La ambición desmesurada del capitalismo global ha modificado y afectado las estructuras del añejo capitalismo, los que de igual manera a los sistemas vivos por exceso de energía, tienen la tendencia a colapsar. Situación que conlleva a las nuevas economías a la autogénesis de novedades emergentes y a nuevos diseños enmarcados en el paradigma ecológico. (Capra, 2003, p. 112)

Para ellos basta con reflexionar sobre los impactos de consumo de alimentos y bebidas con elevadas composiciones de preservativos químicos y étlicos en su producción comercialización y distribución, en las consecuencias que tiene la permisividad, sus efectos, sus consecuencias, la destrucción de mujeres y hombres de familias, de las enfermedades y secuelas a todo nivel, cuánto costo tiene esto, cómo es que la contabilidad no mide, no reconoce, no revela, no explica estos fenómenos en los estados financieros, libros y papeles del comerciante al ejercer esas actividades mercantiles, y qué decir de las empresas que comercializan productos que generan adicción como por ejemplo al tabaquismo, cuyo consumo científicamente prueba que genera patologías de alto costo para la humanidad, y que tampoco son hechos de los que se ocupe la contabilidad en las empresas involucradas en su comercialización, cuántas pérdidas de mujeres y hombres generan estos consumos e inciden en la vida misma, cuáles son los costos invisibles que la sociedad y el mismo estado deben asumir, son preguntas sin resolver, por cuanto a las empresas productoras y comercializadoras estas cifras no les interesa, pues se apartan de la producción de riqueza, tema que para ellos es el central, como si la vida de mujeres y hombres no fuese tal vez el activo más importante de la persona y de la sociedad.

Aunado a los anteriores hechos intangibles pero que afectan la vida, la salud, la existencia del ser, la naturaleza misma, los ecosistemas, las relaciones sociales, la integridad y dignidad de mujeres y hombres, se encuentra la permisividad en el consumo de sustancias alucinógenas, que no solo afectan a quien las consume, sino que destruye corroe, ataca, y arruina a la sociedad y al ser mismo, en su esencia, con los consecuentes daños colaterales a sus allegados, familias, parientes, amigos, daños que representan un elevado costo e inversión social en términos monetarios, que no se contabilizan en las empresas encargadas de velar por mantener rehabilitadas a estas personas, y menos a las empresas estatales o al erario público, pues la norma jurídica es permisiva respecto del consumo

mínimo, el que por más inofensivo que parezca se traduce en un peligro ineludible y destructor, en un verdadero riesgo contra la existencia y preservación de la vida.

Este panorama actual del mundo ambientalmente hablando deplorable y sombrío hacia el futuro, teniéndose en cuenta mucho más aun lo que se cierne sobre él. Urge pues, un rediseño de la causa principal de este estado: la globalización. Rediseño posible según Castells en la medida de ser la globalización un proceso intencionado, más no una ideología –sin desconocer en ella la presencia de un altísimo componente ideológico-, dicho de otra manera, el juego debe cambiar y evolucionar en sus intencionalidades. (...): (Capra, 2003, p. 118) , cambio urgente por cuanto el efecto biointangible ataca y destruye los valores supremos, la salud, la vida, la libertad, el libre pensar, el desarrollo del ser humano, las relaciones sociales, la otredad, la cultura, el derecho a conocer y explorar los verdaderos objetos de conocimiento, para que se haga realidad la medición, el reconocimiento y las revelaciones o explicaciones correspondientes sobre esos aspectos inmateriales, pero que viven inmersos al propio ser y que el empresario los pueda presentar a los usuarios de la información que se refleja en el Estado de Situación Ecofinanciero, que integra elementos como activos financiero - ambientales , pasivos financiero - ambientales, patrimonio financiero – ambiental, así mismo en el Estado de resultado Eco – integral, con el fin de medir el nivel de impacto, o relación beneficio costo de esos efectos en mujeres y hombres como producto de tales consumos.

La contabioregulación

Se resalta este tema dado que es una problemática que aún no tiene solución respecto de la forma en que se legisla atendiendo intereses políticos, partidistas y burocraticgrupales, sin que importe el interés general, y medioambiental y más bien para mantener Individuos racionales aislados de cualquier contexto, de modo tal que la sociedad deviene en una sumatoria de individuos autónomos y desligados unos de otros, en un mundo enrarecido y extraño de autonomías individuales absolutas (Corredor, 2013, pág. 13) , ese aislamiento es la respuesta a los anteriores ¿por qué? Y no es más que la materialización centenaria de La ciencia moderna que se configuró bajo la racionalidad cartesiana objetivada sobre el presupuesto de la exactitud y sobre el criterio epistemológico del monismo metodológico y causalista del positivismo de viejo y nuevo cuño, conllevó obviamente a un progreso inmenso de los conocimientos y de manera correspondiente al acrecentamiento del progreso material. La pregunta que aflora inmediatamente es ¿porqué entonces ha colapsado ese modelo interpretativo? Y la respuesta es sencilla, porque el método con el cual se abocó la interpretación reduce todo a la simplicidad algorítmica, que deja al descubierto ahora su minusvalidez para abocar lo complejo; sus carencias para aprehender lo no pensado, su ceguera de ocultación de lo real. (Leon M, 2002, p. 16).

Así las cosas esa ceguera debe levantar ese velo, especialmente desde un aula de clases, desde donde se forjan las ideas y las teorías, pues está demostrado que una academia hecha para generar acciones propias del empirismo, es decir, actividades que se llevan a cabo sin necesidad de ir a obtener una formación formal, porque se aprenden de la práctica cotidiana no tiene sentido, de allí la imperiosa necesidad de una academia que propenda por generar nuevas teorías, tendientes a dar soluciones a la problemática social y está visto que la contaduría pública no ha entrado en la era cuántica, en el paradigma de la complejidad y aún menos en el ecológico, todo por ese aferramiento al cartesiano eurocéntrico heredado durante décadas con presencia actual. Concluyendo entonces que Los programas académicos contables, sufren en general una sobrecarga temática; pero también, es necesario precisar que se trata de una saturación informativa de contenidos descriptivos, poco compelidos a procesos de reflexión crítica y confrontación teórica y contraargumentativa, agravada por el privilegio expositivo unidireccional del docente de «temas del programa», donde se ejerce una hegemonía dictatorial, vertical y totalizante del tiempo académico y de los recursos instruccionales y regulativos (Leon M, 2002, p. 18). Recursos que como se ha dicho limitan en campo de acción de la contabilidad con la complicidad de la academia, al fomentar programas contables separados de la realidad o como lo denomina el profesor Guillermo León aquellos en los que Tradicionalmente ha existido la tendencia, en los programas contables, a marginar los procesos académicos de los análisis contextuales, haciendo de la educación un fenómeno artificioso, tautológico y muy distante de la problemática y la realidad social. (Leon M, 2002, p. 20) tendencia a la marginalidad que debe ser objeto de redirección en el proceso académico, en los actos y estrategias pedagógicas, tendientes a dar paso al paradigma ecológico - contable, con la consecuente superación del cartesiano, pensando en una teoría contable ecológica que abra paso a las normas que regulan de manera especial la contabilización de hechos en la complejidad, normas que en el paradigma cartesiano no hacen parte en la contabioregulación y de ésta ausencia normativa en parte las y los profesores de contaduría pública han sido artífices del estado actual de esta disciplina cartesiana eurocéntrica, corresponde entonces a las y los docentes, elevar su voz y hacer presencia ante la sociedad, y acabar con la ceguera y sordera de quien ha tenido la obligación de legislar en materia contable y lo ha hecho para hacer realidad el apartheid contable de la complejidad, adoptando normas contables como los actuales estándares internacionales de convergencia y aseguramiento de información financiera.

Es entonces la academia desde donde debe ocurrir un cambio de percepción de la realidad en la linealidad, porque es en ella de donde debe iniciar la siembra de la semilla sobre la teoría de la contabioregulación, para que surjan normas que evidencien el cambio al paradigma ecológico, el mismo en el que cabe un mundo dinámico, cambiante, sistémico, cuántico para entender que El carácter dinámico de la ciencia ha generado en muchos campos del conocimiento una transformación que cuestiona la existencia del orden y el equilibrio para dar paso a un planteamiento donde está presente el caos. (Corredor, 2013, p. 34). Esta nueva regulación necesariamente debe ampliar su espectro sobre objetos de conocimiento actuales, adecuados al medio, sin intervención colonial, eurocéntrica o cartesiana, es decir con identidad normativa propia, dejando ese pasado

que reduce el universo y con ello la posibilidad de tener un campo teórico contable ilimitado, flexible dinámico, que valla a la par de la misma evolución sistémica y ecológica, ejercicio necesario para poder cumplir con ese fin debe comprender el universo y vincularlo (...) de una manera integral, o sea de una manera sistémica y ecológica, haciendo uso de la síntesis más no del análisis y pensando la mínima parte constitutiva del ser vivo, la célula, hasta la sociedad.

Las NAFMA, Normas de Auditoria Financiera y Medio Ambiente

El cambio de paradigma, implica la introducción de nuevas formas de educación y de hacer las cosas, en Colombia históricamente la norma jurídica contable en el sector real ha regulado unas normas de auditoria exclusivas para la presentación de trabajos que auditan estados financieros del paradigma lineal, es decir, aquel que solo integra la parte financiera y producción de riqueza, pero alejada de los aspectos ambientalistas, del conocimiento holístico, del apartheid de lo humano, de los valores invisibles, de los ecosistemas, del medioambiente, de los deterioros que sobre todo produce la actividad empresarial, inquietudes que necesariamente conducen a cuestionarse respecto de la educación con la pregunta que hace Capra ¿Cómo pensar entonces la educación, de tal manera que podamos verla desde una perspectiva vital y profunda, no como medio para formar "recursos humanos" para los mercados de trabajo y para una pretendida movilidad social, sino como una forma de hacer inteligible nuestro papel como especie en un planeta finito, sensible e inteligente como el nuestro? Sabemos que algo está gravemente mal en la educación y que está contribuyendo a construir un mundo tan absurdo como inviable en el largo plazo. La sobrevivencia humana depende de las posibilidades de hacer emerger otra educación. (Capra, 2003, p. 129), y de acuerdo con esta postura qué tipo de educación se necesita para generar conciencia de cambio para la era planetaria, en principio diremos que una Minga ecológica cuyo objeto principal es la inclusión de los temas medioambientales ampliamente señalados, mediante procesos de ecoilustración y ecoalfabetización, logrando con ello la implementación de una pedagogía para la vida sostenible. con claras directrices hacia la aprehensión por parte del estudiantado de los principios básicos de la ecología: (Capra, 2003, p. 130), dando paso a la creación de unas Normas de Auditoria Financiera y Medio Ambiente o NAFMA, consecuente con el nuevo paradigma, las cuales exigen de la o el profesional de la contaduría pública un compromiso integral y un desarrollo del trabajo que tienda a evaluar de manera correcta las representaciones financieras de cada uno de elementos medidos, reconocidos y revelados en el Estado de Situación Ecofinanciero, que integra elementos como activos financiero - ambientales, pasivos financiero - ambientales, patrimonio financiero – ambiental, así mismo en el Estado de resultado Eco – integral, que incluye ingresos, costos y gastos financieros y ambientales y con ello poder determinar la correcta protección y conservación de esos recursos, para ello implica que la o el auditor tenga un claro conocimiento sobre el encargo de auditoria, su alcance, los requerimientos y las limitaciones que se pueden dar en desarrollo del trabajo y de las incorrecciones materiales relevantes o importantes a desentrañar, debido a fraudes o errores que se

presenten en las empresas y que tiendan a afectar la protección de recursos ambientales.

De integrarse una normatividad jurídica contable, que de un salto necesario e indispensable hacia el paradigma emergente, estaremos frente a una disciplina de la contaduría pública en Colombia que al integrar el tema de la medición, el reconocimiento y las revelaciones financieras con las medioambientales, estaremos frente a una concepción verdaderamente holística que integre el todo y se haga una partida doble en contabilidad que vislumbre no solo los aspectos económicos, onerosos, rentísticos, de plusvalía y riqueza desmedida, sino que contemple otros valores, determinados por la biocontabilidad, la Econtabilidad, la contabilidad de los sistemas ecológicos, de la fauna, la flora, del medioambiente, de los valores supremos que merecen mujeres y hombres como la salud, la vida, la existencia en el cosmos, la libertad y la integración social, la hermandad y fraternidad para lenguajear de manera amplia y permanente con todo aquello que sea objeto de conocimiento, y que la contabilidad sirva para contar esa otra realidad.

Conclusiones

Se concluye que la contaduría actual está limitada por una visión lineal y colonial que separa la mente del cuerpo y al hombre de su entorno. Se requiere una evolución hacia un paradigma de la complejidad que deje de enfocarse exclusivamente en la acumulación de capital y riqueza económica para integrar la realidad social y ambiental.

Para que la contabilidad sea verdaderamente integral, debe incorporar normas que permitan medir y revelar hechos sobre la "contabioambientalidad" y lo "contabiointangible". Esto implica la creación de un Estado de Situación Ecofinanciero y un Estado de Resultado Eco-integral que reflejen no solo activos financieros, sino también el impacto (positivo o negativo) en los ecosistemas y la salud humana.

La academia debe abandonar la enseñanza descriptiva y superficial para fomentar una conciencia reflexiva en los estudiantes. Esta transformación educativa es la base para desarrollar las NAFMA (Normas de Auditoría Financiera y Medio Ambiente), las cuales permitirían a los profesionales evaluar de manera integral la protección de los recursos naturales y la responsabilidad social de las empresas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Assmann, H.(2002)Placer y Ternura en la Educación, hacia una sociedad aprendiente. Madrid: Editorial Narcea, S.A.

Boff, L. (2002) Ecología, grito de la tierra, grito de los pobres. Brasil: Editorial Trotta S.A.

Bohm, D. (1997) Sobre el Dialogo. Barcelona: Editorial Kairos

- Brian, S. (1997) El Universo es un Dragón Verde. Chile: Editorial Sello Azul
- Capra, F. (1982). El punto crucial, ciencia sociedad y cultura naciente. Buenos Aires: Troquel S.A.
- Corredor, C, (2013). Economía sin Robinson Crusoe Apuntes para superar el Autismo. Cali: Sentipensar Editores.
- De Jócana y Madaria, S. (1998). Disertación Crítica y Apologética del Arte de llevar Cuenta y Razón. Madrid: Ediciones Gráficas Ortega.
- Gertz Manero, F. (1976) Origen y Evolución de la Contabilidad. México DF: Editorial Trillas.
- Grosfoguel, R. (2010). La descolonización de la Economía Política. Bogotá: Universidad Libre.
- Gutiérrez, F, Prieto. D. (1991). La mediación pedagógica. Ed. RNTC. Hilversum, Países Bajos.
- Gutiérrez, F. Cruz, P. (2012) Serie Holografías N° 3. San José Costa Rica: Universidad la Salle
- Gutiérrez, F. Cruz, P. (2004) Ecopedagogia y Ciudadanía Planetaria. San José Costa Rica: Editorial pec 97
- Hernández, E. (2009) De las Cuentas y Las Escrituras, Editorial Asociación Española de Contabilidad y administración de Empresas AECA, Madrid España.
- Huxley, Jung, Maslow, Fromm, Castañeda, Aurobindo, y otros. (s.f.). Nueva Conciencia. Integral.
- Lederman, L. Teresi, D (1996) La partícula Divina. Barcelona: Editorial Grijalbo Mondadori, S.A.
- León, G. (2002) Los desafíos de la educación contable "Encrucijada de una formación monodisciplinaria en un entorno complejo e incierto" Cali: Editorial Unicauca.
- López, F. (2004) Historia de la Contabilidad, Versión al castellano de la obra Alemana de Karl Peter Kheil. Alcobendas – Madrid: Graficas Ormag
- Machado, F. (20110). Documentos relativos a la implementación de la contabilidad por partida doble en las cajas reales de indias 1784. Madrid: Graficas Ormag.
- Mattessich, R. (2002). Contabilidad y Métodos Cuánticos, Medición y Proyección del Ingreso y la Riqueza en la Microeconomía y en la Macroeconomía. Tucumán: la Ley S.A.
- Morín, E. (2010). Complejidad restringida, complejidad general Costa Rica: Estudios 93.
- Morín, E.; Ciurana, E. & Motta, R. (2003). Educar en la era planetaria: el pensamiento complejo como método de aprendizaje en el error y la incertidumbre humana. Barcelona: Gedisa S.A.



www.unisinu.edu.co