Gestión y Gerencia

Revista Científica
Decanato de Administración y Contaduría
Universidad Centroccidental
"Lisandro Alvarado"

DICIEMBRE 2011
BARQUISIMETO, VENEZUELA
Vol. 05 Nº 03

DEPÓSITO LEGAL: pp200702LA2779
ISSN: 1856-8572

UNIVERSIDAD CENTROCCIDENTAL "LISANDRO ALVARADO" - UCLA
Decanato de Administración y Contaduría
Centro de Investigación - CI-DAC

GESTIÓN Y GERENCIA

GESTIÓN Y GERENCIA es una Revista Científica del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado" orientada a la publicación de colaboraciones que versen sobre temas relativos a la gestión, la gerencia y en general, las ciencias sociales.
La revista recibe colaboraciones permanentemente y tiene una frecuencia cuatrimestral con números en Abril, Agosto y Diciembre.

Revista arbitrada e indexada: Latindex, Dialnet

Depósito Legal: pp200702LA2779 ISSN: 1856-8572 Periodicidad: Cuatrimestral

CORRESPONDENCIA
Revista Gestión y Gerencia
Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado"-UCLA-
Calle 8 entre carreras 19 y 20, Edif. Investigación, Postgrado y Extensión del DAC.
Barquisimeto, Estado Lara, Venezuela.
Teléfono: (0251) 259.14.19 / Fax: (0251) 259.14.61
Correo Electrónico: gestionygerencia@gmail.com
Gestión y Gerencia en la web: http://www.ucla.edu.ve/dac/gestionygerencia.htm

DISTRIBUCIÓN
Decanato de Administración y Contaduría
Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado"-UCLA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Francesco Leone
RECTOR

Nelly Velázquez
VICERRECTORA ACADÉMICA

Edgar Alvarado
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Francisco Ugel
SECRETARIO GENERAL

Homero Sáenz
DIRECTOR CDCHT

Fernando Sosa
DECANO DE ADMINISTRACIÓN
Y CONTADURÍA (DAC)

Beatriz Carvajal
COORDINADORA DE INVESTIGACIÓN DAC

GESTIÓN Y GERENCIA
DAC-UCLA

CONTENIDO

Editorial

El ejemplar No. 3 del Volumen 5 de esta edición 2011 cierra el primer lustro de la Revista Gestión y Gerencia. Durante este período hemos podido experimentar, los integrantes del Consejo Editorial, una amplia labor en la que se hace necesario una gestión en lo académico y administrativo requiriendo el concurso, la dedicación, la sana discusión, los acuerdos, que no siempre es fácil y como es normal, entre los integrantes de cualquier equipo, que como visión tiene: servir a la comunidad científica y tecnológica orientando, en lo posible, a escribir experiencias nacionales en gestión y gerencia que tanto tenemos que contar. En la gestión académica, nos abocamos a apoyar la difusión de artículos presentados en las 6ta y 7mas Jornadas de Investigación de nuestro decanato, y los del I y II Seminario ALTEC 2008 y 2010 así como artículos propuestos de otras universidades, centros e institutos de investigación.

Este número presenta 6 artículos de apoyo a los estudios de cuarto y quinto nivel dos resultados de tesis de maestrías, dos de doctorado y postdoctorado y dos de propuestas libres; resultado de avances y cierre de investigaciones. También, en esta oportunidad, se apoya nuevamente, con la inclusión de una ponencia, al II Seminario ALTEC 2010 (Asociación Iberoamericana de Gestión Tecnológica) edición Venezuela realizado en nuestra ciudad, Barquisimeto, con apoyo de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA).

El primer artículo es una contribución de Fernando Pinto y Jhonny Mendoza éste es resultado de una tesis de maestría donde se presenta un estudio de caso de la Fundación CIEPE. Analiza la gestión de la comunicación comercial en los centros de investigación científica adscritos al Ministerio del Poder Popular para Ciencia y Tecnología (MPPCT), en función de las necesidades del sector agroproductivo en Venezuela.

El segundo artículo, los autores Fanny Tarabay y Adolfo Perinat exponen".. la idea de que un mejor desarrollo humano en Venezuela y en América Latina no puede impulsarse solamente mediante la educación y las inversiones económicas o una combinación entre ambas". Mencionan algunas iniciativas que han tenido éxito, pero concluyen que el problema del desarrollo humano es de índole sistémica y ha de atacarse mediante una política coordinada en los diversos frentes: económico, educativo y cultural a la vez. Interesante revisar el enfoque.

Gladys y Eddy J Rodríguez, en su artículo estudian las nuevas herramientas de las empresas en red y una nueva concepción del servicio al cliente basada en *e-process.* Su propósito es describir las herramientas y técnicas para implementar la administración basada en actividades o procesos, para lo cual definen qué son actividades y qué son los procesos en términos de gerencia. Exponiendo en qué consiste el *e-process* y su impacto en las organizaciones de comercio electrónico así mismo, cómo a través de procesos de resolución de conflictos incorporados en las organizaciones de comercio electrónico, pueden solventarse algunos conflictos entre proveedores y clientes.

El artículo de Aurora Anzola nos acerca al análisis del marco jurídico-institucional en el que se insertan las herramientas de participación en Venezuela previstas en la Constitución de 1999. Aborda, a través del examen de los mecanismos empleados para la materialización de estas herramientas de participación y finalmente, analiza su rol de participación para el desarrollo de una sociedad civil venezolana democrática y participativa a través de experiencias concretas: los consejos comunales.

El artículo de Rubén Acevedo nos presenta un análisis de la evolución del marco legal que rige la prestación del servicio eléctrico venezolano, entre el 2000 y 2010. El primer ensayo de legislación del 21 de Septiembre de 1999, Ley del Servicio Eléctrico, a la Ley Orgánica de Reorganización del Sector Eléctrico en el 2007, donde se crea la figura de la Corporación Eléctrica Nacional (CORPOELEC). Analiza los principales hitos de este proceso y los acontecimientos más relevantes que los rodearon. Interesante revisar estos diez años digamos de la descentralización a la centralización.

Por último Anaylen López y Rubén.Cadenas estudian el perfil del usuario de internet con el objeto de identificar las características socio culturales de los usuarios y sus necesidades con relación a los servicios que ofrecen los centros de comunicación específicamente de una ciudad del estado Zulia.

Cerramos este año nuevamente expresando nuestro agradecimiento a todos los colaboradores, a los árbitros por su tiempo y apoyo, al Consejo Editorial brazo de soporte y por supuesto a las empresas que a través de LOCTI creyeron en este proyecto y lo financiaron con sus aportes. Gracias.

Concetta Esposito de Díaz
Directora

“No basta saber, se debe también aplicar. No es suficiente querer, se debe también hacer”

Johann Wolfang Goethe (1749- 1832)
Poeta y Dramaturgo alemán

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL DE LOS PRODUCTOS BIOTECNOLÓGICOS DIRIGIDOS AL SECTOR AGROPRODUCTIVO EN VENEZUELA. CASO: FUNDACIÓN CIEPE, AÑO 2008 AL 2009

Fernando Pinto A.* y Jhonny Mendoza**

*MSc. Gerencia Empresarial UCLA Economista Universidad de Carabobo
Docente. Instructor. Tiempo completo. Cátedra de Gestión Tecnológica Agrícola. Departamento de Ciencias Sociales. Decanato de Agronomía UCLA fernandopinto@ucla.edu.ve, grupoeliteasesores@yahoo.es
**MSc. en Mercadeo e Imagen Corporativa (Univ. Santa María) Especialista en mercadeo (Univ. Santa María) Lic. Administración (UCLA) Docente. Asistente. Postgrado DAC-UCLA jhonny.mendoza@yahoo.es

RESUMEN

El presente estudio, analiza la gestión de la comunicación comercial en los centros de investigación científica adscritos al Ministerio del Poder Popular para Ciencia y Tecnología, en función de las necesidades del sector agroproductivo en Venezuela, y como caso de estudio la Fundación CIEPE. Esto con el fin de establecer la necesidad de aproximar un modelo de gerencia basado en el enfoque de mercadeo estratégico. La investigación adopta el diseño no experimental de tipo transeccional descriptivo. Se aplicaron instrumentos de recolección de datos en la unidad de análisis y a la muestra seleccionada del conglomerado del sector agroproductivo venezolano. Se logró llegar a la conclusión y recomendación de proponer lineamientos estratégicos, que orienten el diseño de planes comunicacionales para la gestión comercial de los productos biotecnológicos de los centros de investigaciones del Estado venezolano.

Palabras clave: Gestión de la comunicación comercial, instituciones de investigación, mercadeo estratégico.

Recibido: 08/07/2011 - Corregido: 12/05/2011 - Aprobado: 05/10/2011

MANAGEMENT OF BUSINESS COMMUNICATION FOR BIOTECHNOLOGY PRODUCTS DIRECTED TO THE AGROPRODUCTIVE SECTOR IN VENEZUELA. EVENT: FOUNDATION CIEPE, YEAR 2008 TO 2009

Fernando Pinto A.* y Jhonny Mendoza**

*MSc. Gerencia Empresarial UCLA Economista Universidad de Carabobo
Docente. Instructor. Tiempo completo. Cátedra de Gestión Tecnológica Agrícola. Departamento de Ciencias Sociales. Decanato de Agronomía UCLA fernandopinto@ucla.edu.ve, grupoeliteasesores@yahoo.es
**MSc. en Mercadeo e Imagen Corporativa (Univ. Santa María) Especialista en mercadeo (Univ. Santa María) Lic. Administración (UCLA) Docente. Asistente. Postgrado DAC-UCLA jhonny.mendoza@yahoo.es

ABSTRACT

This study examines the management of commercial communication in scientific research institutes under the Ministry of Popular Power for Science and Technology, according to the needs of agro-production sector in Venezuela, and as a case study CIEPE Foundation. That to establish the need to approximate a model of management based on strategic marketing approach. The research adopts the design is not experimental, transactional descriptive. Instruments were applied in data collection and analysis unit of the selected sample agroproduction Venezuelan conglomerate. It managed to reach the conclusion and recommendation to propose strategic guidelines, which guide the design of communications plan for the commercial management of biotechnology products in research centers of the Venezuelan State.

Key words: Management of commercial communication, research institutions, strategic marketing.

GESTÃO DA COMUNICAÇÃO COMERCIAL DOS PRODUTOS BIOTECNOLÓGICOS DIRIGIDOS AO SETOR AGRO-PRODUTIVO NA VENEZUELA. CASO: FUNDAÇÃO CIEPE, ANO 2008 A 2009

Fernando Pinto A.* y Jhonny Mendoza**

*MSc. Gerencia Empresarial UCLA Economista Universidad de Carabobo
Docente. Instructor. Tiempo completo. Cátedra de Gestión Tecnológica Agrícola. Departamento de Ciencias Sociales. Decanato de Agronomía UCLA fernandopinto@ucla.edu.ve, grupoeliteasesores@yahoo.es
**MSc. en Mercadeo e Imagen Corporativa (Univ. Santa María) Especialista en mercadeo (Univ. Santa María) Lic. Administración (UCLA) Docente. Asistente. Postgrado DAC-UCLA jhonny.mendoza@yahoo.es

RESUMO

Neste trabalho se analisa a gestão da comunicação comercial nos Centros de Pesquisa Científica dependentes do Ministério do Poder Popular para a Ciência e Tecnologia, em função das necessidades do setor agro-produtivo na Venezuela e como caso do estudo a Fundação CIEPE. Com o fim de estabelecer a necessidade de aproximar um modelo de gerência baseado no enfoque do mercado estratégico. A pesquisa adota o desenho não é experimental, descritivo transacional. Aplicaram-se instrumentos de colheita de dados na unidade de análise e na amostra selecionada no conglomerado do setor agro-produtivo venezuelano. Chegou-se à conclusão e recomendação de propor lineamentos estratégicos que orientem a elaboração de planos comunicacionais para a gestão comercial dos produtos biotecnológicos dos centros de pesquisa do estado venezuelano.

Palabras chave: Gestão da comunicação comercial, instituições de pesquisa, mercado estratégico.

Introducción

La gestión del manejo organizacional, sufre variaciones por estar relacionada con las fuerzas del mercado de la oferta y la demanda. Ellas pueden ser atendidas por las organizaciones a través de las funciones de la administración de la mercadotecnia, que orientan la profundización de las actividades del marketing, lo cual constituye, una de las razones por la que esta disciplina de las ciencias económicas es tomada en cuenta como indicador que mide la gestión de un gran número de organizaciones.

Al respecto, Morales (2005, p.1), afirma que:

> Las variaciones del entorno están llevando a que las empresas se orienten a la profundización de las actividades del marketing, como un recurso estratégico para adecuarse al medio ambiente y a las necesidades del mercado al cual están dirigidos sus productos.

Las funciones de la administración de la mercadotecnia, conllevan a la aplicación de diversos instrumentos que se rigen por la planificación, organización, dirección y control, que permiten el diseño, promoción, distribución y colocación de precios adecuados a los segmentos, de los productos que las organizaciones ofertan al mercado.

La oferta del mercado se lleva a cabo a través de un proceso cognoscitivo que procura el posicionamiento del producto a través de una marca, que puede estar concebida por una estrategia de marca única, tipo paraguas, multimarcas, familiar, declinables, todas ellas bajo un procedimiento comunicacional regido por un plan que define el objetivo, la estrategia y el público meta. Esta acción como instrumento comunicacional descrito, es la esencia de esta investigación, que procura fortalecer la oferta de la gama de productos biotecnológicos que demanda el sector agroproductivo en Venezuela.

La justificación e importancia de esta investigación está focalizada en hacer una gestión comunicacional eficaz, la cual puede constituirse en una estrategia para dar a conocer los productos biotecnológicos que se desarrollan en los centros de investigaciones del Estado venezolano, entre ellos la Fundación CIEPE, como caso específico de estudio, los cuales contribuyen al fortalecimiento del sector agroproductivo en Venezuela.

Asimismo, los centros de investigación del Estado venezolano a través de la comercialización de estos productos dados a conocer con un plan comunicacional desarrollado a partir de una serie de lineamientos estratégicos, pueden adquirir recursos financieros que permitirán fortalecer la inversión en futuras investigaciones en el sector biotecnológico.

Fundamentación Teórica

Reflexiones sobre la gestión de la comunicación comercial hacia el sector agroproductivo en Venezuela.

A partir de los principios de mercadeo, es posible contribuir al desarrollo de la biotecnología mediante la detección de las necesidades de diversos sectores de la industria, las cuales deben ser consideradas como insumo importante para el establecimiento de líneas de investigación y la consecuente obtención de nuevos productos o procesos en las organizaciones dedicadas a ello.

Lo anterior se fundamenta de acuerdo a lo indicado por Jaffé e Infante (1996, p. 34), en lo señalado a continuación:

> Los programas de desarrollo de la biotecnología del sector público, y especialmente si se trata de programas nacionales, deben responder a necesidades compartidas por los actores más importantes y, particularmente, por los usuarios finales de la biotecnología, es decir, productores e industriales.

Así, en cuanto a la aplicabilidad de los productos biotecnológicos en el sector agroproductivo, éstos conllevan una mejora en los rendimientos de producción y beneficios colectivos derivados de su uso.

Sin embargo, las acciones de mercadeo de productos biotecnológicos presentan una deficiencia en relación a su gestión de comunicación comercial, toda vez que la misma no se encuentra fundamentada por el desarrollo de planes estratégicos que promuevan el posicionamiento e incrementos en la participación de mercado por parte de las instituciones que los desarrollan.

La gestión de la comunicación comercial de los productos biotecnológicos, por parte de los centros de investigación del Estado venezolano, se debe basar en la planificación de las actividades promocionales de los productos obtenidos mediante técnicas biotecnológicas, dirigidas al sector agroproductivo del país.

Respecto a la importancia que reside en la comunicación comercial de las organizaciones, Bengoechea (1998, p. 335), expresa lo siguiente:

> Hoy en día es un hecho indiscutible que uno de los aspectos que más preocupa a la empresa moderna es la necesidad de establecer una intercomunicación con el mercado al que ofrece sus productos y servicios, a través de sus mecanismos sociales e institucionales ya que consideran que es imprescindible para lograr la salida esperada de esos productos y servicios.

El autor sostiene con ello, que las empresas modernas consideran la comunicación como una herramienta lo suficientemente capaz de lograr el posicionamiento en el mercado en que compiten, toda vez que es el mecanismo mediante el cual la empresa logra transmitir información de sus productos a los consumidores o compradores.

Respecto al conocimiento o percepción de los productos en el mercado por parte de los compradores, Ryan (2001, p. 152), apoya la posición en cuanto a la necesidad de desarrollar estrategias comunicacionales eficientes al indicar que “si no lo conoce, no puede vender una cantidad suficiente para ofertar un precio competitivo”.

La gestión de la comunicación comercial se basa en la promoción como variable de marketing, aún cuando este factor no contempla sólo el uso de la publicidad y venta. Una gestión de comunicación comercial eficiente, proporciona la adecuada proporción de utilización de los elementos o factores de marketing de acuerdo a los objetivos de promoción de la organización.

Los objetivos de la gestión de comunicación comercial no serán efectivos, de acuerdo a lo expresado por Lambin (1997, p. 519), en la medida en que éstos no sean respaldados por “programas de acción vigorosos”. Al respecto, debe señalarse que los programas son aquellos planes estratégicos comunicacionales que reflejan la necesidad de posicionamiento y crecimiento en la participación en el mercado de los productos de la organización.

La gestión eficiente de la comunicación comercial en una empresa, conlleva el desarrollo de un plan estratégico comunicacional, y para lo cual se cuenta con diferentes medios de comunicación. Lambin (1997, p.520), presenta las características de los medios de comunicación de mayor uso, los cuales son los siguientes:

•La publicidad: Es una comunicación de masas, pagada, unilateral, emanada de un anunciador presentado como tal, y concebida para apoyar, directa o indirectamente, las actividades de la empresa.

•La fuerza de ventas: Es una comunicación a la medida personal y bilateral (un diálogo) que aporta informaciones a la empresa y que es más concebida para incitar al cliente a una acción inmediata.

•La promoción de ventas: Comprende el conjunto de estímulos, que de una forma no permanente y a menudo localmente, va a reforzar temporalmente la acción de la publicidad y/o de la fuerza de ventas, y son puestos en funcionamiento para fomentar la compra de un producto específico.

•Las relaciones exteriores: Tienen por objetivo establecer, a través de un esfuerzo deliberado, planificado y sostenido, un clima psicológico de comprensión y confianza mutua entre una organización y el público.

Por su parte, Ryan (2001, p.156), en relación a la intensidad con que se deben enfocar los recursos y esfuerzos promocionales, establece ciertos criterios de acuerdo a las etapas del ciclo de vida del producto:

•En la etapa inicial de introducción, se impone un esfuerzo ingente de publicidad, demostración del producto o educación del consumidor, con la finalidad de despertar y estimular la demanda inicial.

•En la fase de madurez, la campaña de promoción se centra en fomentar el espíritu crítico y selectivo del consumidor, con el fin de que compare las cualidades y ventajas del producto con los de la competencia. En este punto la publicidad pone el acento en la diferenciación del producto.

•En la etapa de decadencia el producto que antes tenía tanto poder de captación se convierte en un artículo más, y su popularidad se desvanece. Como en este punto subsisten escasas diferencias reales entre los productos de la competencia, la promoción se dedica a realzar fundamentalmente el estilo, la vanidad y otros aspectos no económicos de la lucha por el mercado.

El objetivo principal de la gestión de la comunicación comercial de los productos biotecnológicos, es el desarrollo de un plan estratégico de comunicación en concordancia con los objetivos de los centros de investigación del Estado venezolano, que logre el posicionamiento de los productos en el mercado y que estimule la demanda de los mismos por los

actores vinculados al sector agroproductivo en Venezuela.

La gestión de la comunicación comercial debe promover el desarrollo de procesos de comunicación eficientes en los que las organizaciones transmitan información sobre sí misma, principalmente sobre sus productos, fundamentalmente a sus compradores potenciales.

Posicionamiento en el sector agroproductivo de los productos biotecnológicos.

En general, las actividades estratégicas de mercadeo en las organizaciones se ejecutan con el fin de lograr los objetivos comerciales. Estos objetivos se enmarcan en logros de comercialización de los productos dispuestos para el mercado por parte de las organizaciones y, conjuntamente, brinden réditos que permitan la sostenibilidad de las empresas en el tiempo.

Asimismo, un aspecto importante de la gestión de mercadeo por parte de las organizaciones es el desarrollo e implementación de una política de producto con el objetivo de alcanzar el posicionamiento a partir de sus productos en el mercado en el cual compite.

El posicionamiento es definido por Lambin (1997, p.219), como “la concepción de un producto y de su imagen con el objetivo de imprimir, en el espíritu del comprador, un lugar apreciado y diferente del que ocupa la competencia”; es decir, que el posicionamiento de un producto en el mercado se relaciona con el nivel cognitivo por parte de los consumidores respecto al mismo.

Otra definición sobre posicionamiento es ofrecida por Bengoechea (1998, p.253), indicando que es “cómo se ubica el producto en la mente de éstos”, refiriéndose a los consumidores; lo cual, refleja un objetivo importante que debe desempeñar una estrategia comunicacional.

También, Stanton y Futrell (1988, p.239), hacen un aporte sobre este tema al indicar que “la posición de un producto es la imagen que éste proyecta en relación con los productos de la competencia y con otros comercializados por la misma compañía”. El autor refuerza el concepto de imagen en la definición de posicionamiento, toda vez que la misma le permite al comprador evaluar su decisión de adquirir un producto, en tanto tenga información de su existencia y otras características inherentes a éste.

El posicionamiento no es relativo al producto, se refiere a cómo se influye sobre

los compradores, y es a partir de un concepto comunicacional que se da a conocer el producto en el mercado.

En consecuencia, y de acuerdo con las definiciones ofrecidas por los autores anteriores, es factible exponer que el posicionamiento en el sector agroproductivo de los productos biotecnológicos se refiere al grado de percepción o conocimiento que tienen los actores vinculados a dicho sector respecto a la existencia de tales productos, de sus características, beneficios y aplicaciones.

Lograr el posicionamiento en el sector agroproductivo de productos biotecnológicos requiere de estrategias de diferenciación, y éstas se encuentran relacionadas con la comunicación, para lo cual, los centros de investigación del Estado deben plantear un plan comunicacional, a fin de lograr la conexión de la mente de los compradores con el producto.

Respecto a las opciones con que cuentan las organizaciones para diseñar políticas de posicionamiento, Kotler (1980, p.273), establece que se puede lograr de acuerdo a:

•Los atributos específicos y, alternativamente, según las necesidades que satisfagan o los beneficios que ofrezcan.

•Ocasiones de uso.

•En contra de un competidor.

•Respecto a diferentes clases de productos.

Las alternativas ofrecidas se corresponden con la necesidad que tienen los centros de investigación del Estado venezolano de segmentar sus mercados y diferenciar sus productos a fin de enfocar las estrategias de posicionamiento. Respecto a lo anterior, Stanton y Futrell (1988), refieren opciones similares a las ofrecidas por Kotler para lograr el posicionamiento en el mercado, indicando que se puede lograr en relación con un competidor, con un mercado meta, con una clase de producto y con base a precio y calidad.

En referencia a la segmentación de mercado, Aaker y Day (1998, p.567), indican que “es el desarrollo y la búsqueda de programas de mercadotecnia dirigidos a subgrupos o segmentos de la población que la organización podría posiblemente atender”. Esta segmentación vincula el área en la que la organización presenta mayor calidad productiva a fin de ser eficiente en la

atención del mercado seleccionado y poder mantenerse en el tiempo.

También, Lambin (1997, p.183), indica que "una empresa puede escoger entre dirigirse a la totalidad del mercado, o concentrarse en uno o varios segmentos que forman parte del mercado de referencia", y mediante un plan comunicacional establecer los objetivos de posicionamiento, que para el caso de la Fundación CIEPE y demás centros de investigación adscritos al Ministerio del Poder Popular para Ciencia y Tecnología, se encuentra constituido por el sector agroproductivo de Venezuela.

La segmentación de mercados permite dirigir los esfuerzos de la organización hacia aquellos sectores en los que sus competencias le permitan brindar a los consumidores o usuarios el mayor nivel de satisfacción posible a través de sus productos o servicios.

Igualmente, la segmentación de mercado se lleva a cabo en dos etapas. La primera es la macro segmentación, que según Lambin (Ob. cit, p.183) "identifica los productos-mercados". La micro-segmentación es, según el mismo autor, la que lleva a identificar los segmentos en el interior de cada uno de los productos-mercados seleccionados.

El posicionamiento, en cuanto se refiere a la posición que ocupa el producto en la mente del comprador, requiere de estrategias comunicacionales por parte de las organizaciones. Y es a través de la elaboración de un plan comunicacional, que se puede transmitir de forma eficaz la información que los centros de investigación requieren que el consumidor, comprador o mercado meta, tenga del producto.

En relación al mecanismo de transferencia de información desde las empresas hasta su mercado meta, Stanton y Futrell (1988, p.462), indican que "la promoción es el elemento de mezcla de mercadotecnia de una organización que sirve para informar al mercado y persuadirlo respecto a sus productos y servicios"; además, se puede expresar que la promoción es un elemento intrínseco de la gestión comercial, en tanto se debe establecer el manejo de diferentes métodos de llevarla a efecto.

Entre los variados métodos mediante los cuales se puede llevar a efecto una actividad promocional, destacan la venta personal y la publicidad. Igualmente, otras opciones son la promoción de ventas, la publicidad no pagada y las relaciones públicas.

A partir de la selección del mercado meta, las organizaciones deben dar respuestas a una serie de preguntas, a fin de determinar el posicionamiento que desean en el mercado. Lambin (1997, p. 219), en relación a la elección de posicionamiento, propone cuatro (4) preguntas para tal objetivo, las cuales, son las siguientes:

-¿Cuáles son las características distintivas de un producto o de una marca en la que los compradores reaccionan favorablemente?

- ¿Cómo son percibidas las diferentes marcas o firmas en competencia en relación a estas características distintivas?

- ¿Cuál es la mejor posición a ocupar en el segmento teniendo en cuenta las expectativas de los compradores potenciales y las posiciones ya ocupadas por la competencia?

- ¿Cuáles son los medios de marketing más apropiados para ocupar y defender esta posición?

Finalmente, el posicionamiento en el sector agroproductivo de Venezuela de productos biotecnológicos, se encuentra supeditado al desarrollo e implementación de planes estratégicos comunicacionales. Estos planes, coadyuvarían favorablemente en la percepción de los compradores. Esta actividad ha de originar cambios en la actitud de aquellos actores del sector agroproductivo entre los que estos productos se puedan valorar como materiales intermedios para la obtención de su producto final.

Productos biotecnológicos diseñados por los centros de investigación del Estado venezolano.

Los productos biotecnológicos pueden ser conceptualizados como aquellos que se obtienen mediante la utilización de técnicas o procesos propios de la biotecnología, y la misma, según Malacarne (2006), agrupa las tecnologías, que mediante el uso de organismos vivos o parte de ellos, permiten la obtención de bienes y servicios.

Al respecto, Trevan y otros (1990, p.03), adicionan otro elemento que identifica la ubicación de sectores susceptibles a incorporar procesos propios de la biotecnología al señalar que es “la aplicación de organismos, sistemas y procesos biológicos en las industrias manufactureras y de servicio”. Por lo tanto, si se encuentran identificados diversos sectores industriales que pueden

hacer uso de productos biotecnológicos como materia prima o intermedia para la obtención de sus productos finales, estos productos requieren de una gestión comercial para la apropiación de sus características y beneficios por parte de estas organizaciones productivas en el país.

Respecto al ámbito de aplicación de las técnicas o herramientas biotecnológicas para la obtención de nuevos productos, García y Machinea (2005, p.13), señalan lo siguiente:

> Las aplicaciones actuales de la biotecnología incluyen el desarrollo de nuevos fármacos y proteínas recombinantes, la producción de vacunas, de insumos biológicos agrícolas como biofertilizantes y biopesticidas; de nutracéuticos y cosméticos; producción de cultivos transgénicos, de enzimas industriales y la producción de biocombustibles.

Sin embargo, es necesario que se produzca un cambio en la gestión de comunicación comercial por parte de las organizaciones que desarrollan estos productos, especialmente las adscritas al Ministerio del Poder Popular para Ciencia y Tecnología, a fin de dar a conocer los desarrollos que en materia biotecnológica se tengan y lograr un mayor posicionamiento de éstos en el mercado.

Igualmente, García y Machinea (2005, p.29), señalan lo siguiente:

> La contribución de las aplicaciones biotecnológicas a las industrias tradicionales sigue creciendo de manera sostenida. Las principales ramas de actividad afectadas son la industria farmacéutica, la industria de los alimentos y de procesamiento de alimentos, la agricultura, la silvicultura, la minería, la fermentación industrial, la generación de energía y otras.

Respecto a lo anterior citado, la Fundación CIEPE representa un actor de preeminencia para el desarrollo de materiales, productos o procesos biotecnológicos que inciden sobre la industria de alimentos y agroproductivo en Venezuela. En consecuencia, el conocimiento de los productos que se desarrollan en esta institución deben tener un tratamiento estratégico en relación a su promoción dentro del sector agroproductivo venezolano; ésto, con el objeto de incorporar nuevos productos que promuevan mayores rendimientos en la producción de alimentos, con lo cual se contribuye a fortalecer la política de seguridad agroalimentaria en Venezuela.

En reconocimiento al alto costo financiero que implica la investigación y desarrollo en biotecnología, el Estado venezolano representa un papel fundamental para el impulso de las actividades conexas al desarrollo científico de la biotecnología.

Al respecto, Jaffé e Infante (1996, p.3) señalan lo siguiente:

> … el papel del gobierno en un proceso de desarrollo de la biotecnología puede, entonces, estar dirigido hacia… realizar la I&D y la producción en aquellos problemas o áreas que por razones de escala, capacidad de compra o por interés estratégico no van a ser asumidos por la iniciativa privada.

No obstante, la actividad de investigación y desarrollo debe ser afianzada mediante una gestión comercial eficiente, que promueva canales de comunicación que incrementen la capacidad de producción y comercialización de estos productos.

Sector agroproductivo en Venezuela.

El Estado venezolano ha venido desarrollando políticas a fin de estimular la inclusión de diversos factores económicos para el desarrollo de la nación. Como consecuencia de los cambios generados en el ámbito tecnológico y empresarial, se han incorporado conceptos con el objeto de precisar de manera amplia algunos aspectos relativos a la producción, conocimiento y tecnología.

Dentro de este contexto, se ha adoptado en el ambiente de ciencia y tecnología el concepto de “calidad productiva” en sustitución de “productividad”. Asimismo, lo referente al sector agroproductivo ha sido circunscrito al ámbito económico en sustitución del término “agroindustrial”.

En referencia a la incorporación del término Agroproductivo a fin de señalar o hacer referenciales del sector agroindustrial, es válido expresar que viene a suplir aspectos de orden conceptual, ya que anteriormente el sector agroindustrial por definición no emplazaba la incorporación de diversos sectores productivos que en la actualidad refuerzan los sistemas de producción agrícola.

Respecto a los actores vinculados al sector agroindustrial, Planella (1986, p.27), expresa que “el mismo se entiende como la integración de la producción,

con la transformación o adecuación y la comercialización".

Lo anterior refleja el fundamento para la incorporación del término Agroproductivo, toda vez que el mismo pretende sean tomados en cuenta el productor agropecuario y las empresas u organizaciones proveedoras de insumos como parte del sistema agroindustrial del país.

Igualmente, al examinar sobre el estado actual en cuanto a las nuevas referencias conceptuales aunadas por algunas instituciones del Estado venezolano, es dejado en claro que la incorporación de éstos obedece al apego a las nuevas directrices ideológicas que sustentan las acciones del actual gobierno.

En consecuencia, el sector agroproductivo en Venezuela es aquel que se encuentra conformado por los productores agropecuarios y las empresas de transformación, distribución y proveedoras de insumos y servicios, cuya materia prima sea de origen animal o vegetal para la obtención de productos con capacidad de satisfacer las necesidades de consumo por parte de la población, así como la de alimentación animal.

A partir de las consideraciones anteriores, se deriva que el sector agroproductivo mantiene la naturaleza de las funciones del antes sector agroindustrial o sector secundario de la economía, con el adicional de lo que representa la función del sector primario, y entre sus funciones se identifica el lograr satisfacer alguna necesidad del consumidor con un producto de origen agropecuario.

Para el logro del objetivo delimitado por la función del sector, éste debe mantener un nivel de producción animal o vegetal que pueda suministrar a las unidades de transformación. Estas unidades de transformación son aquellas empresas que mediante diferentes procesos y aplicación de tecnologías apropiadas, procesan la materia prima de origen agropecuario para que pueda ser comercializada.

Además de sustentar procesos de transformación, el sector agroproductivo debe mantener precios que le permitan obtener réditos a cada uno de los factores que lo integran, de modo de preservar la sustentabilidad del sector.

Por otra parte, se deben realizar estudios en el mercado que permitan conocer las características del producto de acuerdo a las costumbres y hábitos del

consumidor; esta función puede identificar el grado de adecuación o transformación que se le deba dar al producto para ofrecerlo.

Se puede expresar luego, que el sector agroproductivo presenta una serie de funciones que se fundamentan en una gestión comercial para la producción, transformación y distribución o comercialización de productos de origen agrícola.

En consecuencia, la gestión comercial de estos productos requiere de elementos inherentes al mercadeo estratégico, entre los cuales se debe procurar atención a los factores comunicacionales que promueven la eficiencia de dicha gestión.

Unidades orgánicas de mercadeo en los centros de investigación.

En Venezuela, se desarrollan productos obtenidos mediante el uso de herramientas biotecnológicas por parte de los centros de investigación científica, adscritos MPPCT. Sin embargo, aún cuando estos centros de investigación desarrollan productos dirigidos a satisfacer variadas necesidades de diferentes sectores productivos del país, carecen en su mayoría, de una estructura en la cual se haya dado cabida a la correspondiente para la gestión de actividades de mercadeo.

Las actividades de mercadeo son consideradas fundamentales para las organizaciones a fin de lograr la detección de necesidades del mercado, así como la de proyectar los productos desarrollados por las empresas.

Respecto a las actividades inherentes al mercadeo en las organizaciones, Aaker y Day (1998, p.565), expresan que “un prerrequisito esencial para una acción efectiva de mercadotecnia es una completa comprensión de la dimensión y la estructura del mercado”.

Son útiles para ello, los estudios de mercados, en tanto permitan identificar las necesidades de los consumidores y al mismo tiempo, el interés real que éstos tengan sobre determinado producto o servicio.

Determinar esas necesidades dentro del mercado de influencia sobre el cual actúa la organización, permitirá una orientación de las líneas de investigación y desarrollo de productos biotecnológicos. Este análisis de necesidades permite a las organizaciones establecer grupos de consumidores o usuarios a los cuales poder ofertar sus productos o servicios.

Estas actividades de mercadotecnia son administradas por una unidad de mercadeo; así como el resto de las que se identifican con la gestión empresarial son administradas por la unidad del área correspondiente.

Se considera como una unidad orgánica, toda vez que constituye una parte de la organización o de un sistema organizacional, ya que la estructura de una empresa contempla diferentes unidades orgánicas con responsabilidades definidas por las competencias de cada área de gestión.

El sistema organizacional se refiere a las relaciones existentes de forma estructural y funcional de una parte de la organización con el resto de la misma. Involucra la internalización y aprehensión de los objetivos generales de la organización para poder aportar al logro de los mismos. Al respecto, Chiavenato (1999, p.771), indica que "la organización es un sistema que consta de varias partes interactuantes. En realidad, el sistema es un todo organizado o complejo; un conjunto o combinación de cosas o partes que forman un todo complejo o unitario".

En cuanto a las unidades orgánicas de mercadeo en los centros de investigación, las mismas deben ser aquellas que coordinen las actividades de planificación estratégica para promover de manera eficiente el flujo de productos biotecnológicos al sector agroproductivo; también, las actividades inherentes al desarrollo de estudios de investigación de mercados que permitan la detección de necesidades en el país en las cuales los investigadores puedan capitalizar sus esfuerzos para el logro de soluciones a través de innovaciones biotecnológicas.

Recursos técnicos, humanos y financieros para la gestión de la comunicación comercial en los centros de investigación.

La gestión de la comunicación comercial supone, en general para cualquier tipo de producto que se pretenda incorporar o mantener en su mercado de interés, la utilización de recursos para realizar las actividades propias que impone la gestión de mercadeo.

Un aspecto importante de la gestión de mercadeo es la utilización de los factores de marketing en una proporción adecuada, de acuerdo con los objetivos de las organizaciones, a fin de procurar que el éxito de los resultados, entre ellos el posicionamiento e incrementos en la participación en el mercado. Así, los recursos necesarios para una actividad de comunicación comercial se

corresponden al talento humano, técnico y financiero.

El talento humano se refiere al personal con las competencias relacionadas a la administración o dirección de unidades de mercado; es el componente profesional en el área de mercadeo con suficiencia para el desarrollo de planes estratégicos, su ejecución, control y evaluación.

El talento humano dedicado a estas actividades, es un personal motivado y con mucha participación en las tomas de decisiones, influyendo en los niveles de productividad de las organizaciones.

Los recursos técnicos se refieren a la disponibilidad de las tecnologías de información e informática que permitan la adecuación de los esquemas o procesos productivos vinculados al área de mercadeo.

El manejo de información y la gestión de comunicación requieren de un sistema de indicadores, los cuales se constituyen en recursos técnicos del área de mercadeo.

Así mismo, los medios de comunicación son recursos técnicos que la unidad de mercadeo puede utilizar, aún cuando éstos repercuten en la disponibilidad de los recursos financieros. La gestión de la comunicación debe estudiar los impactos que tienen los diferentes medios y optimizar los recursos en la mezcla utilizada de los mismos.

Respecto a las nuevas tecnologías de comunicación, Lambin (1997, p.525) expresa lo siguiente:

> Los medios audiovisuales de comunicación están actualmente en plena mutación, bajo el impulso del desarrollo de la telemática, de las redes de televisión por cable, de la televisión con abono, de la comunicación por satélite, de los terminales de videotexto interactivos.

Estos medios mencionados, se constituyen en recursos técnicos que tienen una influencia sobre la comunicación en el mercado a nivel general, por lo que es fundamental el análisis de los mismos, a fin de determinar los más apropiados en relación a los objetivos de posicionamiento de la organización. El recurso financiero se refiere a la disponibilidad presupuestaria con la que cuenta la unidad de mercadeo para ejecutar sus actividades, entre ellas la de comunicación.

A partir de que la gestión de comunicación es un área estratégica del marketing o mercadeo, Ryan (2001, p.11) expresa que "constituye una fuerza reguladora a través de su papel de asignar los recursos escasos y de su influencia en la distribución y cuantía de los ingresos, tanto personales como empresariales". Se presenta de esta manera una función económica fundamental del mercadeo y de la gestión de la comunicación en las organizaciones, en tanto estima que las actividades deben ser dirigidas a un uso adecuado de los recursos con el fin de lograr los mayores rendimientos. La unidad de mercadeo de una organización debe velar por la correcta ejecución del presupuesto asignado.

A fin de medir las capacidades internas y externas en relación a los recursos técnicos, humanos y financieros para la gestión de la comunicación comercial en los centros de investigación del Estado venezolano, se debe realizar un diagnóstico en los mismos a fin de procurar información relevante que permita la formulación de estrategias entre las diferentes variables detectadas y calificadas como fortalezas o debilidades, y amenazas u oportunidades.

Metodología

Esta investigación presenta un modelo de investigación no experimental de tipo transeccional descriptivo, por cuanto el investigador no manipuló el evento de contexto de manera intencional y tampoco introdujo elementos que permitieran modificaciones en el mismo, y el evento de contexto se estudió en un único momento del tiempo presente.

En relación a la población y muestra, en el presente estudio se ha seleccionado a la Fundación CIEPE como unidad de análisis debido a su trayectoria en la actividad biotecnológica en Venezuela. Además, éste es el centro de investigaciones del Estado venezolano dedicado a la investigación experimental y desarrollo de nuevos productos en apoyo al sector agroproductivo del país. Es por ello, que en segunda instancia se ha seleccionado una muestra del universo del sector agroproductivo en Venezuela por considerarse el mercado potencial de los productos biotecnológicos que desarrolla la Fundación CIEPE. Esta población ha sido considerada como un conglomerado, toda vez que la misma se encuentra integrada por los subgrupos identificados como Empresas y Productores.

A partir de la aplicación de una fórmula matemática para el cálculo de

poblaciones finitas se obtuvo como resultado una muestra del sector agroproductivo de 23 empresas y 45 productores, y seleccionados mediante un muestreo no probabilístico intencional de una base de datos de actores vinculados, o vinculantes, al sector biotecnológico en el país.

Para la recolección de información se han utilizado las técnicas de guión estructurado en el caso de la Fundación CIEPE, y el cuestionario para la muestra seleccionada del sector agroproductivo, siendo éste último instrumento configurado mediante preguntas con escala de estimación y validado a través de la técnica juicio de expertos y por la elaboración de una matriz operacional.

Una vez validado el instrumento por los expertos, se aplicó el mismo mediante una prueba piloto en las condiciones de campo a cinco (5) personas con características muy similares al resto de la muestra seleccionada del sector agroproductivo con el objeto de determinar las cualidades de estabilidad y consistencia del cuestionario previamente validado. Estos resultados permitieron calcular el coeficiente de correlación interna utilizando el método de Alfa de Cronbach, obteniendo un valor del mismo en 0,86, permitiendo afirmar que el instrumento presenta fuerte confiabilidad.

Finalmente, para el proceso de interpretación de los datos obtenidos en la investigacación, una vez recolectada la información, se procedió a analizar para determinar la relación que poseen los datos con el objeto de esta investigación. Así, la información que se obtuvo mediante las técnicas de recolección antes mencionadas, contiene todos los conocimientos emanados de las afirmaciones y la observación que concretan el tema en estudio.

Resultados

Los resultados del estudio han sido obtenidos a partir de la aplicación de un cuestionario a la muestra seleccionada como instrumento para la recolección de la información necesaria, y que contribuyera al logro de los objetivos planteados en la investigación, que fueron (1) Describir la gestión de la comunicación comercial que llevan a cabo los centros de investigación del Estado venezolano, adscritos al Ministerio del Poder Popular para Ciencia y Tecnología, para comercializar su gama de productos biotecnológicos. Caso Fundación CIEPE; (2) Diagnosticar el posicionamiento de los productos biotecnológicos diseñados por los centros de investigación del Estado

venezolano, en el sector agroproductivo en Venezuela; y (3) Determinar si existen unidades orgánicas de mercadeo en los centros de investigación del Estado venezolano, con recursos técnicos, humanos y financieros. Los hallazgos obtenidos se presentan a continuación:

a. Existe un reconocimiento por parte del personal sobre el valor de la filosofía organizacional; sin embargo, los principios guías de ésta filosofía no son manejados por la mayoría.

b. Se manejan lineamientos y formatos que direccionan la ejecución y control de las actividades de mercadeo; no obstante, éstos no son tomados en cuenta en forma eficiente, aparte de que los existentes no se encuentran ajustados a las estrategias e instrumentación establecidos por la gestión de la comunicación comercial.

c. No existe una amplia gama de instrumentos comunicacionales que estimule una respuesta por parte del sector agroproductivo. Los productos biotecnológicos son identificados a nivel del sector agroproductivo en Venezuela. Sin embargo, el mercado natural y potencial de los centros de investigaciones del Estado venezolano, no conocen los productos diseñados a partir de técnicas biotecnológicas; incluso, un alto porcentaje de los integrantes del sector agroproductivo desconoce el desarrollo de productos en estos centros de investigación.

d. También, los canales de comunicación mediante los cuales ha accedido un grupo reducido de los integrantes del sector agroproductivo venezolano a la información sobre productos biotecnológicos de los centros de investigación, no son aquellos estimados en su actividad mercadológica.

e. Existen prioridades en los integrantes del sector agroproductivo venezolano respecto a las características organolépticas de los productos biotecnológicos. La Calidad y Disponibilidad son consideradas en primer orden, tanto en el segmento empresas como productores. Esta postura por parte de los integrantes del mercado potencial, demuestra el conocimiento y la necesidad existente en el mercado. Además, se reconoce la importancia que tiene la definición de una marca para la identificación de los productos biotecnológicos diseñados en los centros de investigación del Estado venezolano.

f. Existe un mercado potencial diversificado en el que participan los integrantes del sector agroproductivo venezolano. Así, se tiene participación en el sector

animal, vegetal y agroprocesamiento, considerando importante el aspecto que define el conocimiento y requerimiento de productos biotecnológicos como materiales intermedios para la elaboración de un producto final. Sin embargo, los productos demandados en el sector agroproductivo no son originados, formulados o desarrollados en los centros de investigación del Estado venezolano.

g. La Sección de Mercadeo de la Fundación CIEPE carece de conocimientos en la formulación de estrategias e instrumentos comunicacionales que les permita generar una acción cognoscitiva que posicione su gama de productos biotecnológicos en el sector agroproductivo en Venezuela; en consecuencia, no existe una dirección estratégica a nivel comunicacional de estos productos, y que adicionalmente refuerce el carácter de la transferencia tecnológica.

h. Carece, además, de una estructura organizativa que le permita abordar las actividades propias de la planificación; incluso, su ubicación dentro de la organización no se considera estratégica. El personal no posee formación gerencial para con esta disciplina de la administración, aún cuando se cuenta con personal profesional en áreas de mercadeo. Las actividades que se llevan a cabo distan de los postulados del marketing estratégico comunicacional moderno. Se cuenta con recursos financieros y técnicos, considerándose una fortaleza.

Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos en la investigación, se evidencian debilidades en la comunicación comercial de las unidades de mercadeo de los centros de investigación descritos hasta el momento de realización del presente estudio; esto deriva en la necesidad de establecer lineamientos estratégicos con el fin de orientar el diseño, desarrollo o formulación de planes comunicacionales para la gestión comercial de los productos biotecnológicos en los centros de investigaciones del Estado venezolano.

De las situaciones detectadas mediante la investigación realizada, derivó la necesidad de formular un conjunto de acciones coherentes entre sí, dirigidas a la búsqueda e instrumentación de directrices encaminadas a optimizar el proceso de gestión de la comunicación comercial de los productos biotecnológicos de los centros de investigación del Estado venezolano, mediante una serie de lineamientos estratégicos para el diseño de planes

comunicacionales.

En consonancia con lo anteriormente expuesto, se definieron objetivos, estrategias y un plan de acción, se establecieron las Unidades Orgánicas sugeridas para su creación, así como los medios o herramientas que sustenten las acciones de la comunicación comercial en función de su factibilidad mercadotécnica.

Los propósitos y finalidades principales que justifican y orientan la acción en relación al desarrollo de lineamientos estratégicos de comunicación comercial de productos biotecnológicos en los centros de investigación del Estado, se sintetizan en sus aspectos esenciales en un objetivo fundamental, el cual consiste en diseñar lineamientos estratégicos, que orienten los planes comunicacionales para la gestión comercial de los productos biotecnológicos de los centros de investigaciones del Estado.

Proponer lineamientos estratégicos que orienten el diseño, desarrollo o formulación de Planes Comunicacionales para la gestión comercial de los productos biotecnológicos de los centros de investigaciones del Estado venezolano, adscritos al MPPCT, permitirá que estos productos logren un mayor posicionamiento en el sector agroproductivo venezolano, logrando con ello la comercialización de productos biotecnológicos obtenidos en Venezuela, con el respectivo ahorro de divisas que ello conlleva. Asimismo, los beneficios alcanzados permitirán el desarrollo de nuevos líneas de investigación en productos que el mercado requiera, en tanto sus necesidades sean detectadas por estos centros de investigación.

El basamento en el cual se sustenta el proceso de lineamientos como instrumento orientador para la formulación y desarrollo de planes de comunicación comercial, reside en la búsqueda de ideas originales y pertinentes, que permitan comunicar productos acordes con las necesidades del mercado, en concordancia con los objetivos corporativos de las organizaciones referidas, toda vez que éstas se encuentran justamente desarrollando nuevos productos y procesos biotecnológicos, que permiten además la obtención de recursos financieros para apoyar la investigación y desarrollo en el área biotecnológica venezolana.

Por otra parte, se destaca el hecho de haber detectado un nicho de mercado (Sector agroproductivo venezolano) que se traduce en una oportunidad de penetración con una gama y línea de productos y procesos.

Bibliografía

Aaker, David y Day, George (1998). Investigación de mercados. 3ra Edición. McGraw Hill. México.

Bengoechea, Bruno (1998). Dirección de marketing y ventas. Cultural de Ediciones, S.A. España.

Chiavenato, Idalberto (2004). Introducción a la Teoría General de la Administración. McGraw Hill. Colombia.

García, Enrique y Machinea, José (2005). Biotecnología para el uso sostenible de la biodiversidad. Capacidades locales y mercados potenciales. Corporación Andina de Fomento (CAF) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Caracas, Venezuela.

Jaffé, Walter y Infante, Diógenes (1996). Oportunidades y desafíos de la biotecnología para la agricultura y agroindustria de América Latina y el Caribe Banco Interamericano de Desarrollo. Washington. U.S.A.

Kotler, Philip (1980). Dirección de mercadotecnia. Análisis, planeación y control. Prentice-Hall, inc. Editorial Diana S.A. México.

Lambin, Jean Jaques (1997). Marketing estratégico. McGraw-Hill/ Interamericana de España. Madrid.

Malacarne, Fabiana (2006). Para leer en el Metro: Biotecnología industrial. Fundación Instituto de Estudios Avanzados IDEA. Miranda.

Morales, Mariher (2005). Marketing estratégico en PYMEs fabricantes de prendas de vestir del estado Zulia. La Universidad Del Zulia. Venezuela. Fuente: http://www.serbi.luz.edu.ve. (Consultado el 10-10- 2007).

Ryan, William (2001). Guía básica para la actividad del marketing. Ediciones Deusto. Bilbao.

Stanton, William y Futrell, Charles (1988). Fundamentos de mercadotecnia. McGraw-Hill/Interamericana de México S.A DE C.V. México.

Trevan, S; Goulding, K. y Stanbury, P. (1990). Biotecnología: Principios biológicos. Editorial Acribia, S. A. Zaragoza, España.

Planella Vilagra, Isidro (1986). La pequeña empresa y la agroindustria. II mesa redonda de la Red Latinoamericana de Agroindustria de frutas tropicales. Editorial Presencia LTDA. Bogotá, Colombia.

EDUCACIÓN, CULTURA Y DESARROLLO HUMANO EN VENEZUELA

Fany Tarabay* - Adolfo Perinat**

* Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto, Venezuela. ftarabay@ucla.edu.ve
** Universidad Autónoma de Barcelona, España. adolf.perinat@uab.es

RESUMEN

Este artículo defiende la idea de que un mejor desarrollo humano en Venezuela y en América Latina no puede impulsarse solamente mediante la educación y las inversiones económicas o una combinación entre ambas. Las acciones en estas dos líneas apenas han conseguido reducir los índices de pobreza en el continente. Se ha pasado por alto el problema cultural de las mentalidades. Investigaciones recientes muestran que los excluidos son presa de la indefensión aprendida, carecen de un horizonte de vida mejor, sus disposiciones y preparación para una actividad productiva son prácticamente inexistentes. La motivación por educarse y romper así el círculo fatal de la pobreza está seriamente dañada. Se analiza la dinámica social que ha engendrado esta situación. Se mencionan algunas iniciativas que han tenido éxito pero se concluye que el problema del desarrollo humano es de índole sistémica y ha de atacarse mediante una política coordinada en los diversos frentes económico, educativo y cultural a la vez.

Palabras clave: Desarrollo humano en latinoamérica, educación, economía cultura.

Recibido: 18/08/2011 - Corregido: 10/10/2011 - Aprobado: 08/12/2011

EDUCATION, CULTURE AND HUMAN DEVELOPMENT IN VENEZUELA

Fany Tarabay* - Adolfo Perinat**

* Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto, Venezuela. ftarabay@ucla.edu.ve
** Universidad Autónoma de Barcelona, España. adolf.perinat@uab.es

ABSTRACT

This present paper claims that the human development in Latin America is not only promoted by education and economic investments only. Programmes in both domains have hardly succeeded at lessening poverty indices in the continent. There is at ground a cultural problem that undoubtedly deserves more attention. Different investigations' conclusions put forward that among people suffering from exclusion there is a kind of mentality characterized by learned helplessness, lack of any expectation of improving their life and the dearth of dispositions and preparation to any productive activity beyond everyday survival. For all these reasons, their motivation for an educational process that breaks the poverty circle is severely undermined. We analyze the social dynamics that engendered this situation. Some initiatives that have succeeded are mentioned but the conclusion is that the problem of human development in Latin America is by nature systemic and it has to be dealt with through a coordinated socio-political action at the different fronts of economy, education and cultural change.

Key words: Human development in Latin America, economy, education, culture.

EDUCAÇÃO, CULTURA E DESENVOLVIMENTO HUMANO EM VENEZUELA

Fany Tarabay* - Adolfo Perinat**

* Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto, Venezuela. ftarabay@ucla.edu.ve
** Universidad Autónoma de Barcelona, España. adolf.perinat@uab.es

RESUMO

Este artigo defende a ideia de que um melhor desenvolvimento humano em Venezuela e em América Latina não pode ser impulsado somente mediante a educação e as inversões económicas ou uma combinação entre ambas. As ações nestas duas linhas apenas tem conseguido reduzir os índices de pobreza no continente. Não se tem considerado o problema cultural das mentalidades. Pesquisas recentes mostram que os excluídos são vitima do desamparo aprendido, carecem de um horizonte de vida melhor, suas disposições e preparação para uma atividade produtiva são praticamente inexistentes. A motivação, por se educar e romper assim o círculo fatal da pobreza, está seriamente danada. Analisa-se a dinâmica social que tem produzido esta situação. Mencionam-se algumas iniciativas que tem sido exitosas, mas se conclui que o problema do desenvolvimento humano é de índole sistémica e deve ser atacado mediante uma política coordenada nos diversos frentes econômico, educativo e cultura à vez.

Palavras chave: Desenvolvimento humano em Latinoamérica, educação, economia cultura.

Introducción

El desarrollo humano, entendido como erradicación de la pobreza y la desigualdad, es un asunto de actualidad. Concierne a todos los países, no sólo a los calificados de "avanzados", puesto que en todos sin excepción la pobreza y la desigualdad persisten. Desde hace más de 80 años las Agencias Internacionales (ONU, PNUD, UNESCO, Banco Mundial, Banco Interamericano del Desarrollo, CEPAL, etc.) han dedicado su atención, con más o menos diligencia y acierto, al tema del desarrollo humano. Aunque se han dado indudables progresos, la meta – un mejor nivel de vida para toda la humanidad- está aun lejos de haberse logrado. En este trabajo vamos a centrarnos en América Latina y, más particularmente, en Venezuela.

El problema del desarrollo humano tiene sus aspectos generales, universales, y tiene asimismo, sus dimensiones específicas según continentes y naciones. En un pasado reciente, se venía enfocando, casi exclusivamente, desde el ángulo del crecimiento económico: se postuló que a medida que se producía un aumento de riqueza nacional, la situación (económica y general) de la población necesitada mejoraría. Junto a la economía (y ligado a ella) siempre se ha considerado primordial la educación. Erradicar el analfabetismo, acceder a la enseñanza primaria y prolongar los años de secundaria, fomentar la formación profesional han sido preocupaciones políticas declaradas, aunque no siempre se han trasladado con eficiencia a la realidad nacional. En las últimas décadas ha aparecido un tercer factor que cobra cada día más relevancia: la cultura, entendiendo por tal, las mentalidades, actitudes, costumbres, formas de vida de los pueblos sujetos activos del desarrollo. Así como economía y educación son dos parámetros universales en la promoción del desarrollo, la cultura es su escenario particular; es el terreno de juego donde los programas económicos y educativos tienen que probar su eficacia o donde, por chocar con barreras invisibles, se ven abocados al fracaso pese a las buenas disposiciones de sus promotores.

A lo largo de este artículo vamos a discutir el triple enfoque del desarrollo: el que pone el acento simultáneamente en la economía y en la educación más el nuevo factor cultural. La tesis es que no basta crecer económicamente, por un lado, y mejorar la educación escolar, por otro, para que mejore el nivel de vida de la población. La educación y la economía nacional tienen que conjugarse estrechamente para que los enormes esfuerzos por mejorar los niveles

educativos de Venezuela (y de toda América Latina) no sean baldíos. En segundo lugar, sostenemos que las mejoras económicas y los frutos de la educación tienen mucho que ver no sólo con las políticas del estado (necesarias) sino que también dependen de la cultura de las personas sobre las que se actúa. Y, en tercer lugar, para cerrar el círculo, trataremos de mostrar que hay aspectos de la cultura de la gente de un país que son una secuela de su nivel de vida; en términos más crudos, la cultura de los pobres y marginados (costumbres, creencias, horizonte de futuro, en una palabra, su visión del mundo) los atrapa en un círculo fatal del que la mejor educación apenas les ofrece posibilidad de escapar.

El desarrollo humano en América Latina. El caso de Venezuela

La noción de desarrollo humano ha nacido por comparación de los medios y modos de vida entre pueblos que han desarrollado una economía avanzada de mercado y los que están aun empeñados en alcanzar este nivel. Porque el capitalismo ha traído consigo unas exigencias de vida básicas ("normales") que hoy hemos asumido han de hacerse extensivas a todos los pueblos del planeta. Definido en toda su generalidad, el desarrollo humano es adquisición y ejercicio de capacidades que permiten a las personas adaptarse progresivamente a un entorno de vida. Implica la transformación del entorno de vida mediante el trabajo. "Progresivamente" viene a significar que se consigue un incremento de los recursos del entorno gracias a la industriosidad del hombre[1].

El informe del PNUD para el año 2001 cita los siguientes beneficios que trae consigo el desarrollo: tener una vida prolongada y saludable, recibir educación y disponer de los recursos necesarios para tener un nivel de vida adecuado. El desglose de la noción de desarrollo humano, arroja los siguientes componentes primordiales: alimentación, sanidad, hábitat, alfabetización, formación para un trabajo productivo (empleo), ingresos suficientes. Hay otros más concretos, meta del PNUD para el año 2015 (promoción de la mujer, lucha contra el sida y otras endemias, reducir tasas de mortalidad infantil y maternal, viabilidad medioambiental), que dejaremos de lado.

La antítesis del desarrollo humano es la pobreza. Hasta tal punto que bien podemos establecer la ecuación: "desarrollo humano = erradicación de la pobreza". La pobreza en América Latina es escalofriante; no se puede hablar de desarrollo humano en esta región del mundo sin que surja el tema[2]. He aquí

algunos datos. El documento del PNUD, recién mencionado, revela que en 1999 había en América Latina 77 millones de personas que viven con menos de 1 dólar diario que se considera es la situación de indigencia. Datos del año 2004 hablan de 222 millones de personas, el 42,9% de la población de la región (CEPAL, 2005). Si bien el cuatrienio 2002-2006 arroja el dato positivo de una disminución en el número de pobres e indigentes en el Continente (44% a 36,5% y 20% a 13,4% respectivamente), la coyuntura actual de crisis económica mundial vuelve a activar las alarmas. Ciertamente, los analistas señalan que Latinoamérica está resistiendo aceptablemente los embates de la crisis, pero la nueva amenaza proviene del aumento del precio de los alimentos a partir de 2005. Un repunte previsible del 15% en aquél hará que el número de indigentes (extrema pobreza) se vea incrementado en 16 millones de personas. En síntesis, se puede augurar hasta el momento que la cifra de pobres en Latinoamérica es la misma que hace una década. La reducción de la pobreza está pues, por el momento, estancada. (Véase, para un análisis reciente de esta problemática, Grynspan y López-Calva, 2010; Ottone y Sojo, 2010; Sojo, 2010).

Dentro del panorama de la pobreza de América Latina ¿cuál es la situación de Venezuela? Desde el comienzo de siglo se nota una progresiva reducción de la pobreza en este país que, sin embargo, parece haberse estancado al final de la década. Según el INE, el porcentaje de hogares pobres, que en 1997 era 28,17%, ha disminuido a 23,42% en 2008. Esta cifra se mantiene prácticamente invariable el último trienio, es decir, no ha habido reducción en el porcentaje de hogares pobres a partir de 2006. (En números absolutos han aumentado en 58.515). Si disgregamos los dos estratos pobres en Venezuela (estrato 4 pobres; estrato 5 extrema pobreza[3]). Tenemos que el porcentaje de extrema pobreza ha sufrido altibajos en el período 2000-08 alcanzando un pico en 2002 con el 13% para disminuir hasta el 8,5% en 2008. Un estudio de la UCAB (España, 2009) ofrece los siguientes datos: en el período 1997-2007 la pobreza general (estratos 4 y 5) disminuyó en 8 puntos; en cuanto al número de pobres extremos (estrato 5) bajó de 3,130 millones a 2,908 (del 13,8% al 10,5% de la población total). El mismo estudio aporta algunos matices: el primero es que, si bien disminuye el número de venezolanos en situación de pobreza, 13,2 millones de personas viven aun inmersos en ella; el segundo es que, dentro de la masa de pobres, el ascenso social en esta década se ha dado particularmente en el estrato 4, los menos pobres. El estancamiento en la

reducción de la pobreza en los próximos años (o, lo que es peor, el incremento de ésta) es un peligro dada la alta tasa de inflación (25% en 2010) y el aumento imparable del precio de los alimentos[4].

En América Latina la lacra de la pobreza no está igualmente repartida entre las diversas capas de la población. Según la CEPAL, es más alta en el campo que en la ciudad: un 62% de la población rural subsiste en pobreza extrema. La falta de recursos, el escaso rendimiento de la agricultura, cuando no los riesgos que nacen de grupos incontrolados, propician la huida a las ciudades –a los suburbios - donde se ahonda su miseria. También en Venezuela la población rural es el feudo de la pobreza extrema. Entre los indígenas y población afrodescendiente de América del Sur la pobreza es dos veces mayor que en el resto de la población. Por si fuera poco, la pobreza aflige en mayor medida a los niños que a los adultos. El documento OEA. Metas 2021 nos informa que en Latinoamérica "la desnutrición global afecta al 7,2% de los menores de 5 años (4 millones de niños). En 2006, más de un cuarto de millón de menores de 5 años murieron por causas que podían haber sido controladas, casi la mitad de ellos antes del primer mes de vida; de los fallecidos en edad preescolar, el 60% fue por desnutrición" (pg. 53). Esto incide directamente en su esperanza de vida al nacer, su salud y resistencia a enfermedades, su alfabetización.

Junto a la pobreza, la desigualdad[5]. América Latina es una de las regiones del mundo donde la desigualdad es más flagrante. Sus manifestaciones son múltiples: "desigualdad en el ingreso, en el acceso y calidad de la salud y la educación, en el acceso a la tierra y el crédito, desigualdad de género, territorial, por etnias, racial. Todas ellas, cuando interactúan, producen círculos viciosos de transmisión intergeneracional de la pobreza y explican la persistencia de núcleo de pobreza dura y pública" (Grynspan y Lopez Calva, 2010). La desigualdad socava la cohesión social, un bien que no solo es garantía de estabilidad sino, ante todo, un imperativo ético y político.

La pobreza y la desigualdad traen consigo la exclusión social, la marginación. No todos los marginados son pobres pero sí todos los pobres son/están marginados. Y la exclusión que se sigue de la pobreza, cuando es crónica o se nace en ella, genera una mentalidad para afrontar la vida y unas conductas que constituyen lo que se ha llamado cultura de la pobreza. El nombre fue acuñado por Oscar Lewis en un estudio bien conocido, Los hijos de Sánchez (1964), sobre familias mexicanas. Aunque luego profundicemos en ésto, vamos a

hacer una enumeración rápida de algunos de los componentes de la cultura de pobreza. Hay que tenerlos muy presentes; de lo contrario se corre el riesgo de elucubrar sobre el desarrollo humano y las maneras de promoverlo sin base en la vida real.

El profesor venezolano Carlos Urdaneta, en su libro Erradicación drástica de la pobreza en Venezuela (2007), hace un repaso a las principales características de la exclusión, efecto a la vez que causa de la pobreza. La primera es que los excluidos viven en un mundo socialmente desintegrado: la convivencia no está organizada, no afrontan de manera coordinada los problemas que surgen. Sólo se unen en casos extremos de catástrofes materiales como podrían ser terremotos, inundaciones. Relacionadas con la anterior aparecen: una ausencia de normas de vida cívica, lo cual genera la delincuencia que campea en los suburbios latinoamericanos y la casi total inexistencia de participación ciudadana. Los pobres excluidos no tienen capacidad de tomar decisiones en los asuntos locales o nacionales que les afectan. En términos modernos, estas dos características se resumen así: los pobres no disponen de capital humano ni de capital social comunitario[6].

Urdaneta cita a la socióloga mexicana Larissa Adler que apunta otra característica esencial de los excluidos: la inseguridad económica. Sus ingresos son irregulares, imprevisibles; alternan períodos de trabajo (esporádicos, diversos) con otros en que se quedan sin recursos; o bien tienen un trabajo informal. No es raro que los hijos contribuyan pidiendo limosna. En última instancia, el excluido no puede contraer préstamos para, por ejemplo, hacerse una casa, alquilarla, poner en marcha un (pequeño) negocio. Se refugian, cuando lo hacen, en la economía informal: buhoneros que venden ropa, accesorios, alimentos caseros o frutas tropicales recogidas en el campo; vendedores en los semáforos de objetos disparatados, vigilantes de aparcamiento en la calle, etc.

Otra de las consecuencias de la exclusión –que a la vez la retroalimenta- es el habitar zonas de la ciudad más o menos periféricas pero por lo general, urbanísticamente mal acondicionadas (sin pavimentación, sin alcantarillado, sin recogida de basuras), de construcciones improvisadas muchas veces en zonas inundables por las lluvias, sin centros de aprovisionamiento o de cuidados de salud accesibles, etc. Los pobres marginales del suburbio viven al día. Cada mañana tienen que resolver qué comerán (o plantearse si

comerán…). Esta incertidumbre, extensiva a otros aspectos de su existencia, lleva a muchos adultos a confiar más en el Estado, la suerte, Dios o las influencias de gente conocida que en el propio esfuerzo. La "desesperanza aprendida", como dice Urdaneta, bloquea sus posibles decisiones para salir del marasmo. Esto constituye el aspecto subjetivo de la marginalidad. A los jóvenes les impulsa a buscar y apurar satisfacciones efímeras, a afrontar tremendos riesgos pero "rentables" (delincuencia, comerciar con droga,…): la vida puede que sea corta pero es "exciting". Los bienpensantes pueden preguntarse por qué esos "atajos" para lograr dinero o la fama dentro del hampa. La respuesta es bastante obvia: los marginales han interiorizado el sentimiento de que no tienen lugar en una sociedad normal: no tienen medios de acceso o rechazan los que aquélla les pone al alcance; se aferran a las satisfacciones inmediatas.

Este panorama sobre el desarrollo humano en América Latina o sobre su antítesis, la pobreza, no es precisamente halagüeño. Algo se va remediando y los especialistas -sociólogos, economistas, políticos- luchan por ello. No se puede decir que sus esfuerzos son o hayan sido inútiles. Pero la tarea es tan compleja, queda tanto por hacer que son bienvenidas otras reflexiones que aportan ideas no por obvias quizás menos percibidas. Las que aquí proponemos nacen de una visión sistémica de toda esta problemática con particular énfasis en la cultura. Pero no es posible captar el todo sin haber antes examinado con cierto detalle sus partes. Comencemos por lo que han constatado los primeros estudiosos que buscaron poner remedio a la problemática de América Latina: los economistas.

La voz de los economistas

La economía tiene una receta contundente para avanzar en el desarrollo humano: hay que promover el crecimiento económico. El razonamiento es muy simple: si hay crecimiento económico, se crea empleo, aumentan los ingresos de la población y mejora la situación económica general. Pero esto supone dos cosas: primera, que el crecimiento económico (el aumento de riqueza nacional) sea suficientemente grande para que alcance a toda la población y, segunda, que el plus de riqueza esté bien distribuido. Ahora bien, como dice un sociólogo venezolano: "Hay que cuestionar la idea de que el desarrollo humano ha de privilegiar el crecimiento económico con la pretensión que éste último luego "derramará" sus beneficios en toda la sociedad. Lo que ha

ocurrido, generalmente, es una mayor concentración de capital y un incremento en la desigualdad" (Iranzo, 2006). En Venezuela se ha producido un crecimiento económico en la última década debido a los elevados precios del petróleo. El efecto redistributivo correspondiente ha repercutido en el aumento del ingreso familiar o, en otros términos, se ha producido ascenso social en los estratos pobres. Pero concretamente han sido los menos pobres los más beneficiados; los afectados de extrema pobreza mucho menos. En ello intervienen dos causas: una, según el estudio de la UCAB (España, 2009), que las políticas sociales (uno de los capítulos engrosados por la renta petrolera) no se han focalizado suficientemente en el estrato en cuestión; otra, que para beneficiarse de ventajas al alcance de todos hay que estar informado y cumplir requisitos (algunos burocráticos) lo cual exige un mínimum de capacitación que los indigentes no poseen.

Quizás sea éste el momento de valorar la trascendencia que, para remediar la pobreza, tienen las ayudas directas a las familias: subsidios, becas, remesas del exterior, entre otras. Son necesarias, en muchos casos, pero su horizonte ha de ser provisional. Podría decirse, parafraseando a Paulo Freire, que las ayudas directas, en la medida en que una población goza sistemáticamente de ellas, generan un "síndrome de bienestar" contraproducente a la hora de movilizar los esfuerzos para salir de la pobreza. Las personas se incorporan a la economía nacional como objetos, no asumen internamente su condición de sujetos. Sigue en vigor el viejo adagio "No les des peces: enséñales a pescar".

Por añadidura, no es lo mismo un crecimiento económico basado preferentemente en la explotación de la riqueza natural (petróleo, minerales, madera u otros) que el que se origina por la industriosidad de la población (lo que hoy se llama productividad). En el primer caso apenas se crea capital humano y social que son los que constituyen la auténtica riqueza nacional. Además, los beneficios de la explotación de bienes naturales (el petróleo, en el caso de Venezuela) están supeditados a la coyuntura internacional. Hay un consenso generalizado que, en las economías que dependen demasiado de este tipo de riqueza, no puede darse un desarrollo sostenible.

El crecimiento económico está primordialmente asociado a una mayor productividad de la población y expansión del mercado de trabajo. En Venezuela ha crecido notablemente el empleo en los últimos 10 años. Parte lo ha generado el sector público (más de 1 millón de empleos) y parte el privado;

uno de sus efectos indirectos ha sido la reducción del sector de trabajo informal. Hasta aquí las mejoras. La otra cara de la moneda es que los que han aprovechado las oportunidades de empleo público son los mas cualificados: las personas con mejor formación pertenecientes a los estratos medios y altos.

El sector privado es el que ha generado más empleos entre los pobres (de 1,3 m a 2,8 m entre 1997 y 2007, según el estudio de la UCAB. España, 2009). Lo cual es, obviamente, una oportunidad de mejora económica para este segmento de población pero, en contrapartida, son empleos que requieren casi siempre mano de obra bruta. O sea, los ocupan gente escasamente formada y cuyo ascenso social no se traducirá en incremento de capital humano.

En cuanto al sector informal, pese a que disminuye, sigue teniendo una presencia importante en Venezuela: aproximadamente un 40%. Son los buhoneros, fruteros, vendedores de alimentos caseros, bisutería artesana, reparadores de averías, trabajadoras de hogar, etc. Su rendimiento económico es irregular e impredecible. Además, el trabajo informal es económicamente irrelevante en lo que respecta a la productividad nacional. Incluso el de tipo artesanal, debe integrarse en redes de producción y distribución. Puede parecer paradójico pero el trabajo formal, como institución, socializa: inculca disciplina, dedicación mantenida, exige tareas bien realizadas, reconocimiento de la autoridad, un sueldo que administrar. El trabajo de una persona que no ha tenido nunca una ocupación formal y está en el sector informal, particularmente el callejero, carece de estos ingredientes socializadores. Sus actividades son contempladas como “un medio de manutención” mientras que el trabajo formal es considerado una forma de “realización”.

El tema del empleo trae de la mano la importancia de la educación-formación. Esta no concierne exclusivamente al Estado aunque sea su principal impulsor; es también empeño de las familias y las personas. Como vamos a exponer más abajo, frente a los estratos pobres se erigen aquí tremendas barreras económicas y culturales. Tampoco formarse, para los que pueden y quieren, es asunto de un día y seguramente se producirá un desajuste entre el ciclo de crecimiento económico (con sus demandas de personal cualificado) y las cohortes de titulados que produce el sistema educativo. (A lo cual contribuye que éste no suele reaccionar con rapidez a las nuevas exigencias formativas del mercado de trabajo). Como resultado, puede que los nuevos profesionales se vean sin trabajo ya sea a causa de ese desfase o porque la oferta es

excesiva para ser absorbida por el mercado. En esta coyuntura o se resignan con un subempleo o se refugian en la economía informal o, si pueden, emigran a otros mercados exteriores (OEA. Metas 2021 pp. 50, 52, 125).

Hemos supuesto que el crecimiento económico es factible pero hay que añadir una cautela: se produce con ciertas condiciones sociales y políticas que no hay que dar por sentadas. La creación de empleo, obra particularmente de la clase media empresarial, exige un clima de seguridad física y jurídica. Pocos se arriesgarán a invertir en un país donde el empresario puede ser víctima de un secuestro o cuando el gobierno no ofrezca garantías de que los litigios comerciales se dirimen aplicando la ley en todo su rigor. Igualmente, la creencia entre potenciales empresarios de que un gobierno puede decretar una expropiación lleva indefectiblemente a desistir de crear un negocio. Quizá las expropiaciones sean, de hecho, infrecuentes, pero las "previsiones cautelosas", si cunden y se arraigan, acaban siendo profecías de autocumplimiento. Finalmente, la corrupción, más o menos extendida en el panorama latinoamericano, tampoco es un factor coadyuvante. Donde no hay un Estado de Derecho, no se da el desarrollo económico ni tampoco el humano.

Educación y desarrollo

Hasta aquí hemos tratado de la esencia del crecimiento económico que es generar riqueza. Uno de los usos de la riqueza nacional es la mejora de la educación. Aceptamos como indiscutible que entre el desarrollo económico y el desarrollo humano hay bucle, una relación de mutua alimentación. Un mayor y mejor desarrollo humano merced a la educación produce desarrollo económico porque incide en la creación de capital humano. Recíprocamente, el desarrollo económico redunda en desarrollo humano, entre otras cosas a través de un incremento en la educación y su calidad. En la medida que se asume que la educación hace de correa de transmisión entre desarrollo humano y el económico, las instituciones económicas mundiales o regionales (el Banco Mundial, el Banco Interamericano del Desarrollo, la CEPAL) han implementado programas educativos para paliar los focos de subdesarrollo y erradicar la pobreza en América Latina. "No es casual, dice un especialista (Rivero, 2006, p.71), que hayan sido los economistas más bien que los educadores los principales impulsores del cambio educativo latinoamericano".

Pero las expectativas de las instancias mundiales y de los gobiernos acerca de los programas de educación y desarrollo humano basados principalmente en las dotaciones económicas han quedado defraudadas. Los resultados de las políticas educativas de los últimos 20 años han sido más bien magros. En un seminario sobre "Globalización, educación y pobreza en América Latina" habido en Barcelona (España) a finales de 2005 organizado por la Fundación CIDOB (Bonal, 2006), se ha afirmado que "el aumento de la inversión educativa, el mayor acceso a todos los niveles educativos y el incremento de los años de escolarización en el transcurso de la década de los 90, han tenido hasta ahora unos efectos sobre la pobreza claramente desalentadores" (p.14). Y OEA: Metas 2021 dice asimismo: "Después de varias décadas de reformas educativas apenas se ha conseguido elevar los conocimientos y las competencias de los alumnos, reducir las desigualdades, fortalecer la escuela pública y lograr una preparación del profesorado acorde con las nuevas demandas sociales y culturales. No parece que las reformas educativas impulsadas hasta aquí hayan logrado sus objetivos programáticos. (p.85).

Estas afirmaciones son desalentadoras. ¿Qué ocurre en América Latina para que la educación no produzca los efectos esperados? ¿Es el diagnóstico de la educación en Venezuela tan problemático como lo anuncian las acotaciones precedentes? El resto de este artículo somete a discusión algunos aspectos de la educación al efecto de acrecentar su operatividad.

La intromisión del factor cultural en la economía

Es cómodo echar la culpa de los menguados resultados del crecimiento económico a la "mano invisible" del mercado con su ley de la oferta-demanda. O también hacer gravitar el fracaso de la educación de un país únicamente en las deficiencias del sistema escolar. Hay que precisar que son sólo parte de la "culpa": otros factores entran en juego. Este artículo quiere hacer hincapié en uno relevante: la cultura. Cultura es un concepto "poliédrico", tiene muchas facetas. Las costumbres, las normas, la vida familiar, el trabajo y el ocio, el lenguaje y las instituciones (la escolar entre otras) han sido subsumidas bajo el epígrafe de cultura. A un nivel mayor de abstracción, cultura es una manera de afrontar la vida, una visión del mundo. Cultura son las creencias, filtros para interpretar la realidad y orientación para comportarse frente a ésta. La cultura de los individuos de un lugar echa profundas raíces en las condiciones socio-económicas de la familia en que nacen, las cuales pueden estar ligadas a

situaciones históricas, geográficas, raciales, de modos de subsistencia y un largo etcétera. Sin olvidar las religiosas[7].

¿Tiene la cultura influencia en un proyecto nacional de crecimiento económico? Las investigaciones actuales (véase una buena muestra en Martinell, 2010) no dudan en considerar el factor cultural como esencial en la promoción del desarrollo. Ahora bien, habría que desligar, a los efectos de esta exposición, dos facetas de la cultura. La cultura, tiene por un lado un componente mental (representacional) que son las creencias, valores, disposiciones, normas, ideologías, etc. y, por otro, también son cultura realizaciones concretas como los monumentos, el arte, la lengua, costumbres, folklore, etc. La "economía culturalista" asigna un valor económico a estos últimos; sin duda lo tienen como actividad productiva y como atracciones turísticas. Aquí nos interesa más analizar el primer componente ya que viene a ser la tierra donde germina la semilla del trabajo productivo. Como en la parábola evangélica esa semilla está sometida a avatares: la mentalidad de la gente (que resume el concepto representacional de cultura) es crucial. Veamos por qué.

El crecimiento económico que redime de la pobreza exige que las personas trabajen, sean productivas. No hay que dar por sentado que toda la población de una región tiene esta disposición. La investigación realizada por la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas (UCAB) ha elaborado un diagnóstico de ciertas características de la mentalidad venezolana que considera son un freno al trabajo productivo (UCAB, 2000, 2004, 2009). Esta investigación arranca de unas premisas históricas y, a la vez, de experiencia reciente. La nación posee una naturaleza muy rica en productos naturales: petróleo, minería. ¿Es atribuible su pobreza actual (el 23,42% de los hogares según el INE; el 48% de los venezolanos). sólo a la deficiente administración de sus gobiernos en los últimos lustros? O ¿concurren otras causas? Es obvio que en la pobreza juegan múltiples causas; pero aquí queremos examinar las culturales. La hipótesis de los investigadores de la UCAB es que "la sociedad venezolana presenta una mentalidad (creencias, valores, normas compartidas) que son obstáculo a los modos de funcionamiento de una sociedad que crea riqueza". A través de entrevistas en profundidad (14.000 familias representativas de regiones y estratos sociales) extraen la quintaesencia de esta mentalidad y la traducen en una serie de dicotomías que

ofrecen el contraste entre lo que llaman una mentalidad premoderna (tradicional) y la moderna. La mentalidad premoderna alimenta la creencia de que las personas tienen poco control sobre los sucesos que les afectan, a ellos mismos o a la sociedad en general. En los términos clásicos de la psicología su "locus of control" es externo. Todo lo que les pasa (no pueden salir de su estado de pobreza porque no tienen empleo, sufren algún accidente o sus hijos fracasan…) es resultado de agentes ajenos a la sociedad: Dios, la suerte, el destino. Los venezolanos con esta mentalidad tradicional creen que las regulaciones sociales están supeditadas a los intereses particulares y, para sortearlas, antes que la ley valen las amistades, la afiliación a un partido, etc. Creen que es la cuna o el estatus, y no las capacidades demostradas, lo que hace el valor de las personas. Otra de las características de la mentalidad premoderna es actuar en función de las recompensas inmediatas, incapacidad de posponer una gratificación inhibiendo los impulsos. No es necesario precisar que la mentalidad moderna se define justamente por proposiciones que contradicen las precedentes.

Antes de seguir adelante quisiéramos hacer un inciso y anticipar las críticas que suele suscitar el recurso a términos como modernos/ premodernos aplicados a los miembros de una sociedad. Un punto de vista "intelectual-progresista", que alimenta una actitud reticente hacia la ideología de la modernidad, los rechaza. Diremos, ante todo, que es una nomenclatura que usan los investigadores de la UCAB. La modernidad, tal como ellos la conciben, es "búsqueda del bienestar humano a través de la razón", una postura muy "maxweberiana", por no decir "ilustrada". El acceso a la modernidad es un cambio de mentalidad, un salto cultural hacia formas de trabajo productivo en un mundo global. Pero entonces surge otro interrogante: ¿está todo el mundo obligado a acceder a la modernidad? ¿Es que no hay lugar en este planeta para una economía y un bienestar no presididos por la productividad a ultranza y la búsqueda de lucro? La respuesta es que, mal que pese a los románticos que añoran la vida del "buen salvaje", hoy día difícilmente existen en el planeta enclaves de personas en equilibrio estable con la naturaleza (quizás en la Amazonía…). Esas reliquias del Paraíso, serían lo que Jordi Pardo (2010, p.93) califica de "pequeños ejemplos pintorescos de estados autárquicos aislados del sistema de relaciones internacionales". Tampoco es aceptable (aunque muy respetable) la postura del pescador venezolano de Oriente que consigue a diario su sustento y no

aspira a más. Su respuesta a quien le sugiere montar un pequeño negocio de pescado es: “Tengo bastante con lo que pesco a diario para comer”. Desde el punto de vista romántico esta persona es el representante del “buen salvaje”… Pero, desde otro punto de vista, su postura es antimoderna. Y hasta cierto punto paradójico: se sirve la modernidad instrumental pero él se autoexcluye del espíritu de la modernidad del que es beneficiario. La paradoja se refuerza en muchos pobres que se aprovechan de las ventajas de la modernidad (bienes de consumo, como la TV, la telefonía móvil, el carro, etc) gracias a leves resquicios que se abren en su muro de pobreza pero ni se imaginan como pueden con un trabajo productivo aportar algo a su propio desarrollo humano y al de la nación. La moraleja nos la brinda esta sentencia del PNUD (2004):”La libertad cultural consiste en ampliar las opciones y no en preservar valores y prácticas como un fin en si”.

Es obvio que la población de un país como Venezuela no se alinea estrictamente en dos bandos, premodernos frente a modernos, sino que ofrece un abanico –una tipología. Pero los resultados finales son: en la actualidad (año 2007), luego de un lento progreso evaluado en el intervalo de 10 años, un 40% de la población venezolana tiene mentalidad moderna, un 30% sigue ajena a la modernidad y un grupo intermedio, 30%, guarda una cierta distancia con la modernidad aunque no es ajena a ella (UCAB. España, 2009, cap 2). Esto es lo que Luis Ugalde, Rector de la UCAB, llama “el horizonte cultural de la población venezolana en relación a la productividad moderna”. Porque la tesis del equipo investigador es que sólo con una mentalidad moderna se puede salir adelante en el mundo actual, globalizado. “Nuestra afirmación es que la superación del desempleo y la pobreza en América Latina pasa por el cambio cultural que inculque sistemáticamente en individuos y en la colectividad, en el comportamiento ciudadano y en la empresa productiva, la visión del locus de control interno, con la convicción de la responsabilidad propia en el logro de metas y satisfacción de necesidades, el valor de la labor bien hecha, de la calidad de lo que se produce… y finalmente el valor de igual tratamiento a todos en los ámbitos públicos, desterrando todo favoritismo, facilismo, compadrazgo y partidismo en la aplicación de la ley.” (Ugalde, 2000, p.58. Cursiva añadida).

Ahora bien, la investigación de la UCAB no se limita a colocar en un primer plano la cultura de una parte de la población venezolana como el gran

obstáculo a la modernidad; va más al fondo, hurgando en las raíces de esa cultura de los pobres. La mentalidad no moderna (y también la moderna) se gesta en la socialización primaria de los individuos pero acaba adueñándose de la mente en los procesos de socialización secundaria que se llevan a cabo en otros espacios institucionalizados como la escuela, el trabajo formal, los servicios ciudadanos, las redes asociativas que son los que enmarcan las relaciones personales dentro de un ordenamiento de orden superior. El problema surge cuando estos espacios, que hemos calificado de institucionalizados, lo están débilmente. "La pobreza que se ceba la sociedad venezolana no se explica en términos de las personas (demográficos) sino institucionales pues más que un problema de "muchas personas" se trata de un asunto de un (mal) funcionamiento de las instituciones sociales y políticas que las guían" (UCAB, 2004, p.140). La clave de la pobreza y del empobrecimiento mental que la acompaña es, pues, el deterioro, la ineficacia de los servicios ciudadanos que todo Estado moderno ha de ofrecer. Frente este déficit queda el recurso a los servicios privados; pero éstos están fuera del alcance de los pobres que inventan soluciones particulares, precarias y que refuerzan su exclusión. Una de ellas es el recurso a los parientes, amigos o compinches o actuar al margen de la ley. "La pobreza y la indefensión llevan a que las formas de convivencia sean impuestas por reglas poco cívicas y justas: una de ellas es la violencia." (UCAB, 2004, p.151).

En un discurso complementario al de los investigadores de la UCAB, el economista Carlos Urdaneta (2007) plantea la importancia que tienen ciertas cualidades simplemente cívicas para el desarrollo social y económico del país. En otras palabras, introduce el tema ético. Urdaneta considera que dos rasgos culturales, la "viveza criolla" y la indisciplina, presentes –dice- en la sociedad venezolana, son obstáculos al crecimiento económico. "Saltarse" ciertas normas reconocidas, abusar de la confianza ajena, derivar ventajas a expensas de otros y hacerlo con irresponsabilidad y ligereza son características de la "viveza", El "vivo" es un insolidario, fomenta la insolidaridad. Si estos comportamientos se generalizan en una sociedad, los fundamentos del capital social quedan erosionados. Por otra parte, los comportamientos aleatorios en forma de impuntualidad, ausentismo, incumplimiento de obligaciones contraídas, etc., propios de la indisciplina, inciden en la ineficiencia de los ordenamientos y de las instituciones. El sistema económico en un país no sólo está asegurado por el orden jurídico que rige lo

contractual; es también indispensable una confianza básica entre los contratantes. Justamente la "viveza" y la indisciplina conspiran en contra de aquélla. Urdaneta concluye: "Los antivalores ("viveza criolla" e indisciplina) presentes en la cultura del pueblo de Venezuela son causa, si no directa, al menos coadyuvante del subdesarrollo económico y social persistentes y, por ende, del vasto fenómeno de la pobreza de gran parte del pueblo" (p.119).

Una conclusión –parcial- es que el tema de la pobreza y de la cultura de los pobres es más complejo de lo que una mirada superficial podría dar. Radica en las personas pero en cuanto éstas se hallan encuadradas en instituciones. Cuando este encuadramiento presenta fisuras, la parte de población menos pudiente cae en la pobreza y queda excluida. Y los excluidos respecto a la economía productiva cultivan una mentalidad "premoderna" que no hace sino ahondar su miseria.

¿Qué educación?

Una consecuencia inmediata de lo que precede es que dentro de un proyecto de desarrollo humano en un país de América Latina -Venezuela en particular- la educación, por si sola, no es un remedio mágico ni autosuficiente. Debe ir de la mano con la política económico-social y con la cultura de su gente. La educación –sus efectos- son el resultado de un acoplamiento entre unas políticas adecuadas y lo que hoy día se conoce como educabilidad de los destinatarios. Examinemos por un momento este díptico.

Programas de educación no son exactamente programas escolares, aunque éstos sean parte de aquéllos. Es la planificación a nivel de Estado de la educación a todos niveles; son, consecuentemente, dotaciones económicas en infraestructuras, equipamiento, transporte; son, por supuesto programas de instrucción/educación. Incluye la formación de educadores con habilidades para afrontar públicos tan diversos como los urbanos, los hijos de la gente de los suburbios, los del campo, inmigrantes y desplazados, los afrodescendientes, los indígenas con sus lenguas y culturas ancestrales subyugadas. No sólo es necesario formar a los maestros: hay que dignificar su profesión. Todos estos problemas son abordados en diversos documentos nacionales en lo que respecta a Venezuela y también, para toda América Latina, por OEA. Metas 2021.

En América Latina, la cobertura escolar ha crecido notablemente en los últimos

15 años pero sigue siendo insuficiente. Lo que es más, "la cultura escolar ha comenzado a expandirse cuando se está empobreciendo, quedando obsoleta y aislada de los patrones culturales que rigen fuera de la escuela" (Tedesco, 2006). La prospectiva a medio plazo afirma que el capital educativo mínimo a adquirir son 12 años de escolaridad (Informe CEPAL. 1998). Otro estudio del año 2000 estima que son necesarios 6-7 años de escolaridad para manejar la lectura y escritura y 12 para dominarlas en diversos contextos. (Infante, 2000. cit por Rivero, 2006, p.74). Proyecciones para más avanzado el siglo XXI aseguran que quienes no tengan un manejo fluido de la lecto-escritura y acceso a un segundo idioma, al conocimiento científico y matemático, a la informática, no pueden considerarse "alfabetizados". Son inempleables (Rivero, 2006, p.74). "El logro de doce años de educación para todos los alumnos es posiblemente el objetivo más ambicioso que este proyecto (OEA. Metas 2021) se plantea. Recibir entre once y doce años de educación formal es la mejor opción para contar con claras posibilidades de salir de la pobreza, o para no caer en ella por acceder a empleos precarios, inestables o con escasa remuneración, o para disponer de las competencias suficientes para encontrar nuevos empleos a lo largo de la vida" (p. 102).

En lo que respecta a educación, el panorama luce claroscuro para Venezuela. Es un dato muy positivo que la educación, en general, ha mejorado en la década 1998-2008. El índice de la UNESCO, "Educación Para Todos" arroja un incremento de 0,910 a 0,956[8]. Ha aumentado considerablemente la cobertura escolar y correlativamente ha disminuido el número de los no escolarizados entre 3 y 17 años. Sin embargo, persisten dentro de esta categoría casi 1,5 millones de niños y jóvenes. Está estancado el ritmo de crecimiento de la primaria. Igualmente descendió, aunque ligeramente, el número de planteles en los diversos ciclos de educación. A manera de evaluación global puede afirmarse que todo niño venezolano entre 6 y 12 años asiste a la escuela pero entre 12 y 15 la asistencia decae notablemente y después de los 16 la deserción es grande. Por otra parte, aunque aumentó la matriculación en enseñanza secundaria, una parte de los alumnos no llega a los 8º- 9º grados. Con respecto a la formación superior, sigue existiendo una distorsión poblacional: es accesible a las clases superiores (estratos 1 y 2); para los ubicados en el estrato 3, intermedio, representa un logro difícil; los estratos 4, 5 no pasan más allá de la enseñanza primaria. El estudio de la UCAB llega a afirmar que las mejoras educativas no alcanzan al grupo de los que viven en

extrema pobreza (UCAB. España, 2009, p.4).

Hasta aquí la cobertura escolar. El tema de la calidad de la enseñanza tiene un primer foco de interés: el cuerpo docente. Es un lamento generalizado en toda América Latina que los maestros están mal pagados, poco considerados, insuficientemente formados para trabajar con niños pobres, con padres poco educados, en muchos casos desnutridos y con carencias afectivas básicas. Tampoco están habitualmente preparados para responder a los requerimientos culturales de los pueblos indígenas. "Los maestros y educadores han dejado de ser agentes de socialización representativos de los aspectos más dinámicos de la cultura y han dejado de ser trasmisores y reproductores del patrimonio cultural" (Tedesco, 2006, p. 39). OEA. Metas 2021 dedica varias páginas a los docentes, a su formación renovada, sus nuevas competencias, su derecho a recibir un salario digno; propugna incluso crear redes de innovación entre el profesorado. Una de las metas que avanza es mejorar sus niveles de titulación.

En lo que respecta a Venezuela, hay todavía un amplio margen para avanzar. Aunque el número de docentes va en aumento, sólo 56% es titular de su cargo. Según razona el Informe Provea (Derecho a la educación, oct 2009-set 2010, p.109), el que el 44% restante no lo sea puede influir negativamente en la calidad educativa ya que la estabilidad laboral es una variable de peso. La capacitación docente tiene lagunas: un 15,4%, en promedio, carece de título docente y la dispersión nacional de esta estadística es muy amplia: los sin título son tan solo el 1,8% en el Distrito Federal y 46,8% en el estado Amazonas. Es inquietante el dato recogido por Mariano Herrera citado por el Informe Provea que "sólo se interesan por la docencia como carrera profesional los bachilleres que no tengan otras opciones a causa de su bajo promedio de notas en Educación Media"

Hasta aquí implícitamente nuestra referencia ha sido la escolarización tradicional. Pero, a la vista de lo que ésta da de sí en América Latina se benefician plenamente de ella los privilegiados, escasamente los pobres, hay que preguntarse si no hay algo que "desafina" al confiar exclusivamente en ella para sacar a los pobres de su pobreza. Dicho más rotundamente: no basta con reformarla. Hay que reformular el concepto y la praxis de la educación tomando en cuenta sus condicionamientos (la educabilidad) y teniendo a la vista sus objetivos cercanos: capacitación para un trabajo y productividad.

Una primera condición de educabilidad es que los educadores tengan la convicción de que es posible educar a los desheredados aunque, en la mente de éstos, "ser educado" no vaya mucho más allá de la instrucción primaria. Otro de los tremendos condicionantes de la educación de los pobres/marginales radica en sus condiciones de vida cotidianas. Una educadora venezolana constata: "Cuando los docentes de escuelas que atienden poblaciones muy pobres visitan los hogares de los alumnos, suelen llevarse sorpresas como constatar el poco apoyo que encuentran sus alumnos en su hogar para hacer sus tareas o estudiar, la mayor parte de las veces no tienen adultos que puedan ayudarlos. Mesas, sillas o lámparas para realizar sus ejercicios son lujos inexistentes. Todo esto afecta la educación" (Escalante, 2008). OEA Metas 2021 incide en lo mismo: "Es muy difícil aprender con hambre, o con falta de higiene, o con graves riesgos para la salud, o viviendo en un hogar mísero. No digamos si, además, es preciso cuidar de los hermanos pequeños o colaborar en el sustento familiar. Es muy difícil aprender cuando no hay libros en casa y los padres no saben leer ni escribir" (p.19).

Además, en diversos medios urbanos y rurales, los niños trabajan para conseguir recursos; la asistencia a la escuela supone, pues, una merma directa de ingresos para sus familias. O sea, una condición básica de la educabilidad es la mejora de vida material de los niños pobres/excluidos. Pero ¿no estábamos postulando que justamente la educación era lo que había de procurar esa mejora material? ¿No estamos entrando peligrosamente en un círculo vicioso? Hay más. La práctica de la educación en la escuela hace de aquélla un "ámbito ecológico" extraño para niños de familias desfavorecidas. "No se ha dado suficiente importancia al factor cultural: poblaciones mas pobres, rural, indígena. Los currícula, las prácticas pedagógicas, el calendario escolar, los horarios están pensados desde una perspectiva ajena a los usuarios que son los mas marginados en la escala social" (Rivero, 2006, p. 79).

Las explicaciones e interpretaciones acerca del mundo que provee la cultura no se inculcan explícitamente: una gran parte está implícita en las normas de conducta y prácticas de vida familiares. Una "visión del mundo" lleva en germen una previsión del puesto que allí uno tiene reservado, al alcance porque una las ideas mas sólidas que aglutina las prácticas de socialización familiar es la de "qué va a ser de este niño/esta niña". Crecer en un hogar donde el padre no trabaja, los problemas de subsistencia se resuelven en el día, los

comportamientos atienden a un presente que hace sitio a otro presente, se está a la caza de satisfacciones inmediatas, etc., todos estos rasgos, propios de la cultura de pobreza, excluyen dramáticamente la construcción de una perspectiva de futuro en los hijos. Si el futuro está ocluido en el presente (un presente agobiante en que pugnan por sobrevivir) ¿qué sentido puede tener para un niño sentarse en el banco de la escuela durante años para preparar su futuro? La abandonará tan pronto como pueda. El fracaso escolar puede explicarse en situaciones culturales como éstas. Por aquí asoma lo que antes hemos denominado el "círculo fatal de la pobreza"[9].

¿Qué idea, qué interés ponen los pobres/marginales en que sus hijos asistan a la escuela? Los padres la aprecian (más aún si va acompañada por un programa de alimentación suplementaria) pero ¿confían en que la escolarización puede contribuir a sacar a sus hijos del marasmo de la pobreza? Ellos no tienen una percepción certera de la economía nacional y del mercado de trabajo pero tienen una idea de los puestos de trabajo a que pueden aspirar sus hijos y puede que prefieran una formación para un oficio que no una enseñanza secundaria. Ciertamente, el juicio de los padres no ha de ser el criterio decisivo para orientar los programas de aprendizaje. Supeditar programas de aprendizaje a la demanda (y esto es asimismo válido tratándose de adolescentes) ignora el dato sutil de que para formular una demanda "es necesario dominar los códigos de acceso a las propias necesidades [...] Uno de los efectos mas onerosos de la dominación socio-cultural consiste en no pedir mas de lo que uno tiene al alcance" (Tedesco, 2006, p.30), o sea, permanecer estancado dentro de su horizonte de comprensión de lo que "hay que saber para poder trabajar y ganar el sustento". El diseño de un programa de educación tendría que ser un delicado encaje entre las expectativas, intereses de las familias, el ambiente en que viven y las ideas y la experiencia en proyectos de las entidades que los implementan. En el tema escolar la colaboración de los padres es decisiva hasta tal punto que se ha sugerido que todo programa de ayuda escolar a niños desfavorecidos debe "extender sus ramificaciones" hasta alcanzar a los padres.

¿Están los programas de enseñanza primaria y secundaria adaptados a la diversidad de las poblaciones desfavorecidas de América Latina: las que viven en ranchitos, favelas, aldeas campesinas, alejados en comarcas casi inaccesibles, los desplazados por la violencia o por la pobreza, los indígenas,

los afrodescendientes? Cada una de estas poblaciones vive la pobreza de manera diferente. Y tiene necesidad de una educación que le proporcione los medios adecuados para salir de su pobreza. Como afirma Bonal (2006, p. 17), "la pobreza también tiene sus efectos sobre la educación. Tomarlos en consideración puede servirnos para comprender [...] que no existe una política estándar que asegure los niveles de eficacia deseados".

Todo esto viene a decir que los planes de escolarización, por más que bien diseñados y ejecutados, pueden fracasar rotundamente frente a la cultura de pobreza. No basta poblar la mente de conocimientos o inducir un cambio de mentalidad en los pobres si no va acompañado de un programa de mejora de vida. Porque la cultura de pobreza, ante todo, es una mentalidad fruto de la "indefensión aprendida", una visión fatalista del mundo. Puede que los padres estén subconscientemente mandando a sus hijos el mensaje de que la instrucción (la escuela) poco sirve para sacarles de su infierno de pobreza

Nadie pone en tela de juicio la utilidad de aprender a leer, a escribir y la aritmética en los primeros años de escolaridad tradicional. Por de pronto, el analfabetismo absoluto, aunque en recesión, supera el 15% en varios países de Latinoamérica; el funcional está más generalizado: afecta a casi el 30% y una gran proporción son mujeres (OEA. Metas 2021, p.60). Hay discrepancias acerca de la persistencia, o no, del analfabetismo en Venezuela. Por una parte, la Misión Robinsón I, establecida en julio de 2005, realizó un trabajo de alfabetización que culminó dos años más tarde cuando el Presidente de Gobierno lo declaró erradicado. Además, voceros oficiales aseguran, con el reconocimiento de la UNESCO, que "Venezuela es territorio libre de analfabetismo"[10] Sin embargo, la investigación de la UCAB (España, 2009, p.71) sostiene que la tasa de analfabetos alcanza, en 2007, al 4% de la población (712.000 personas); es superior al 20% en adultos mayores de 66 años y crece alarmantemente en los jóvenes. Por añadidura, si aceptamos el dato, más arriba consignado, de 6-7 años necesarios de aprendizaje escolar de la lecto-escritura no es de recibo que en sólo dos años se pueda alfabetizar.

Aprender a leer puede ser un calvario para muchos niños no sólo si se tiene en cuenta que hacen falta, como ya se ha apuntado, por lo menos 6 años para adquirir el dominio de la lectura sino que luego hay que cultivar ese aprendizaje. El documento OEA recuerda, citando a Emilia Ferreiro, que "ser alfabetizado es poder circular en la diversidad de textos que caracteriza la

cultura letrada; supone tener criterios para seleccionar los textos" (p.131). Paulo Freire, por su parte, contempla la alfabetización más allá de su rentabilidad cognitivo-social: es instrumento de (auto) concienciación. Y bien, los niños que aprenden penosamente a leer ¿ven a sus padres leyendo?[11] ¿qué acceso tienen más tarde a los libros?. "Se transforma en lector quien desde pequeñito oye narraciones de cuentos infantiles; de niño lee novelas de aventura o ficción; de adolescente relatos de suspense, poesías amorosas, novelas románticas, cuentos de misterio, enciclopedias temáticas; quien de joven o adulto lee periódicos, busca información en la red, consulta enciclopedias electrónicas, recibe e-mails,..." (Anzola, 2004, p.22). Una vez más se impone la conclusión de que la cultura de los pobres tiene fuertes incidencias en sus oportunidades de ser educados: si apenas saben leer ¿cómo van a desenvolverse a la hora de interpretar y rellenar documentos burocráticos u otros que les darían acceso a oportunidades?

Finalmente, hay que proclamar que la educación abarca más que la instrucción, en la cual suele cargarse casi todo el énfasis (quizás porque es más fácilmente "medible"). Sostenemos aquí que es también asunto de la educación formar criterios e inculcar valores. Porque ¿de dónde extrae el ciudadano sus principios, sus opiniones, sus juicios de valor, su aprecio de la solidaridad, sus opciones políticas,...? ¿Cómo se cementa el capital social? Ya es hora que la ética deje de ser un tema privado "de conciencia" para que sea asumida como un asunto crucial para la construcción de la sociedad, incluso en su dimensión de desarrollo económico como lo ha razonado el Nobel Amartya Sen (cit. por Urdaneta, 2007, p.128). Las recriminaciones del economista Urdaneta a la "viveza criolla" y la indisciplina venezolanas, que hemos comentado más arriba, entran de lleno en el capítulo de los valores a cultivar para la educación integral deseable para todo ciudadano de este país. Cabe reflexionar también sobre si conviene cultivar ya desde la escuela aquella mentalidad que acerca a los venezolanos a la modernidad desautorizando, por ejemplo, "el comportamiento trasgresor contra lo que no es propio, contra servicios y espacios comunales" que socava el capital social.

Conclusiones

El panorama del desarrollo en Latinoamérica es complejo. Tiene, como hemos expuesto, diversos condicionantes cuya resolución no puede atacarse aisladamente. La región, en conjunto, ha entrado en una fase de crecimiento

económico que es una de las condiciones de la mejora de la educación. Por aquí se abre una puerta a la esperanza. Sin embargo, en lo que respecta a la erradicación de la pobreza, el aumento del precio de los alimentos da una señal de alarma. La educación ha mejorado en los últimos años en cobertura escolar pero la preocupante deserción adolescente y juvenil tiene su principal causa en una enseñanza de calidad deficiente y escasamente adaptada a la parte de la población que vive en pobreza. Por otra parte, la cultura es mas que un ”telón de fondo” de todo proyecto de desarrollo: es un condicionante, como hemos pretendido hacer ver en el caso de Venezuela (extensible a otros países de América Latina). Sostenemos los autores de este artículo que la mentalidad moderna no supone la pérdida de los “valores tradicionales”. Más bien, al ser una de sus virtudes fomentar el capital social, puede muy bien ser considerada la versión puesta al día en el siglo XXI de esos valores.

En síntesis, la complejidad del problema del desarrollo humano en las naciones de América Latina (y de cualquier otro lugar) requiere una visión amplia, sistémica: la que nos asegura que no podemos atacar el aspecto económico, el cultural o el educativo cada uno por su lado sino que hemos de anticipar sus implicaciones mutuas y las repercusiones de cada uno en los demás, las queridas y las no queridas. Las decisiones en juego son, definitivamente, políticas:

> “La educación no puede por sí sola resolver los problemas sociales, sino que exige para ello que, paralelamente, se produzcan determinadas transformaciones en otros ámbitos de la sociedad. […] El énfasis, por tanto, se sitúa en las políticas globales, capaces de plantear estrategias convergentes en las esferas económica, social y educativa. (OEA. Metas, 2021).

Agradecimientos

Los autores agradecen cordialmente la lectura crítica y las sugerencias que han contribuido a mejorar este trabajo a los profesores José Luis Lalueza de la Universidad Autónoma de Barcelona, Mariela Orozco de la Universidad del Valle de Cali (Colombia), Anibal León y Myriam Anzola de la Universidad de los Andes, Mérida (Venezuela), María Alejandra Grzona de la Universidad de Cuyo (Argentina), al Dr. Norberto Niubó, psicólogo, largos años viviendo en Bolivia y Perú.

Bibliografía

Anzola, Myriam. (2004). Mañana es posible. La resiliencia como factor de protección. Caracas: Ediciones OPSU.

Bonal, Xavier. (Ed). (2006). Globalización, educación y pobreza en América Latina. Barcelona: CIDOB.

CEPAL. Anuario Estadístico 2005. CEPAL, Santiago de Chile.

Escalante, Mireya. (2008). "Una educación para romper el círculo de la pobreza". Documento de trabajo. Doctorado en Educación. Universidad de los Andes, Mérida (Venezuela).

Grynspan, Rebeca. y Lopez-Calva, Luis Felipe. (2010) Las tareas del desarrollo y la crisis económica: política económica y política social para la equidad en América Latina y el Caribe. En C. Arenal y J.A. Sanahuja (coords.) América Latina y los bicentenarios: una agenda de futuro. Madrid: Fundación Carolina y Siglo XXI.

Herrera, Mariano. Lo que hay que hacer en educación. En línea. http://www,cice org.ve. Consultado el 28-08-2011.

Infante, M. Isabel. (2000). Analfabetismo funcional en siete países de América Latina. UNESCO. Santiago de Chile.

Iranzo, Mauricio. (2006). El desarrollo regional y local desde la UCLA. En A. Guerra (Comp.). Planificación y desarrollo regional y local en Venezuela Barquisimeto: Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA) en colaboración con el Banco Central de Venezuela.

Lewis, Oscar. (1964). Los hijos de Sanchez, Mexico: Mortiz.

Martinell, Alfons. (Coord). (2010). Cultura y desarrollo. Madrid: Fundación Carolina y Siglo XXI.

OEA (2010). "2021. Metas Educativas. La educación que queremos para la generación del bicentenario". Madrid: OEI, 2010.

Ottone, Ernesto. y Sojo, Ana. (2010). Pobreza y cohesión social en América Latina y el Caribe. En Celestino del Arenal y José Antonio Sanahuja (coords.) América Latina y los bicentenarios: una agenda de futuro. Madrid: Fundación Carolina y Siglo XXI

Pardo, Jordi. (2010) Reflexiones sobre cultura y desarrollo en contexto de crisis. En Alfons. Martinell (Coord). Cultura y desarrollo. Madrid: Fundación Carolina y Siglo XXI.

PNUD -Programa para el Desarrollo de la Naciones Unidas- (2001). Estado y progreso del desarrollo humano.

PROVEA (2009) Informe Anual de la Situación de los Derechos Humanos. Programa Venezolano de Educación- Acción en Derechos Humanos, Caracas.

PROVEA (2010) Informe Anual de la Situación de los Derechos Humanos. Programa Venezolano de Educación- Acción en Derechos Humanos, Caracas.

Rivero, José. (2006). Globalización, educación y pobreza en América Latina: los límites de las reformas educativas. En Xavier. Bonal (Ed). Globalización, educación y pobreza en América Latina. Barcelona: CIDOB.

Sojo, Carlos. (2010). Cohesión social y combate a la pobreza en América Latina. En C. Arenal y J.A. Sanahuja (coords.) América Latina y los bicentenarios: una agenda de futuro. Madrid: Fundación Carolina y Siglo XXI

Tedesco, Juan Carlos. (2006). La integración social y los nuevos procesos de socialización. En X. Bonal (Ed). Globalización, educación y pobreza en América Latina. Barcelona: CIDOB.

UCAB (2000) El desafío de la pobreza en Venezuela. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

UCAB (2004). Detrás de la pobreza. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello y Asociación Civil para la Promoción de Estudios Sociales.

UCAB. España, L. P (2009). Detrás de la pobreza. Diez años después. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello y Asociación Civil para la Promoción de Estudios Sociales.

Ugalde, Luis. (2000). El desafío de la pobreza en Venezuela. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Urdaneta, Carlos. (2007). Erradicación drástica de la pobreza en Venezuela. Caracas: El Nacional/Universidad de Monteávila.

Notas:

1. El desarrollo no es sólo una realidad que afronta una sociedad; es también un discurso ideológico elaborado desde la situación socio-económica dominante del mundo occidental, que se califica a si mismo de desarrollado por oposición hacia el resto del mundo, subdesarrollado.

2. El concepto de pobreza expresa las carencias ante el conjunto de necesidades consideradas básicas para la vida en sociedad. Un criterio definitorio de la pobreza son los ingresos. La línea de pobreza absoluta o extrema se establece a partir de la cantidad de dinero necesario para adquirir la cesta de bienes alimentarios y no alimentarios, que se considera cubre las necesidades básicas de consumo. Las cifras de América Latina son representativas de las líneas de pobreza extrema. Con todo, la pobreza es un fenómeno multidimensional. Por eso últimamente se han incluido también en el concepto de pobreza dimensiones no materiales o simbólicas, como capacidades analíticas

y de procesamiento de información, habilidades de comunicación y de gestión con el fin de poder participar plenamente del mundo globalizado y adaptarse a las nuevas formas de trabajo y producción.

3. Pobreza extrema, estrato 5: personas cuyos ingresos no cubren las necesidades de alimentación; viviendas precarias en terrenos invadidos; carecen de servicios de agua, basura, telefóno, etc. Alta ratio de inactivos/activos en el hogar; el nivel de educación no llega a primaria. (UCAB. España, 2009, pg 37).

4. La canasta alimenticia subió, según el INE, de 1.053, 73 BsF en octubre 2009 a 1.336,67 BsF en setiembre 2010. El salario mínimo mensual cubre, según el INE, más del 85% de coste de la canasta; el CENDAS reduce esta cobertura a casi la mitad. Véase Informe Provea, "Derecho a la alimentación", oct 2009 - set 2010.

5. Desigualdad no es exactamente lo mismo que pobreza aunque ambas suelen ir estrechamente unidas. La primera queda reflejada por la amplitud de la "desviación" en una curva de distribución de bienes (ingresos): una curva francamente bimodal –con sendos picos en cada extremo- expresaría una mayor desigualdad. La pobreza, por recurrir a la misma figura estadística, es una acumulación de la población de ingresos en la zona de sus valores más bajos.

6. El capital social lo constituyen características de la organización social, como redes de relación entre personas, la confianza social y las normas que facilitan la coordinación y la cooperación para el beneficio de la comunidad. Un elemento importante del capital social es la disposición a participar. Ver Atria, R., Siles, M., Arraigada, I., Robison, L., Whiteford, S. (comp.) Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. Santiago de Chile: CEPAL. 2003.

7. La incidencia de la cultura como elemento condicionante del desarrollo no es una novedad en el discurso sobre Latinoamérica pero suele ser tratada de manera anecdótica. Por ejemplo, se ha dicho que el proyecto revolucionario del Ché Guevara fracasó, entre otras razones, porque resultaba extraño a la mentalidad del campesinado boliviano que intentaba movilizar. Paulo Freire alude directamente a la cultura de los campesinos chilenos con motivo de la reforma agraria que pretendía establecer los asentamientos. En 1952, Paz Estensoro promovió una reforma agraria en Bolivia repartiendo entre los campesinos indígenas tierras cultivables. Los beneficiarios se limitaron a trabajar lo que necesitaban para su sustento dejando gran parte de las tierras en barbecho. Los ejemplos se pueden multiplicar. Se echa de menos una reflexión teórica en profundidad.

8. Este índice se construye a partir de 4 indicadores: enseñanza primaria universal, alfabetización de adultos, paridad de sexos y supervivencia en 5º gr de primaria.

9. Este círculo está dibujado por la "trasmisión intergeneracional de la falta de oportunidades y la heredabilidad del capital educativo (inexistente)" (OEA. Metas 2021, pg 53). En otras palabras, la pobreza estructural (la miseria) es más que carencia crónica de bienes: es carecer de competencias para cumplir los requisitos de acceso a las oportunidades de promoción social.

10. Ministerio del Poder Popular para le Educación, Caracas, julio 2008. Citado por Informe Provea "Derecho a la Educación", oct 2009- set 2010.

11. En Venezuela, según el estudio de la UCAB (España, 2009, pg 367), un 21,6% de la población son lectores frecuentes; un 25% eventuales. La mitad del país, concluye, no lee nada.

GERENCIA EN LOS PROCESOS EN LA ERA DE INTERNET: CASO ORGANIZACIONES DE E-COMMERCE.[1]

Gladys Stella Rodríguez* - Eddy Jackeline Rodríguez**

* Post Doctora en Gerencia en las Organizaciones. Profesora Titular e Investigadora del Instituto de Filosofía del Derecho, Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, Universidad del Zulia, Venezuela. E-mail: gr1970ve@yahoo.es
** Magister en Matemática Aplicada. Profesora Titular e Investigadora del Centro de Matemática Aplicada. Facultad de Ingeniería, Universidad del Zulia, Venezuela. E-mail: eddyjackeline@yahoo.es

RESUMEN

La empresa en red, requiere nuevas herramientas y una nueva concepción del servicio al cliente basada en e-process. El propósito del trabajo es describir las herramientas y técnicas para implementar la administración basada en actividades o procesos, definiendo qué son actividades y qué son los procesos en términos de gerencia, exponiendo los principios de la gerencia en procesos, describiendo el nuevo desafío de las organizaciones basando sus estrategias en procesos, exponiendo en qué consiste el e-process y su impacto en las organizaciones de comercio electrónico y, finalmente, cómo a través de procesos de resolución de conflictos incorporados en las organizaciones de comercio electrónico pueden solventarse algunos conflictos entre proveedores y clientes. La metodología es de tipo descriptiva y explicativa, basada en los postulados teóricos de Zambrano (2000), Keen y McDonald (2001) y Riascos (2006) entre otros. Seguidamente se tabulan y representan gráficamente los pasos para implementar una gerencia basada en procesos, las actividades a realizar por una organización de e-commerce que quiere adoptar nuevos procesos y finalmente se hace una matriz de e-process. Concluyéndose que las organizaciones de e-commerce no realizan una simple re-ingenieria, sino realmente crean y desarrollan procesos enfocados en el cliente y donde hay una continua retroalimentación.

Palabras clave: E-process, gerencia en procesos, organizaciones de comercio electrónico.

Recibido: 01/06/2011 - Corregido: 15/09/2011 - Aprobado: 16/11/2011

MANAGEMENT IN THE PROCESS IN THE AGE OF THE INTERNET: CASE OF E-COMMERCE ORGANIZATIONS

Gladys Stella Rodríguez* - Eddy Jackeline Rodríguez**

* Post Doctora en Gerencia en las Organizaciones. Profesora Titular e Investigadora del Instituto de Filosofía del Derecho, Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, Universidad del Zulia, Venezuela.
E-mail: gr1970ve@yahoo.es
** Magister en Matemática Aplicada. Profesora Titular e Investigadora del Centro de Matemática Aplicada. Facultad de Ingeniería, Universidad del Zulia, Venezuela. E-mail: eddyjackeline@yahoo.es

ABSTRACT

The network companies requires new tools and a new concept of customer service from e-process. This research aims to describe the tools and techniques for implementing activity-based management or processes that are defining activities and processes are in terms of management, stating the principles of management processes, describing the new challenge of organizations base their strategies on processes, stating what the e-process and its impact on e-commerce organizations and, finally, how, through processes of conflict resolution built-in e-commerce organizations can solve some conflicts between suppliers and customers. The methodology is descriptive and explanatory, based on the theoretical postulates of Zambrano (2000), Keen and McDonald (2001) and Riascos (2006) among others. Then be tabulated and plotted the steps to implement a process-based management, the activities carried out by an organization of e-commerce who want to adopt new processes and finally became an array of e-process. Concludes that in the e-commerce organizations do not perform a simple re-engineering, but really is to create and develop customer-focused processes and where there is a continuous feedback.

Key words: E-process, management processes, e-commerce organizations.

GERÊNCIA NOS PROCESSOS NA ERA DE INTERNET: CASO ORGANIZAÇÕES DE E-COMMERCE

Gladys Stella Rodríguez* - Eddy Jackeline Rodríguez**

* Post Doctora en Gerencia en las Organizaciones. Profesora Titular e Investigadora del Instituto de Filosofía del Derecho, Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, Universidad del Zulia, Venezuela. E-mail: gr1970ve@yahoo.es
** Magister en Matemática Aplicada. Profesora Titular e Investigadora del Centro de Matemática Aplicada. Facultad de Ingeniería, Universidad del Zulia, Venezuela. E-mail: eddyjackeline@yahoo.es

RESUMO

A empresa em rede requer novas ferramentas e uma nova concepção de serviço ao cliente baseada em *e-process.* O propósito do trabalho é descrever as ferramentas e técnicas para implementar a administração baseada em atividades ou processos, definindo que são atividades e que são os processos em términos de gerência, expondo os princípios da gerência em processos, descrevendo o novo desafio das organizações baseando suas estratégias em processos, expondo em que consiste o *e-process* e seu impacto nas organizações de comercio eletrônico e finalmente, como através de processos de resolução de conflitos incorporados nas organizações de comercio eletrônico podem solevantar-se alguns conflitos entre provedores e clientes. A metodologia é descritiva e explicativa, baseada nos postulados teóricos de Zambrano (2000), Keen e McDonald (2001) e Riascos (2006) entre outros. Seguidamente se tabulam e representam graficamente os passos para implementar uma gerência baseada em processos, as atividades a realizar por uma organização de *e-commerce* que quer adotar novos processos e finalmente se faz uma matriz de *e-process*. Conclui-se que as organizações de *e-commerce* não realizam uma simples reengenharia, senão realmente criam e desenvolvem processos enfocados no cliente e onde tem uma continua retroalimentação.

Palavras chave: *E- Process*, Gerência em Processos, Organizações de Comercio Eletrôn

Introducción

La revolución tecnológica no se limita a modificar los equipos, los productos, las trayectorias tecnológicas y el modelo organizativo de una industria a otra, sino, como en todo cambio de paradigma, hay un proceso de desmantelamiento de lo establecido y la construcción de un nuevo conjunto de principios como nuevos formatos de acción en el logro de la máxima eficiencia en las nuevas condiciones, que no se limitan al sector productivo, sino que irrumpe con todo el poder de su destrucción creadora en el marco socio-institucional, abarcando así organizaciones políticas, económicas y sociales.

Hoy las organizaciones presentan nuevas opciones para hacer negocios, una de ellas es hacerlo a través de multimedias interactivos y la denominada autopista de la información, con su ejemplo más visible: Internet, lo cual posibilita una economía basada en la interconexión de la inteligencia humana. Es una economía digital "donde se crea riqueza y conocimientos interconectados en redes; estas fronteras digitales, de la nueva economía, cambian los participantes, las dinámicas las reglas y los requisitos para la supervivencia y la competitividad" (Zambrano, 2000, p. 136).

Las empresas han tenido tradicionalmente una estructura departamental por funciones para ordenar su personal, estructura que ha sido muy útil desde su definición, por teóricos de las ciencias de la organización, pero actualmente se encuentran otras formas de disposición como los enfoques basados en procesos que identifican procedimientos de dirección, de agregación de valor y de apoyo para lograr una mayor orientación de la empresa hacia el cliente y lograr así mayor competitividad.

Hoy dada la complejidad de las organizaciones y sus interrelaciones, se vuelve necesario revisar y aplicar una visión sistémica de la organización, como apunta Riascos (2006), la cual explique la organización como un todo que busca la obtención de los objetivos organizacionales y satisfacción del cliente.

En consecuencia, el trabajo tiene como propósito describir las herramientas y técnicas para implementar la administración basada en actividades o procesos, definiendo qué son actividades y qué son los procesos en términos de gerencia, exponiendo los principios de la gerencia en procesos, describiendo el nuevo desafío de las organizaciones basando sus estrategias

en procesos, exponiendo en qué consiste el e-process y su impacto en las organizaciones de comercio electrónico y, finalmente, cómo a través de procesos de resolución de conflictos incorporados en las organizaciones de comercio electrónico pueden solventarse algunos conflictos entre proveedores y clientes.

La organización y su estructura funcional

Uno de los primeros teóricos que comenzó a indicar como se puede visualizar una organización fue Henry Farol cuando estableció que todas las actividades u operaciones de una empresa podían ser divididas en seis grupos, ver Gráfico No. 1.

Gráfico No. 1. Estructura funcional tradicional

Fuente: Da Silva (2002) y reelaboración propia.

Jaramillo (2002) relaciona la estructura organizacional tradicional con una construcción de columnas rígidas que sostienen una estructura, pero que para poder crecer requiere aumentar las columnas volviendo más rígida y pesada a la estructura, en la que los asuntos internos se vuelven más importantes que los asuntos relacionados con el cliente.

Esto ha significado que las organizaciones pierdan eficiencia y eficacia de las

actividades de la empresa, por lo cual surge como una de las opciones más importantes el enfoque basado en procesos que buscan ante todo definir la necesidad del cliente y sus requisitos, para luego definir los mejores procesos para llevar a cabo el producto o servicio que busque la satisfacción del cliente, logrando así la eficiencia y eficacia del proceso, que se traduce en efectividad para el cliente.

Pero qué entender por "proceso", según la norma ISO 9000:2000 Apartado 3.4.1. Esta define proceso como: "conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados"

Ciertamente, la modernidad abrió un abanico de posibilidades de cambio, al liberar el tiempo y el espacio de las restricciones impuestas por hábitos y prácticas locales y permitió el desarrollo de los mecanismos de engranaje de la vida social moderna, que según la definición de "proceso", antes referida, hace que surja una organización relacionada.

La organización ya no es más ese escenario de lucha de clases y de un movimiento obrero que oponía el trabajo obrero a las utilidades capitalistas, la autonomía del oficio y de la cultura obrera a ese poder económico que se traducía en barreras de clase, en formas autoritarias de mando, separación de la concepción y la ejecución; separación que no era solamente el fruto de la organización científica del trabajo sino que era en mayor medida la expresión de una dominación de clase (Zambrano, 2000).

Con las redes de interconexión han venido a darle otro sentido a la empresa, a la economía, a la política y a lo social. A través de ellas se interconectan gran cantidad de códigos y símbolos con sentido identitario, que parece tener un gran efecto envolvente. Las nuevas redes y formas de trabajar están haciendo florecer nuevos clientes, productos, formas de hacer las cosas, que están rompiendo los hábitos, leyes, costumbres tradicionales que han regido la vida empresarial (Zambrano, 2000).

De igual forma, las organizaciones que a nivel planetario dan cuenta que son exitosas, evidencian, según Hartman (2001), procesos de transformación caracterizados por la adopción de estructuras centradas en los procesos medulares, y de la incorporación de nuevos medios tecnológicos para el manejo y tratamiento fluido de la información asociada a éstos, que permite el

monitoreo permanente de aquellos factores críticos para el éxito de la organización en el ahora y en el entonces.

Los hallazgos de Hartman (2001) sugieren que este proceso requerirá en muchos casos la total integración de consideraciones relacionadas con el liderazgo, el modelo de negocio, competencias y altos niveles de tecnologías asociadas al manejo de la información, aspectos éstos en consecuencia asociados con una administración estratégica e innovadora de la organización. Todo ello, teniendo claro que la innovación consiste en haberse dado cuenta de que la producción de bienes o servicios debe ser diferente y/o a un costo menor del que es capaz de asumir la competencia.

Características de las organizaciones basadas en procesos

Siguiendo a Riascos (2006) se pueden identificar unas características de una organización basada en procesos como las siguientes:

• Orientación hacia el cliente

• Este tipo de organización basada en procesos forma parte de la estrategia misma de la organización

• La jefatura se reemplazará por el liderazgo

• Se emplea el enfoque del sistema para la gestión

• El siguiente paso en el proceso es el cliente

•Se descentraliza la responsabilidad por la calidad

• El trabajo se hace con equipos de alto desempeño

• Se empodera el personal

• Se trabaja con hechos y datos para la toma de decisiones

• Se enfatiza en un enfoque preventivo

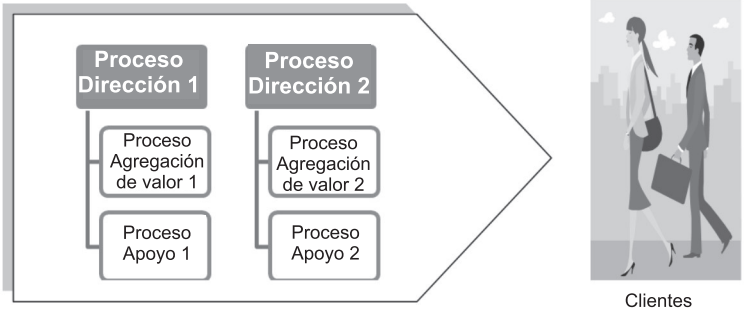
• Se genera un ambiente de mejoramiento continuo

Los procesos en la organización

En la organización los procesos se pueden clasificar en: procesos de dirección, de agregación de valor y de apoyo o soporte, que pueden visualizarse en la

siguiente figura No. 2

Figura No. 2. Visión por procesos.

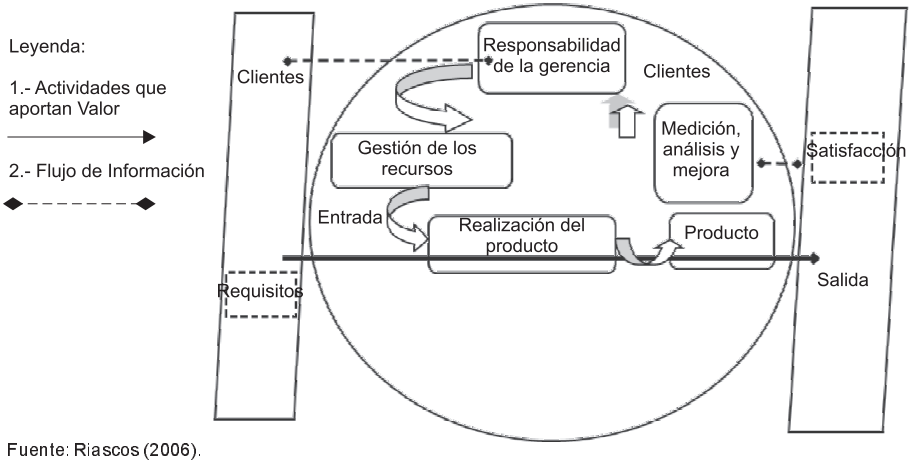


Fuente: ISO 9001 y Reelaboración propia

En el gráfico anterior se destaca la visualización de los procesos orientados a la satisfacción del cliente.

En el caso de organizaciones de comercio electrónico, el negocio es no lineal, las estructuras del mercado se dividen, las operaciones tradicionales de entrada-proceso-resultado se extienden a través de la red de valor y la norma ISO 9001 propone un esquema para visualizar los procesos que interactúan en la organización para lograr la mejora continua, tal como lo muestra la figura No. 3.

Figura No. 3. Enfoque hacia los procesos. Mejora continua del Sistema de Gestión de Calidad



Fuente: Riascos (2006).

Se puede hacer una brevemente referencia en la figura No. 3, a fin de exponer algunos aspectos valiosos. Para que las organizaciones funcionen de manera efectiva, tienen que identificar y gestionar numerosos procesos interrelacionados. A menudo la salida de un proceso formará directamente la entrada del siguiente proceso. La identificación y gestión sistémica de los procesos se conoce como enfoque hacia los procesos y es lo que pretende fomentar esta norma internacional (ICOTEC, 2000).

En esta figura No. 3, se observa como el enfoque parte del cliente y retorna al cliente. Se analizan los requisitos del cliente que serán las entradas para la elaboración del producto y/o servicio y las salidas nuevamente retornan al cliente y se evalúa la satisfacción de éste.

En el ciclo podemos analizar cuatro grandes procesos:

• Proceso denominado Responsabilidad Gerencial, que tiene en cuenta todos los aspectos relacionados con la gerencia, como son su responsabilidad, las políticas y objetivos de calidad, las comunicaciones, las auditorías y los resultados.

• Proceso que se relaciona con la Gestión de los Recursos, incluye los necesarios para desarrollar el producto y /o servicio y abarca la gestión del talento humano, la infraestructura y el ambiente de trabajo.

• Proceso de Realización del Producto, es el relacionado propiamente con las etapas de producción y/o servicio del producto. Incluye aspectos como la planificación del producto, el diseño y desarrollo, los procesos relacionados con el cliente, las compras, la producción y prestación del servicio y el control de los equipos de medición.

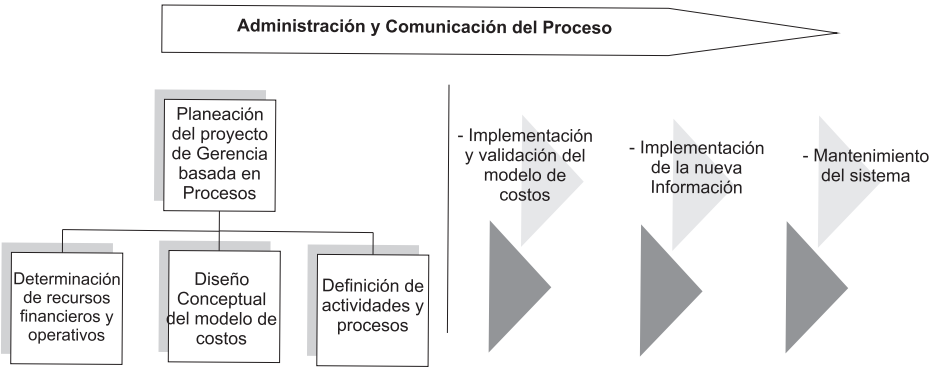
• Proceso de Medición, Análisis y Mejora es muy importante, dado que lo que no se mide no se puede mejorar; incluye aspectos relacionados con el seguimiento y la medición, el control del producto no conforme, el análisis de datos, la mejora continua y las acciones preventivas y correctivas.

Este enfoque propuesto por ISO es uno de los más utilizados en el medio empresarial y que sirve también para la certificación de las empresas bajo la importante norma ISO que lo incluye.

Pasos para la implementación de una Gerencia basada en Procesos

Si bien cada proyecto de gerencia basada en procesos es único, el plan de implementación real de una organización probablemente incluirá la mayoría o todos los siete pasos que a continuación se expondrán en la Figura No. 4, aunque no necesariamente en un orden particular.

Figura No. 4. Pasos para implementar una gerencia basada en procesos



Fuente: Holst y Savage (2002) y reelaboración propia.

Ahora bien, refirámonos a cada paso brevemente, siguiendo a Holst y Savage (2002):

1. Planeación del Proyecto. Los objetivos claves son:

• Identificación del modelo de negocios.

• Confirmación de los objetivos y alcance del proyecto.

• Identificación y educación de los patrocinadores y usuarios clave.

• Organización y educación de los equipos de proyecto.

• Desarrollo de planes de trabajo y cronogramas de implementación.

Ventaja: Lo anterior crea las bases para una aceptación posterior y usos de la información basada en procesos.

2. Determinación de recursos financieros y operacionales.

Los objetivos claves son:

• Entender los recursos financieros y operacionales de la organización.

• Identificar los inductores de recursos.

Ventaja: Permite calcular el costo de los recursos consumidos en la realización de la actividad, como equipo, tecnología, instalaciones, materiales, mano de obra, suministros y cualquier otro elemento.

3. Definición de Actividades y Procesos.

Los objetivos claves son:

• Identificación de actividades y negocios.

• Identificación de procesos.

• Definición de resultados y medidas de resultados.

• Definición de atributos de actividades.

• Identificación de inductores de costos de actividades.

Ventajas: Permite determinar el alcance de su análisis de gerencia basada en procesos y costos o para los propósitos de benchmarking. Se puede crear un diccionario de procesos, donde se encuentren descritos y etiquetados. Permite recoger información de los empleados a fin de saber cuánto tiempo dedican a cada actividad principal. Además se crea una forma ordenada de reportes y, se permite mapear el proceso.

4. Diseño Conceptual del modelo de costos

Los objetivos claves son:

• Satisfacción de las necesidades y requerimientos de la organización

• Determinar tanto la cantidad de información que debe recolectarse, como el detalle con el que la misma debe obtenerse.

Ventajas: Permite determinar qué datos han de ser incluidos y cómo se usarán los resultados a fin de lograr la MISIÓN DELA ORGANIZACIÓN

5. Implementación y validación del modelo de costos

Los objetivos claves son:

• Ingresar los datos a un modelo de software identificando la naturaleza del modelo

• Reafirmar el diseño conceptual a través de su aplicación y validación

• Importación de datos al modelo de costos y su validación

Ventaja: Ofrece rigurosidad en validez de cualquier resultado

6. Interpretación de la nueva información

Los objetivos claves son:

• Proporcionar una visión diferente

• Los resultados deben analizarse con énfasis en su uso para identificar las oportunidades de mejoramiento

Ventajas: Obtención de consensos sobre el valor que se va a asignar a cada actividad en relación con las metas y estrategias de la organización. Se permite un análisis de la rentabilidad de productos y de clientes, para el presupuesto con base en procesos.

7. Mantenimiento del sistema

Los objetivos claves son:

• El sistema de información de la gerencia basada en procesos y costos, debe actualizarse y validarse de forma continua, porque las actividades o procesos cambian con el tiempo, se pueden agregar nuevas actividades.

• Identificación de áreas por mejorar, con el fin de ampliar el modelo e integrarlas, estableciendo responsabilidad por la actualización y mantenimiento continuo del modelo, y por la retroalimentación en la utilización del modelo.

Ventajas: Aumenta la comparabilidad de los datos recolectados. Reduce el tiempo que se necesita para validar la información e identifica nuevas actividades o actividades que ya no se realizan con eficiencia. Aumenta el conocimiento y el interés en el sistema requerido para obtener y retener los recursos necesarios.

Gerencia basada en e- procesos: Caso Organizaciones de E-commerce

El panorama actual nos refiere que la estructura de información-telemática, en redes o sistemas empresariales, "infoestructura", proporciona la columna vertebral de la nueva empresa. Permite ello, que una organización se desplace más allá de las antiguas jerarquías, pues la empresa funciona como una organización unificada al proporcionar información a lo largo y ancho de ésta, para la toma de decisiones y nuevas aplicaciones competitivas; horizontalidad y flexibilidad.

Afirma Zambrano (2000) que las barreras de las organizaciones caen y de la misma forma están cayendo los obstáculos entre ellas. El resultado, sostiene la autora, es lo que se llama "corporación virtual". En lugar de contratar, se asocian y se interconectan. Se forjan una serie de alianzas de constante cambio para lograr el éxito competitivo.

Esto ha dado origen a organizaciones con nuevas formas y nuevas actividades, que transforman las trayectorias profesionales dentro de la organización, las estructuras de los reportes, la naturaleza del trabajo del conocimiento, e incluso las metas y objetivos de la organización, a medida que se dan las aperturas (interconexiones) a nuevos mercados. Estas características se hallan en las organizaciones como las de comercio electrónico.

Son organizaciones en las que se torna muy confusa la línea divisoria entre lo que sería el interior y el exterior de la misma empresa, de allí el "cruce de fronteras". Las actividades que antes se consideraban parte integrante del proceso interno, ahora pueden ser externas. Las redes surgen como respuestas a la cada vez más continuada indeterminación de las fronteras nacionales, en donde las empresas pequeñas que tienen acceso a las redes de información empresarial, a través de sus relaciones con grandes empresas, son capaces de competir vigorosamente en los mercados mundiales.

También se puede decir que en las organizaciones como las de e-commerce se está gestando al mismo tiempo un "nuevo obrero" altamente calificado. Y cuando se hace referencia a este obrero, se habla de ingenieros, técnicos en computación, y telecomunicaciones, etc., capaces de razonar y responsabilizarse profesionalmente.

Lo que en la actualidad se está imponiendo es el profesional-organización-independiente que constantemente se está preguntando qué necesita conocer y aprender para decidir qué paso siguiente dar en su desenvolvimiento de carrera. Estudios demuestran que sólo en Estados Unidos para 1996 había más de ocho millones de telecomuters que han dejado de viajar a diario a la oficina y trabajan en casa a través de fax, del teléfono y del correo electrónico (Gate, 1997).

Esta flexibilización de la empresa y el trabajo parte de una política de altos sueldos y contrataciones a "destajo" que informalizan el trabajo y abaratan los costos y crea potencialidades cognitivas dada la necesidad de reinvención, creación y autonomía creativa; estas nuevas configuraciones sustituyen las protecciones sociales, las indexaciones salariales y los empleos fijos.

En el e-commerce, la clave para ganar está en lo que se encuentra detrás del clic, es decir, la capacidad de procesamiento y los procesos comerciales que ganan la confianza del cliente, crean valor para el cliente y, sobre todo lo retienen. Surgiendo así el concepto de e-process, que no es más que "el conjunto de políticas comerciales para responder una solicitud reiterada a través de la interfaz de la relación del sitio Web, que requiere de cierto grado de interacción entre las partes" (Keen y McDonald, 2001, p. 186),

En la Tabla No. 1, se puede observar brevemente una experiencia multimedia de un cliente cuando accede a un negocio en línea. (Ver página siguiente).

Estos pasos significan crear ventajas en el procesamiento que se transforma en riqueza de procesos a través de relaciones y negocios repetitivos. Los triunfadores son aquellos que crean una ventaja en procesamiento, porque la ventaja del e-process se obtiene dando prioridad a los procesos más importantes, diseñando y adquiriendo después, los procesos necesarios a través de nuevas fuentes. Es obvio que la mayor parte de esta ventaja proviene de convertir procesos rutinarios que consumen tiempo, dinero, personal y recursos organizacionales, en software que realiza el trabajo.

En los negocios de Internet, las relaciones son todo porque constituyen el capital del nuevo negocio de nuestra era, los recursos que generan utilidades, valorización de mercado, marca y ventaja competitiva sostenible.

Tabla No. 1. Procesos en una solicitud en Línea

1	Acceso a catálogos en línea	Tanto los catálogos de la compañía, lo mismo que los de sus aliados, e incluso los de sus competidores. Esto depende de muchos enlaces entre las unidades de compra y venta de la red de valor, para garantizar precisión e información, precio, inventario y contratación.
2	Ofertas Personalizadas	Con base al perfil del cliente y el historial de la relación. Implica coordinación entre las unidades de *marketing, e-commerce y ventas.*
3	Configuración del Pedido	Incluye la información sobre disponibilidad y despacho. Exige coordinación entre *marketing, producción y servicios de e-commerce.*
4	Elaboración del Pedido	A través de la *Web* una conexión con un centro de llamadas o incluso una visita a la tienda, etc. Todos los canales deben estar en coordinación, de modo que el cliente no descubra que hubo un cambio en el precio por ejemplo.
5	Financiación	Enlaza con prestamistas registrados, quizás para que ellos participen en el negocio
6	Confirmación del Pedido	Incluye verificar todos los detalles del cumplimiento y despacho. Es aquí donde es más común la separación de los procesos de la *Web* y de la base del proceso de negocios, y donde se causa mayor daño a la relación.
7	Embarque o envío	Puede ser por vía postal o por vía electrónica. Esto dependerá del producto a adquirir, si es tangible o intangible.
8	Seguimiento a la Consulta del Cliente	Una llamada gratuita o *link* desde la página o correo electrónico para averiguar sobre el producto, pago y despacho.

Fuente: Keen y McDonald (2001) y reelaboración propia.

A continuación se verá una Lista de actividades por realizar, que deben transformarse en el propósito de e-commerce, se centrará esencialmente en el cliente, lo cual no es fácil, se necesita mucho trabajo, véase Tabla No. 2.

Tabla No. 2. Lista para e-commerce

Actividades por Realizar	Nivel Necesario
Diseño de procesos centrados en el cliente	5
Enfoque en las relaciones	3
Permitir que el cliente intervenga en la relación por autogestión	4
Cambiar los sistemas de incentivos para premiar la contribución a la relación y experiencia del cliente	5
Ampliar las relaciones y convertir el sitio Web en una interfaz para un espacio de mercado amplio y sólido	3
Integrar la cadena de suministros de extremo a extremo	2
Desarrollar colaboración y comunidades en línea	2

Nivel Necesario: escala de 1 al 5
Fuente: Keen y Mc Donald (2001) y reelaboración propia

Es importante reconocer que la credibilidad del modelo de negocios determina cuánto capital puede conseguir la compañía de los inversionistas. La posibilidad de devolver esa inversión se encuentra en la excelencia en el proceso, en las relaciones y en ser un aprendiz de primera línea ¿qué significa ésto?

• Excelencia en el proceso

Independientemente del modelo de negocios y de la inversión de capital, el e-process tiene que ser la prioridad, porque no hay ninguna ventaja sólo por estar en un sitio Web. El mercado de la red está abarrotado de participantes, el éxito exige más que competir con base en el precio; se requiere desarrollar algo especial con base en sus capacidades.

• Desarrollo de Relaciones

Las relaciones constituyen las bases para repetir negocios y lograr la rentabilidad necesaria para alcanzar el éxito. El diseño de relaciones exige procesos centrados en el cliente, que reconozcan los roles de la tecnología y el desarrollo del diseño de esos procesos y operaciones.

Las transacciones son el punto focal de las tecnologías de e-commerce, por ello, estas tecnologías deben garantizar la integridad de la transacción en relación con el procesamiento, la integridad de los datos y la seguridad. Y aunque las transacciones individuales son importantes, una transacción, por sí misma, no constituye una relación.

El gerente de una organización de comercio electrónico debe ser responsable de las estructuras con que cuenta para hacer estas transacciones, por ejemplo, porque las relaciones surgen a través del tiempo, mediante múltiples transacciones. Y si estas estructuras sobre las que se basan las transacciones son inseguras, presentan problemas y situaciones críticas sin solución efectiva y sin ser capaz de cumplir los compromisos, nunca esa organización desarrollará verdaderas relaciones pues los clientes no volverán, ya que no apreciaron en la organización algún valor.

• Ser un aprendiz de primera línea

No hay una sola gran compañía que no esté en la Web y, claro, cada semana se lanzan miles de sitios Web. Cualquier modelo exitoso se copia con rapidez y, con frecuencia, queda mejorado. Consideremos tan solo tres de las principales innovaciones del e-commerce: esquemas de fijación de precios, empresa a empresa, puntos de transacción y proveedores de aplicación de servicios. Ya hay cientos de cada uno ¿qué los diferencia?. El sitio mismo no es el factor esencial del éxito. Es más un factor esencial de fracaso; un sitio Web debe ser confiable, fácil de navegar, seguro y rápido. De lo contrario los clientes dejaran de entrar en él.

La ventaja se basa en ser un aprendiz de primera línea y no un promotor de primera línea. La competencia y las reglas cambian demasiado rápido en la economía electrónica, la única ventaja sostenible se consigue a través de las relaciones que esa organización construya y de lo que aprenda de ellas. Por ello, si se es un aprendiz de primera línea, tendrá capacidad de llevar nuevos productos y servicios al mercado, más rápido que los competidores.

Decisiones ejecutivas que los gerentes de e-commerce deben tomar

La responsabilidad del gerente es encargarse de todo este cambio y reconocer que el e-commerce se refiere a negocios. Los gerentes deben:

1.- Quitar las “ataduras de sus procesos” y diseñar estructuras de e-commerce.

2.- Estas estructuras de e-commerce deben incluir tecnologías, procesos y cambio organizacional.

3.- La responsabilidad de los cambios no pueden delegarse al área de tecnología de la compañía, a otros líderes o al personal.

4.- En el e-commerce el gerente debe darle un aspecto empresarial firme a los sistemas de incentivos y compensación salarial.

5.- Deben convertir el e-process en una prioridad de toda la empresa

6.- Instaurar un mecanismo pacífico de resolución de conflictos jurídicos, donde la negociación, mediación y conciliación, conviven con otras formulas autocompositivas previstas en sectores diversos de los que el comercio electrónico no es ajeno.

No se trata de una simple re-ingeniería, “Re” significa intentar de nuevo. El reto que la re-ingeniería asumió explícitamente fue la reorganización de los procesos en las grandes compañías. Fue un ataque masivo a la burocratización, la complejidad, el crecimiento administrativo y erosión de la productividad que marcó a la mayoría de las empresas.

En el e-commerce no hay espacio para las palabras “Re”, porque no hay nada que volver a intentar. Todo es nuevo. Una compañía de e-process enfrenta la oportunidad de inventar un nuevo negocio seleccionando el valor y la fortaleza de la relación de sus procesos para definir las áreas de inversión. Después, la compañía de e-process aprovecha toda la ventaja de las oportunidades de las fuentes de procesos para establecer como metas activos con alto valor para el cliente y pasivos para la compañía a través del out -tasking[2] .

El resultado es una compañía eficiente en activos que invierte su capital con inteligencia en activos prioritarios y de identidad mientras que deja sus pasivos potenciales en manos de los mejores participantes en la red de valor. La Tabla No. 3 presenta una muestra completa de la matriz del e-process.

Tabla No. 3. Matriz de E- Process.

	Valor		Fuente Operacional		
	Activos	Pasivos	Incorporados	Out-tasking	In-sourcing
Identidad	Marketing Ventas Servicio		Permite que los clientes seleccionen entre las recomendaciones de ventas a través de la tienda web. Permite que los clientes generen pedidos a través de la tienda Web. Permite que los mismos clientes realicen transacciones estándar.	Mercado a través de alianzas con portales.	Mercado directo a través de medios de comunicación para crear conciencia y tráfico. Suministro de soporte de ventas a través de las operaciones de centros de llamadas. Gerencia de servicio al cliente.
Prioritario	Desarrollo de TIC. Desarrollo de producto/ servicio. Manejo de alianzas.	Procesamiento de pedidos. Cuentas por cobrar. Manejo de Inventario. Logística y cumplimiento de pedidos. Producción y manejo de materiales.		Pagos a intermediarios financieros. Transferencia de suministros. Transferencia a compañías de logística. Transferencia a proveedores.	Mantenimiento del control de la funcionalidad y las interfaces de negocios de la tienda web. Socio con cadena de valor para desarrollar y presentar nuevas ofertas. Se construye con base en el número y la complejidad de la red de valor. Pedidos consolidados a través de múltiples proveedores en bodegas.
De respaldo	RH: Recluta-miento.	Finanzas. RH: Salarios y prestaciones.		Socio con una compañía que ofrezca procesos de respaldo de RH a través de out-tasking.	Manejo de inversión para hacer seguimiento a la compañía y el desempeño de la alianza. Manejo interno del talento de todo el grupo.
Obligatorio	Operaciones de TIC. Informes legales. Mecanismos Auto-compositivos			Socio con un proveedor de servicio de aplicación. Contratar la mejor experiencia.	Manejo de inversiones en procesos internos.

Fuente: Keen y McDonald (2001).

De lo anterior se desprende que el poder del cliente más el invento del e-process plantea un reto formidable y una gran oportunidad. De cualquier manera, no es algo que una compañía pueda pasar por alto o manejar por defecto. Será necesario que la gerencia del negocio haga una evaluación de arriba hacia abajo del portafolio del e-process que se ha de construir y sostener, comenzando por los procesos de identidad.

La importancia de un e-process es un criterio subjetivo que se basa en el modelo de negocios, las exigencias del cliente y los requerimientos de recursos. La amplitud de los negocios y de los tipos de modelo de negocios destruye las antiguas reglas de lo que constituye un activo o un pasivo. Abandonar estas viejas reglas permite contar con formas innovadoras de negocios, tal como el e-commerce permite nuevas formas de colaboración y fuentes.

A lo anterior cabe indicar algunos principios guía:

• Cuando un proceso es rutinario, de respaldo u obligatorio, y es un pasivo para la compañía pero una prioridad para su cliente, debe incluirse en la interfaz de software y haga que agregue valor a la relación

• Si es un proceso que se debe realizar muy bien para beneficio del cliente, pero no se tiene la capacidad para realizarlo, conseguirlo por out-tasking es lo mejor para la compañía

• Buscar todas las formas como se puede conseguir. Por in-sourcing[3] procesos como activos prioritarios con los que no se cuenta al interior de la empresa.

Como afirman Keen y McDonald (2001), pasar del lado “e” del e-commerce centrado en la tecnología , al lado “c” centrado en los negocios implica considerar estos factores expuestos y entender cómo conseguir negocios repetitivos a través de vinculaciones. La nueva organización, según Chavero (2009), que quiere incorporar e-process ha de tener en cuentas una serie de aspectos fundamentales:

• El cliente es el centro de la actividad empresarial: los procesos y establecimientos de actividades y tareas se diseñarán con el cliente como epicentro, elemento antagónico a las organizaciones “taylorianas” en las que el centro de proceso era el producto o servicio.

• Se establecen estructuras sencillas para lograr flexibilidad; ésto se consigue a través de la reducción de niveles jerárquicos. De tal manera la estructura se aplana, eliminando mandos intermedios (lo llamado downsize o eufemísticamente right size). De este modo, la gestión se lleva a cabo por equipos, y la jerarquía vertical queda sustituida por la coordinación horizontal de los equipos.

• Los recursos humanos se convierten en el pilar absoluto de la empresa. Son la clave para marcar la diferencia. Se concibe la empresa como una organización que aprende.

• Los empleados pasan de ser "trabajadores por y para la producción de bienes y servicios" a ser "trabajadores por y para la producción de conocimiento". Se establecen mecanismos de información y de conocimiento que permitan a la organización crear una red interna de compartición y acceso a todas las fuentes de información posible. Asimismo, se integran los sistemas de información con los sistemas de inteligencia empresarial que permiten una alineación de la información que fluye en la compañía con la estrategia a seguir.

• La cuestión del control en la nueva organización es mucho más compleja que en la era de la organización industrial, donde la jerarquía vigilaba directamente el comportamiento y rendimiento de los trabajadores. De este modo, el rol de la Dirección trabaja otras cualidades y competencias de liderazgo basadas en la delegación, gestión de equipos, gestión de redes y contactos (ya sean propios o de la organización) y tolerancia al cambio y la incertidumbre.

• Como un sistema de naturaleza compleja, las fronteras de la organización son orgánicas, se modifican continuamente, según como evolucionan las redes en que está incluida la empresa. Esto provoca la necesidad de crear mecanismo de cooperación externa, de modo que la empresa red es una estructura social vinculada a un territorio, caracterizada por una alta densidad de interacciones sociales.

Mecanismos de resolución de Conflictos como un proceso necesario en materia de Organizaciones de E-Commerce

El ciberespacio conlleva múltiples ventajas, pero no por ello se encuentra exento de conflictos. Por tanto, el paso siguiente de todo gerente tras atender a la regulación material del comercio electrónico, consistirá en verificar los

cauces de tutela adecuados, judicial y extrajudicial (autocompositivos o heterocompositivos), en orden a resolver los conflictos de intereses derivados de la práctica de la referida modalidad comercial. Las soluciones judiciales para resolver los conflictos generados en Internet son insuficientes, cuestión que ha motivado la necesidad de alternativas más adecuadas.

Estos procedimientos extrajudiciales permiten confiar la resolución, tanto de pequeñas como de grandes controversias que enfrenten a prestadores y destinatarios de los servicios de la sociedad de la información, a una persona u órgano especializado, de manera rápida, económica, privada y flexible. Por ello se ha visto un impulso de estos mecanismos de solución extrajudicial de controversias en materia de comercio electrónico (Malabia, 2004).

De acuerdo a lo expuesto, el gerente debe estar consciente de incorporar en sus procesos, soluciones rápidas, económicas y más eficientes que la vía judicial. Por ello, en los mismos portales o sitios web de las organizaciones de e-commerce , debe ofrecerse al cliente estas alternativas de resolución de disputas (ARD en adelante), bien por vía tradicional o bien por vía distinta de resolución de disputas online (ARDO en adelante), como materialización de los sistemas alternativos de resolución de conflictos, configurándose como vías que permiten, a prestadores y destinatarios de servicios de estos sitios comerciales, someter su conflicto a un tercero, sin que puedan considerarse contrarias a la jurisdicción (Barona, 2002).

Los mecanismos ARD no pueden considerarse un fenómeno asociado al comercio electrónico, pero sí como el resultado de la globalización de la realidad socioeconómica de la segunda mitad del siglo XX, en cuya culminación se encuentran presentes las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) a modo de instrumento de impulso definitivo. Por su parte, las ARDO, si bien no pueden quedar limitadas a los conflictos derivados de la práctica del comercio electrónico, pues supondrían restringir los beneficios que pueden presentar para litigios surgidos en ámbitos distintos, lo cierto es que han encontrado su plena satisfacción, precisamente respecto de aquellos conflictos que, de igual manera, derivan del uso de medios electrónicos o informáticos (Sali, 2002).

Ante un conflicto, con independencia de su naturaleza o procedencia, diversas son las posibilidades de resolución extrajudicial que se presentan. Puede darse una solución por vía de autotutela o autodefensa, consistente en la

intención de imponer por la fuerza la voluntad o el interés propio, sin negociación, mediación o debate alguno. No interviene ningún tercero. Esta modalidad no es la más acertiva para adoptarla en una organización del siglo XXI.

Ahora bien, entre la autotutela y las formas heterocompositivas se encuentran múltiples fórmulas de resolución extrajudicial de conflictos englobadas bajo el concepto genérico de ARD y en su modalidad on line, en ARDO. Estas formulas, en las que ambas partes deciden sobre la resolución de su propia controversia, incluso con la intervención de un tercero, encuentran su fundamento en la autonomía de la voluntad sobre los intereses privados y, en consecuencia, dispositivos para las partes, cuyo respaldo constitucional se prevé en el caso de Venezuela en nuestra Constitución en su artículo 258 establece textualmente "La ley promoverá el arbitraje, la conciliación, la mediación y cualesquiera otros medios alternativos para la solución de conflictos" es decir, señala tres procesos diferentes.

Las Alternativas de Resolución de Disputas (ARD), la primera es la Negociación, configura especial interés en materia de comercio electrónico, a través del cual las partes en desacuerdo, prestadores y destinatarios de servicios de la sociedad de la información, se intercambian información sobre los respectivos motivos del conflicto que los enfrenta con la finalidad de ponerle término.

La Mediación, ofrece una solución consensuada donde las partes, prestadores y destinatarios, son aproximadas por un particular, que bien puede ser un gerente especialista en el tema que bien dentro o fuera de la organización, utiliza sus buenos oficios y que actúa como canal de comunicación para que se llegue a la solución del conflicto, con la ventaja de permitir preservar las relaciones entre las partes afectadas en la medida en que concurren como colaboradoras y no como adversarias.

Si bien sus resultados no llegan a ser satisfactorios en todos los casos, sí resulta útil el recurso a la mediación con carácter previo a la vía judicial o al arbitraje, de manera que, intentada aquella y fracasada la avenencia, se acuda a alguna de estas dos. (Carrascosa, Pozo y Rodríguez, 1999).

La Conciliación, mecanismos en el que prestadores y destinatarios o proveedores y clientes en conflicto son ayudados por una tercera persona,

neutral e independiente, llamado a encontrar un punto de entendimiento sin que comporte la existencia de un juicio o sentencia. Es un paso previo a las fórmulas heterocompositivas con la finalidad de obtener una resolución satisfactoria de los conflictos derivados de la práctica del comercio electrónico.

En el caso de Venezuela la ley[4] reconoce como medio de solución a la conciliación y los distintos pasos que se deben dar para acceder a esta figura, como lo establece el Capítulo III intitulado Mecanismos Alternos de Resolución de Conflictos y en su art. 114 se hace referencia específica a la Conciliación

Otras fórmulas heterocompositivas de resolución de conflictos, entendidas como aquellas en las que interviene un tercero imparcial, pero ya como autoridad para imponer su decisión a las partes en conflicto, incluyen tanto el arbitraje como la jurisdicción.

Con el auge del comercio electrónico, también han crecido los conflictos en dicho ámbito. Y ésto ha incidido en el surgimiento de estas figuras alternas de resolución de disputas incluso en línea como afirman autores como Dávara (2009), Femenia (2004), entre otros, cuando definen al arbitraje electrónico como aquel procedimiento extrajudicial en el que un tercero imparcial denominado arbitro on line o a través de un software se resuelve la controversia o controversias que surjan de cualquier acuerdo contractual o no contractual. Siendo lo anterior un paso hacia las nuevas formas de hacer negocios y resolver las controversias surgidas de los mismos.

Conclusiones

Se observó cómo están evolucionando las formas de organizaciòn empresarial, pasando de una estructura funcional, tradicional, a un enfoque basado en procesos que se dividen en procesos de dirección, gerenciados por la organización, procesos de agregación de valor, que transforman productos finales; y procesos de apoyo, que soportan los demás procesos en la organización.

Cada implementación de la gerencia basada en procesos es diferente, y el énfasis y los elementos por cubrir son específicos para cada aplicación y organización.

Los empleados pasan de ser “trabajadores por y para la producción de bienes y servicios” a ser “trabajadores por y para la producción de conocimiento”. Se

establecen mecanismos de información y de conocimiento que permitan a la organización crear una red interna de compartición y acceso a todas las fuentes de información posible. Asimismo, se integran los sistemas de información con los sistemas de inteligencia empresarial que permiten una alineación de la información que fluye en la compañía con la estrategia a seguir.

Pasar del lado "e" del e-commerce centrado en la tecnología, al lado "c" centrado en los negocios implica considerar estos factores expuestos y entender cómo conseguir negocios repetitvos a través de vinculaciones.

No se trata de una simple re-ingeniería, "Re" significa intentar de nuevo. El reto que la re-ingeniería asumió explícitamente fue la reorganización de los procesos en las grandes compañías. Fue un ataque masivo a la burocratización, la complejidad, el crecimiento administrativo y erosión de la productividad que marcó a la mayoría de las empresas. Pero en el e-commerce no hay espacio para las palabras "Re", porque no hay nada que volver a intentar. Todo es nuevo

También el gerente debe estar consciente en el desarrollo de la actividad organizacional el de incorporar en sus procesos, soluciones rápidas, económicas y más eficientes que la vía judicial. Por ello, en los mismos portales o sitios web de las organizaciones de e-commerce , debe ofrecerse al cliente estas alternativas de de resolución de disputas, bien por vía tradicional o bien alternativas de resolución de disputas online como materialización de los sistemas alternativos de resolución de conflictos, configurándose como vías que permiten, a prestadores y destinatarios de servicios de estos sitios comerciales, someter su conflicto a un tercero, sin que puedan considerarse contrarias a la jurisdicción.

Bibliografía

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2010). Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios. Gaceta Oficial Nº 39.358 del 1º de febrero de 2010.

Barona, S. (2002). Reflexiones en torno a la tutela procesal de los consumidores y usuarios. La política de protección de los mismos en la Unión Europea: líneas de presente y de futuro, Tutela de los consumidores y usuarios en la nueva ley de Enjuiciamiento Civil. Valencia, España: Coord. Barona. Tirant lo Blanch.

Carrascosa López, V. Pozo Arranz, M. A. Rodríguez de Castro, E. P.(1999). La contratación informática: el nuevo horizonte contractual. Los contratos electrónicos e informáticos. Granada, España: Comares.

Chavero, A. (2009). Organización en Red: Nuevos desafíos para la gerencia. Disponible en: http:// www.monografias.com (1º de Junio de 2009).

Da Silva, R. (2002). Teorías de la Administración. (1era Edición). Editorial Thonson.

Dávara, M. (2007). Manual de Derecho Informático. (Novena edición). Navarra, España: Editorial Aranzadi, SA.

Femenia, N. (2004). Los medios alternativos en el espacio cibernético. Resolución de Disputas en y por Internet. Disponible en http://www.aryme.com (7 de Octubre de 2009).

Gate, B. (1997). Camino al Futuro (2da edición). Bogotá, Colombia: Editorial Mc Graw Hill.

Hartmant, A. (2001). Net @Ready, Preparación para la Red. (1era edición). Bogotá, Colombia: MacGraw Hill.

ICONTEC Norma NTC – ISO 9000 versión 2000 Principios y vocabulario.

ICONTEC Norma NTC-ISO 9001 Versión 2000 Sistemas de Gestión de calidad: Requisitos.

Holst, R. y Savage, R. (2002). Herramientas y técnicas para implementar la administración basada en actividades. En S, Player y R, Lacerda (Ed) Gerencia basada en actividades. Trad. Gustavo Fonseca. Bogotá, Colombia: Editorial MacGraw Hill. pp. 3-20.

Jaramillo, J. (2002). Organizaciones orientadas a procesos sistémicos. Tesis No Publicada. Posgrado de Ciencias Sociales. Universidad Pontificia Bolivariana, Octubre Medellín, Colombia.

Keen, P. y McDonald, M. (2001). Diferénciese con E-PROCESS. Creación de valor para el cliente y riqueza para los negocios en la era de Internet. Trad. Germán Villamizar, Bogotá, Colombia: Editorial Osborne y McGraw Hill.

Milabia, S. (2004). Tutela judicial del comercio electrónico. Valencia, España: Tirant lo Blanch y Universitat de València.

Riascos, J. (2006) “De la Estructura por Funciones al Enfoque basado en Procesos y a la visión sistémica de la Organización”. Revista Ciencias Estratégicas, 14 No. 15, Enero -Junio, pp. 37-46. Medellín, Colombia.

Sali, R. (2002). Risolvi Online della Camera Arbitrale di Milano: il modelo e la procedura, M, di Pierani, y E, Ruggiero (Ed) I sistema alternativi di risoluzione delle controversia online, a cura. Milano, Italia: Cosa &Come. pp. 32-40.

Zambrano, L. (2000). Redes Empresariales- Digitales: Tecnoglobalización y Empresas en tiempos Modernos. ANALES de la Universidad Metropolitana, Serie de Ciencias Sociales y Gerencia No. 10, pp.135-142.Caracas, Venezuela.

Notas:

1. Avance del Programa de Estudios Postdoctorales Gerencia en las Organizaciones de la Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín, Vicerrectorado de Investigación y Postgrado, Decanato de Investigación y Postgrado. Resultado del Proyecto de Investigación CONDES No. CH-0251-10, intitulado: Riesgo de Consumo Electrónico: Alternativas de Solución.

2. Out.tasking es el término para usar las interfaces de aplicación de programas, con el fin de tener otra compañía cerca para la realización de una tarea, en su nombre. Esto extiende la interfaz de la relación y la operación desde el sitio Web hasta más allá de la compañía y agrega la estructura de los participantes a la red de valor.

3. In Sourcing es el uso consciente y planificado del recurso interno que poseen las organizaciones y el cual se cultiva e incrementa justamente en la captación de ese talento que el mercado ofrece y que gracias a una correcta labor de selección la empresa consigue contratar.

4. Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2010). Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios. Gaceta Oficial Nº 39.358 del 1º de febrero de 2010.

HERRAMIENTAS DE PARTICIPACIÓN EN EL MARCO JURÍDICO INSTITUCIONAL VENEZOLANO. CASO: CONSEJOS COMUNALES

Aurora Anzola Nieves

Doctora en Estudios del Desarrollo. Abogado. Docente e Investigadora del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Barquisimeto-Venezuela.
aanzola@ucla.edu.ve

RESUMEN

La investigación analiza el marco jurídico-institucional en el que se insertan las herramientas de participación en Venezuela previstas en la Constitución de 1999. Inicialmente se aborda a través del examen de los mecanismos empleados para la materialización de las herramientas de participación en Venezuela. Luego, se identifica el marco jurídico-institucional venezolano en el que se insertan las herramientas de participación de la sociedad civil, y finalmente, se analiza el rol de las herramientas de participación para el desarrollo de una sociedad civil venezolana democrática y participativa a través de experiencias concretas: los consejos comunales. El trabajo se enfocó dentro de una investigación cualitativa. Se consideraron los aspectos jurídico, político, histórico y social en cuanto a las herramientas de participación en el marco jurídico institucional venezolano actual, sus conceptos ideales y su correlato empírico. En atención a la naturaleza de la investigación, objetivos planteados y enfoque cualitativo, se sustentó en la construcción progresiva del conocimiento tal como surge en la realidad. El método que se empleó fue el hermenéutico. La muestra fue intencional o basada en criterios. El análisis cualitativo se llevó a cabo a partir de un marco teórico y de un conocimiento previo del contexto político, social y jurídico en el que se realizó este trabajo. Es a partir de estos supuestos que se interpretó la información que se recabó a través de documentos y entrevistas cualitativas.

Palabras clave: Estado, sociedad civil, participación, consejos comunales.

Recibido: 11/08/2011 - Corregido: 20/10/2011 - Aprobado: 25/11/2011

TOOLS FOR PARTICIPATION IN THE VENEZUELAN LEGAL AND INSTITUTIONAL FRAMEWORK. CASE: COMMUNAL COUNCILS

Aurora Anzola Nieves

Doctora en Estudios del Desarrollo. Abogado. Docente e Investigadora del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Barquisimeto-Venezuela.
aanzola@ucla.edu.ve

ABSTRACT

The research analyzes the legal and institutional framework in which tools are inserted involvement in Venezuela under the 1999 Constitution. Initially addressed through examination of the mechanisms used for the realization of participatory tools in Venezuela. Next, identify the legal and institutional framework in which Venezuelan tools are inserted civil society participation, and finally, discusses the role of participatory tools for the development of Venezuelan civil society and participatory democracy through concrete experiences: the communal councils. The work focused in qualitative research. We considered the legal, political, historical and social tools in terms of participation in the current Venezuelan legal and institutional framework, concepts and empirical correlate ideals. In view of the nature of the research objectives and qualitative approach was based on the progressive construction of knowledge as it emerges in reality. The method used was the hermeneutic. The sample was intentional or based on criteria. The qualitative analysis was conducted based on a theoretical framework and prior knowledge of the political, social and legal environment in which this work was done. It is from these assumptions to interpret the information was collected through documents and qualitative interviews.

Key words: State, civil society, participation, community councils.

FERRAMENTAS PARA A PARTICIPAÇÃO NO QUADRO LEGAL E INSTITUCIONAL DA VENEZUELA. CASE: CONSELHOS COMUNAIS

Aurora Anzola Nieves

Doctora en Estudios del Desarrollo. Abogado. Docente e Investigadora del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Barquisimeto-Venezuela.
aanzola@ucla.edu.ve

RESUMO

A produção de biocombustíveis através da biomassa se apresenta como uma fonte A pesquisa analisa o quadro legal e institucional em que as ferramentas são inseridos envolvimento na Venezuela sob a Constituição de 1999. Inicialmente dirigida por meio do exame dos mecanismos utilizados para a realização de ferramentas participativas na Venezuela. Em seguida, identificar o quadro jurídico e institucional em que ferramentas de venezuelanos estão inseridos a participação da sociedade civil, e, finalmente, discute o papel das ferramentas participativas para o desenvolvimento da sociedade civil venezuelana e democracia participativa através experiências concretas: os conselhos comunais. O trabalho se concentrou na pesquisa qualitativa. Foram considerados os instrumentos legais, políticos, históricos e sociais em termos de participação no quadro atual da Venezuela legais e institucionais, conceitos e empíricos correlacionar ideais. Tendo em vista a natureza dos objetivos da pesquisa e abordagem qualitativa foi baseada na construção progressiva do conhecimento que se manifesta na realidade. O método utilizado foi a hermenêutica. A amostra foi intencional ou com base em critérios. A análise qualitativa foi realizada com base em um arcabouço teórico e conhecimento prévio do ambiente político, social e jurídico em que este trabalho foi feito. É a partir destes pressupostos para interpretar a informação foi recolhida através de documentos e entrevistas qualitativas.

Palavras chave: Estado, sociedade civil, conselhos de participação, comunidade.

Introducción

En la relación Estado – sociedad están presentes factores donde se integran una variada gama de elementos: el sistema de gobierno consolidado formalmente, la concepción de Estado que esté consagrada, el Poder Público – su organización y funcionamiento –, así como el reconocimiento de derechos, de garantías y de obligaciones a los ciudadanos, en el campo individual y social; y la obligación del Estado de cumplir con actividades tendientes al logro de sus fines (Anzola Nieves, 2004).

En cuanto a la democracia como sistema de gobierno, señala Cansino (2003, p.3) que "hablar hoy de democracia es hablar de la moderna cuestión social, es decir de individuos cuya acción libre y contingente, más o menos asociada, define cotidianamente los contenidos simbólicos de lo político". Por lo que considera dicho autor que, "…la democracia nunca esté cumplida,…la democracia como el Estado de Derecho que le da cobijo siempre está insatisfecha, sometida al vértigo de un "desarrollo" jamás cumplido en modo absoluto. Pero eso no significa que la democracia sea sólo conquista, sino que también es supuesto de más y mejor democracia" (2003, p.3).

Es así que cualquier sociedad democrática requiere hoy por hoy, un conjunto de leyes e instituciones donde se procure y se establezca la participación, la vigilancia y la corresponsabilidad de la ciudadanía, en lo individual o en lo colectivo. La sociedad debe contar con opciones y herramientas reales de intervención en el alivio de situaciones y problemas concretos que se presenten; todo ello en el marco de un sistema de gobierno democrático participativo.

En este sentido, formalmente en Venezuela, desde su Ley fundamental – Constitución venezolana de 1999 (CRBV, 1999) – hasta leyes de reciente aprobación, como la Ley de los Consejos Comunales aprobada en el 2006, modificada en 2009 en donde se le da rango de Ley Orgánica; se garantizan, formalmente, el desarrollo de la sociedad venezolana como una sociedad democrática participativa. Ello a través de instituciones y herramientas de participación.

El constituyentista en 1999, en la Exposición de Motivos de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV, 1999), en el Título I, relativo a los Principios fundamentales, en relación al rol que debe asumir la ciudadanía,

expresa claramente, que "las personas y los grupos sociales han de empeñarse en la realización y ejercicio de sus derechos y en el cumplimiento de sus deberes, mientras que el Estado es un instrumento para la satisfacción de tales fines" (2000, p.1).

En atención a lo anterior, surgen interrogantes en cuanto a la consagración formal de herramientas que permitan la concreción de la participación, ya sea en la Constitución o en leyes especiales venezolanas, entre esas interrogantes se tienen: ¿cómo contemplan las actuales normas jurídicas vigentes en Venezuela a la participación y las herramientas previstas jurídicamente?, ¿cómo se articulan desde lo formal las herramientas de participación con las instituciones formales institucionalizadas? Todas estas interrogantes fundamentaron y dieron razón de ser al trabajo de investigación, y fueron abordadas como objeto de estudio.

Se tiene como punto de partida una visión general del marco jurídico-institucional en el que se insertan las herramientas de participación, para luego ir a la especificidad de las leyes que les contemplan.

Las herramientas de participación

En Venezuela están sentadas las bases jurídico-formales y con rango constitucional para que la sociedad civil venezolana se desarrolle y se consolide como ciudadanía organizada, con autonomía política frente al Estado venezolano, asuma sus derechos y también sus responsabilidades en el ejercicio de la participación, en todas y cada una de las instancias previstas formalmente.

La Asamblea Nacional a través de la Comisión Permanente de Participación Ciudadana, Descentralización y Desarrollo Regional, define la participación ciudadana como

> … un proceso gradual, mediante el cual se integra el ciudadano en forma individual o en forma colectiva, en la toma de decisiones, la fiscalización control, y ejecución de las acciones en los asuntos públicos y privados que afecta en lo político, económico, social y ambiental, para permitirle su pleno desarrollo como ser humano y el de la comunidad en que se desenvuelve. (Asamblea Nacional, 2006)

La participación en Venezuela, en la actualidad, va más allá del voto para elegir a los diferentes funcionarios que optan a cargos de elección popular.

Ciertamente, la participación comprende la posibilidad de elección, pero también el diálogo abierto, un alto y activo compromiso ciudadano y una voz en las decisiones que les afectan (Stiglitz, 1999).

En Venezuela se prevé con rango constitucional la posibilidad de que la sociedad civil participe y alcance el desarrollo bajo un paradigma específico: el desarrollo humano. Pero si bien existe la posibilidad desde lo jurídico-formal de que se alcance el desarrollo humano, se debe tener claro que la sola consagración de medios, herramientas, mecanismos para la participación de la sociedad civil venezolana, no garantiza per se, que se pueda alcanzar dicho desarrollo humano. En este sentido señala Iranzo,

> Cada sociedad detenta unas condiciones sociohistóricas y sociopolíticas que son el reflejo de su nivel de desarrollo, en las que la cultura y la tradición local juegan un papel preponderante y que se manifiestan con distintas características dependiendo de las condiciones socioeconómicas de cada estrato poblacional, que pueden ser identificadas como capacidades. (2006, p.13).

Por lo que se deben considerar las particularidades de cada sociedad, su cultura política, su identificación y la apropiación de la participación y de todo lo que ella conlleva: derechos, pero también obligaciones y de cargas que le son propias, por cuanto en la actualidad se ha redimensionado la relación entre la sociedad y el Estado, en donde la corresponsabilidad juega un papel fundamental, tal como se prevé en Venezuela.

La Constitución venezolana vigente (CRBV, 1999) favorece la emergencia de una sociedad civil abierta, activa y bien informada que discuta libremente las causas y consecuencias de la problemática social, política, ambiental, entre otras, a través de la participación y cooperación en la formulación e instrumentación de las políticas públicas – todo ello en articulación con la democracia protagónica y participativa que el actual sistema de gobierno se tiene previsto en Venezuela – y que tiene una importancia intrínseca al ofrecer un sistema que defiende derechos de alto valor para los ciudadanos, tal como afirma Sen (1999) sobre este aspecto.

Paralelamente a esta previsión constitucional se debe considerar el contexto en el que se encuentra la sociedad venezolana – en lo político, económico, social y jurídico – y el arraigo o no de la participación y de su actuación

corresponsable en las actividades que le son asignadas para que pueda alcanzar un desarrollo humano.

Marco jurídico e institucional general en el que se insertan los consejos comunales.

A continuación se presenta una aproximación al marco jurídico-institucional en el que se insertan los consejos comunales en atención a las diferentes normativas que guardan relación con la materia y se da respuesta a interrogantes que se refieren a la inserción y articulación de los consejos comunales en las instituciones existentes y que propician la participación desde los formal y lo empírico, así como su adecuación a las normativas vigentes.

Para contextualizar tanto jurídica como institucionalmente a los consejos comunales, se debe partir de lo consagrado en la vigente Constitución promulgada a través de un proceso constituyente inédito para los venezolanos en 1999, por lo que es necesario tomar en consideración el concepto de Estado que formalmente ésta consagra. Así mismo, la Constitución actual establece en sus principios el desarrollo de la democracia participativa, y tal como lo señala Lanz (2005) hay un cambio radical de los principios, por cuanto se pasa de principios de representatividad (intermediarios y gestores de las políticas y acciones), a principios de participación ciudadana, de corresponsabilidad, de concurrencia y de cooperación.

Establece de esta forma, la actual Constitución venezolana, una nueva concepción social, política, económica y jurídica en el país; y para el caso de la sociedad venezolana, establece, en los términos del constitucionalismo social contemporáneo, una posibilidad para la consolidación de un Estado social de Derecho y de justicia, el cual garantice las conquistas de los derechos sociales fundamentales – entre estos derechos sociales fundamentales están: la alimentación, la educación, la salud, el trabajo y la seguridad social – y en el que se reconozca y garantice una mayor participación del ciudadano (tanto en lo individual como en lo colectivo) en los asuntos públicos.

Para ello la sociedad civil debe asumir su cuota de responsabilidad – es decir, su corresponsabilidad -, la cual necesariamente debe compartir con el Estado. Y en este sentido, juega un papel fundamental, a nuestro modo de ver, la apropiación y ejercicio por parte de la sociedad civil, de los derechos y

obligaciones que le han sido otorgados, así como el reclamo de nuevos derechos y el reconocimiento de los mismos, no sólo formalmente sino de hecho.

En cuanto a las diferentes instancias de participación, en Venezuela están los consejos comunales, pero ¿qué son los consejos comunales? Los consejos comunales, en los términos que establece la Ley…

> …son instancias de participación, articulación e integración entre las diversas organizaciones comunitarias, grupos sociales y los ciudadanos y ciudadanas, que permiten al pueblo organizado ejercer directamente la gestión de las políticas públicas y proyectos orientados a responder a las necesidades y aspiraciones de las comunidades en la construcción de una sociedad de equidad y justicia social (Ley de los consejos comunales, 2006, Artículo 2).

Es así que por mandato legal se impulsan los consejos comunales a través de su ley especial que les rige, tienen una plataforma legal y no constitucional, son una nueva instancia de participación ciudadana a través de la cual se puede materializar la participación como herramienta para la construcción de ciudadanía, de manera que se pueda alcanzar un verdadero desarrollo humano. Esto con base a lo formalmente establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV, 1999) en concordancia con otras leyes vigentes, como por ejemplo la Ley de los consejos comunales (2006).

La Ley de los consejos comunales (LCC, 2006) tiene como objeto la creación, el desarrollo y la regulación de los consejos comunales, y lo relativo a la relación de estas instancias con el Estado, en cuanto a las políticas públicas (su formulación, su ejecución, su control y su evaluación). Su Capítulo I prevé definiciones a los efectos de la ley, así como los deberes propios de quienes conforman los consejos comunales.

Todo lo concerniente a la integración y organización del consejo comunal, las atribuciones de la asamblea de ciudadanos y ciudadanas, la forma en que estará integrado el consejo comunal, las atribuciones de los órganos que le conforman y las diferentes Unidades, están en el Capítulo II.

Por su parte, el Capítulo III, trata sobre la constitución del consejo comunal: la elección, duración y carácter del ejercicio de las y los integrantes del consejo comunal. Así mismo está en este Capítulo lo inherente al equipo promotor

provisional (el procedimiento que debe seguir, la naturaleza que tiene, las actividades que le son propias). También prevé a la Comisión Electoral, a la Asamblea Constituyente Comunitaria; y lo referente al registro de los consejos comunales.

El funcionamiento del consejo comunal: Funciones del Órgano Ejecutivo, las funciones de la Unidad de Gestión Financiera, a las funciones de la Unidad de Contraloría Social; así como a la articulación de los diferentes órganos del consejo comunal; están contemplados en el Capítulo IV. La gestión y administración de los recursos del consejo comunal, la forma en que son recibidos, su manejo y la responsabilidad en su administración, están desarrollados en el Capítulo V de la ley.

El Capítulo VI trata sobre el Fondo Nacional de los consejos comunales. El Capítulo VII contiene lo que respecta a la Comisión Presidencial del Poder Popular, la Comisión Regional Presidencial del Poder Popular, la Comisión Local Presidencial del Poder Popular y la Comisión Especial de la Asamblea Nacional. Finalmente el Capítulo VIII consagra la Disposición Transitoria; y el Capitulo IX la Disposición Derogatoria.

Ahora bien, más allá de las particularidades que establece la ley, llama especial atención, la creación de una instancia centralizada y con dependencia directa de la Presidencia de la República, como lo es la Comisión Presidencial que está prevista en el Capítulo VII, artículo 30 de la Ley de los consejos comunales y que, un año después, fue creada por el Presidente. Por cuanto replantea la ubicación de la instancia institucional con la cual el consejo comunal va a tener contacto; pues antes era una instancia local y ahora lo es nacional.

Antes de la aprobación de la Ley de los consejos comunales, éstos tenían relación – en el nivel municipal – con los Consejos Locales de Planificación Pública (CLPP). En la actualidad, los consejos comunales pasan a relacionarse directamente con el poder nacional a través de la Comisión Presidencial, la cual centraliza el funcionamiento de los consejos comunales pues controla su registro y los recursos provenientes del Fondo Nacional de los Consejos Comunales (FNCC), del Fondo Intergubernamental para la Descentralización (FIDES) y Ley de Asignaciones Económicas Especiales (LAEE). La Comisión Presidencial realiza una actividad contralora a través de la Comisión Estadal y la Comisión Local al otorgarles o no la personalidad jurídica a los consejos comunales en los términos que le consagra la propia ley

especial que les rige.

La Comisión Presidencial fue creada por el Presidente de la República a través del Decreto No. 5.139 publicado en la Gaceta Oficial No. 38.606, de fecha 17 de enero de 2007, en donde se crea el Consejo Presidencial para el Poder Comunal, casi un año después de la aprobación de la Ley especial.

En el decreto se precisa que el Consejo Presidencial tendrá que definir las políticas de articulación entre las instancias representativas y participativas así como establecer los principios para la administración de los recursos del Estado por parte del pueblo y el ejercicio directo y protagónico de la democracia. Este Decreto fue reformado parcialmente por el Decreto 5.191, de ese mismo año.

Las responsabilidades y atribuciones de los miembros del referido Consejo serán establecidas por el Vicepresidente de la República, el cual también lo presidirá. El Consejo estará integrado por los Ministros del Poder Popular para la Participación y el Desarrollo Social, para la Cultura, para el Ambiente, para la Economía Popular, para las Industrias Ligeras y el Comercio, y para los Pueblos Indígenas (Decreto 5.139).

También formarán parte de ese Consejo la presidenta del Fondo de Desarrollo Microfinaciero, el comandante de la Reserva Nacional y el director del Gabinete del Ministerio de Poder Popular para la Cultura, así como un representante del Comité de Tierra Urbana y un dirigente comunal (Decreto 5.139). La selección de estos dos últimos representantes la realizó el Presidente de la República y se desconocen los criterios que privaron para la selección de quienes fueron designados.

¿Cómo contemplan las actuales normas jurídicas vigentes en Venezuela a los consejos comunales? Los consejos comunales tienen su génesis en normativas de rango legal y no en la Constitución venezolana vigente (CRBV, 1999) como sucede con los Consejos Locales de Planificación Pública (CLPP).

El consejo comunal es un órgano legal que actúa en un territorio determinado y con una población definida. En principio, los consejos comunales guardaban una estrecha vinculación con los Consejos Locales de Planificación Pública (CLPP) en sus actividades pues su primer punto de contacto era a nivel municipal.

La vinculación cambia con la aprobación de la actual Ley de los consejos comunales (2006). Situación en la que también la recientemente aprobada Ley Orgánica de Poder Público Municipal (2006) contribuye a la desarticulación de los consejos comunales de la estructura en la que anteriormente se insertaban, es decir, al nivel local o municipal. El punto de encuentro de los consejos comunales era a través de los Consejos Locales de Planificación Pública, quienes eran sus promotores y animadores, tal como lo preveía la Ley de los Consejos Locales de Planificación Pública, en su artículo 8, al establecer que:

> El Consejo Local de Planificación Pública promoverá la red de Consejos Parroquiales y Comunales en cada uno de los espacios de la sociedad civil que, en general, respondan a la naturaleza propia del municipio cuya función será convertirse en el centro principal de la participación y protagonismo del pueblo en la formulación, ejecución, control y evaluación de las políticas públicas, así como viabilizar ideas y propuestas para que la comunidad organizada las presente ante el CLPP. Una vez aprobadas sus propuestas y convertidas en proyectos, los miembros de los consejos parroquiales y comunales podrán realizar el seguimiento, control y evaluación respectivo. Los miembros de los consejos parroquiales y comunales tendrán carácter ad-honorem.

Esta situación se modifica, de acuerdo a lo que prevé el Capitulo IX de la Disposición Derogatoria Única de la Ley de los consejos comunales (2006), al establecer que "queda derogado el artículo 8 de la Ley de los Consejos Locales de Planificación Pública y todas las disposiciones que contradigan lo previsto en esta Ley".

De lo formal a lo real: la conformación de los primeros consejos comunales ¿verdadera participación de la sociedad civil?

En Venezuela existe una batería de cuerpos normativos que van desde la propia Constitución (CRBV, 1999) hasta Leyes Orgánicas y Especiales que consagran la participación: las diferentes herramientas, las etapas en que puede concretarse, sus alcances, entre otros aspectos mencionados, en este punto se van a contrastar esas previsiones formalmente establecidas en los cuerpos normativos venezolanos vigentes – a la sociedad civil venezolana – en atención a la participación frente a las realidades emergentes. Se considera la experiencia en el estado Lara, desde una apreciación empírica de la

experiencia en el municipio Iribarren respecto a la conformación de los primeros consejos comunales en dicho municipio.

Es así que la Exposición de Motivos de la Constitución actual (EMCRBV, 1999), Título I, trata lo referente a los Principios Fundamentales, y deja por sentado el rol que debe asumir la ciudadanía – de forma individual o colectivamente – en cuanto que "…las personas y los grupos sociales han de empeñarse en la realización y ejercicio de sus derechos y en el cumplimiento de sus deberes, mientras que el Estado es un instrumento para la satisfacción de tales fines" (EMCRBV, 1999).

La Constitución venezolana actual (1999) consagra deberes, derechos, mecanismos y herramientas de participación colectiva, pero se debe tener claro que éstos no se agotan en los formalmente establecidos ni en los que antes se mencionan, tal como se interpreta de los documentos analizados.

En cuanto a las experiencias que guardan relación con los mecanismos a través de los cuales se impulsó la materialización de los consejos comunales en el municipio Iribarren del estado Lara, se tiene que aún cuando existen normativas que fijan las pautas para la conformación de los consejos comunales, los primeros que se constituyeron lo hicieron sin cumplir los requerimientos previstos en la Ley de los consejos comunales aún cuando ya estaba vigente al momento de la juramentación en el Segundo Gabinete Móvil, realizado en Barquisimeto en Abril/2006. Ello con base a la recolección de información que se realizó en sectores de dicho municipio y experiencias de consejos comunales conformados en el 2006. Se consideró también la información que se recabó ante la instancia institucional involucrada en la concreción de los consejos comunales, FUNDACOMÚN-Lara, en el caso de la entidad larense.

Cabe resaltar que el registro ante la Comisión Local Presidencial del Poder Popular se dio tardíamente – en el 2007, es decir un año después de Promulgada la Ley de los consejos comunales – que es cuando se crea dicha Comisión Presidencial.

Esta experiencia presenta una realidad jurídica disímil a la formalmente consagrada en la normativa vigente, la cual obedeció a la dinámica y a los cambios en los mecanismos que se emplearon para la materialización de los consejos comunales creados y registrados, en atención a situaciones y

realidades político-electorales reinantes en ese momento.

La experiencia: Segundo Gabinete móvil en Barquisimeto en abril/2006.

Los primeros consejos comunales que se crearon y entraron en funcionamiento durante el año 2006 en el municipio Iribarren del estado Lara, a escasos días de la aprobación de la Ley especial que les rige, fueron juramentados en el Segundo Gabinete Móvil realizado en la ciudad de Barquisimeto, el 23 de abril de 2006 y dirigido por el Presidente de la República en la ciudad de Barquisimeto (Aló Presidente, 2006).

A estos consejos comunales se les brindó asesoría y asistencia para su constitución en todas las áreas establecidas en la Ley. La actividad de FUNDACOMÚN-Lara fue decisiva para la juramentación de estos primeros consejos comunales, en dicho Gabinete Móvil, pues

> …para que la gente no fuera a SUNACOOP (Superintendencia Nacional de Cooperativas), nosotros [FUNDACOMÚN] le solicitamos a la gente la reserva del nombre de la cooperativa o Banco comunal, contratamos a unos abogados para que le hicieran un acta constitutiva, porque la gente es la que tiene que ir (hasta los abogados para que les redacten las actas). Nosotros hacíamos el enlace con BANFOANDES, todo eso para el 2006. Ahora le decimos a la gente lo que tiene qué hacer… (Entrevista F1, 2007)

Todas estas actividades se realizaron con una semana de antelación, sirviendo de puente FUNDACOMÚN-Lara. Es así que se les brindó asesoría jurídica para la redacción de las actas constitutivas del consejo comunal, se les asignó un código para el registro ante SUNACOOP del Banco Comunal (el cual tiene una naturaleza de cooperativa para ese momento) y se realizaron las gestiones propias, con el envío previo a BANFOANDES de los recaudos para la tramitación de los recursos, así como gestiones ante SENIAT para la asignación del respectivo RIF (Registro de Información Fiscal). Es decir, se les dieron todas “las herramientas” para su materialización a estos primeros consejos comunales. (Entrevista F1, 2007).

A los consejos comunales que les faltaron gestiones por realizar, se les habilitó en el Domo Bolivariano de Barquisimeto – un día antes del Segundo Gabinete Móvil – de acuerdo a lo que expresa Aranguren, diferentes “instancias que estaban comprometidas con la materialización de los consejos comunales”

(2006: 2), como por ejemplo, "la Notaria Pública, el SENIAT y BANFOANDES, para dar los toques finales a aquellos consejos comunales que iban a constituirse y les faltaba algún requisito para ello" (Aranguren, 2006, pp. 2-3).

Estas actividades se hicieron 24 horas antes de la realización del Segundo Gabinete Móvil, "…todos los pasos los hacían directamente ellos (los miembros de los consejos comunales), estuvieron hasta las 4:00 a. m., fue una jornada fuerte" (Entrevista F1, 2007).

Aranguren (2006) corrobora lo antes expresado por funcionarios de FUNDACOMÚN-Lara a través de su experiencia del registro del consejo comunal del cual forma parte y es la Secretaria, no ahonda en detalles, pero deja claro que en un día realizaron todo lo pertinente al registro del consejo comunal y su inmediata juramentación en acto transmitido por el programa dominical del Presidente, al respecto expresa que

> …la juramentación se efectuó en un Gabinete Móvil el 23 de abril de 2006, donde estaban presentes todos los organismos pertinentes: Notaria Segunda, SENIAT y entidad Bancaria BANFOANDES; y juramentado por el Presidente de la República (Aranguren, 2006, p.3).

Articulación de la experiencia con la Normativa legal vigente.

¿Cómo se articulan estos nuevos consejos comunales con la normativa vigente? Aún cuando la Ley de los consejos comunales estaba aprobada para el momento de la realización de este Segundo Gabinete Móvil en Barquisimeto en abril/2006, no se cumplieron los requerimientos que la misma Ley prevé para su conformación. Situación que trae consigo cuestionamientos, por cuanto se desnaturalizó la esencia misma de los consejos comunales: la participación protagónica de quienes los integran, ello es lo que se interpreta de las entrevistas y de los documentos analizados.

Aunque en lo que se refiere a los consejos comunales y de acuerdo a las informaciones suministradas por los/as funcionarios/as entrevistados "…se ha solventado progresivamente por cuanto en la actualidad queda un porcentaje mínimo de estos primeros consejos comunales que no han realizado las actividades propias para su constitución" (Entrevista F1, 2007).

Dicha regularización se dio un año después de constituidos los primeros consejos comunales y es forzosa, pues "…no se le han otorgado más recursos en el 2007, hasta tanto no cumplan con los requisitos para su regularización."

(Entrevista F2, 2007) ¿A qué obedece el cambio? ¿Por qué en el 2006 se le asignaron recursos y en los meses siguientes les exigen cumplir con los requisitos establecidos y que estaban vigentes al momento de juramentarse en el Segundo Gabinete Móvil? Situación paradójica, pero que lamentablemente respondió a la realidad política-electoral que existía al momento de la constitución de los mismos, es lo que se interpreta de estas situaciones analizadas.

En esta experiencia tampoco se logró información sobre los criterios que privaron a la hora de conformar los consejos comunales de unos u otros sectores del municipio Iribarren del estado Lara. Si en general, ninguno de los consejos comunales que se juramentaron en ese Gabinete Móvil cumplió con las actividades de promoción propias para su creación, por ejemplo. Entonces, ¿por qué hay zonas o sectores con un mayor número de consejos comunales que otras en el caso de Iribarren? ¿Se les facilitó a todas las parroquias que conforman los diferentes municipios de Lara la misma asesoría? Al respecto, tampoco se obtuvo respuesta de las instancias involucradas. Se interpreta de las entrevistas y de los documentos revisados que hay relación entre la selección de los consejos comunales con el momento histórico y político-electoral en que se juramentan y se les asignan recursos en el Segundo Gabinete Móvil.

Análisis de las experiencias de participación de la sociedad civil de los consejos comunales en el municipio Iribarren estado Lara

El municipio Iribarren concentra el mayor porcentaje de la población del estado Lara. Está ubicado en la región Centroccidental del país y es una zona que posee una ubicación estratégica por estar prácticamente en el centro de Venezuela.

Las principales actividades que se desarrollan son comerciales con un sector terciario fortalecido y con una voluntad de organización de reconocimiento mundial a través del Cooperativismo. Así mismo posee parroquias muy cercanas a la capital del estado (Barquisimeto) con actividades de producción primaria y turística. Este marco de referencia indica que se está frente a un municipio de gran importancia para el estado y para el país.

El proceso de conformación de los consejos comunales en el municipio Iribarren se inició en el 2006, tal como se señaló en los puntos anteriores. Por

mandato presidencial se dio un gran impulso a la conformación de los mismos y de acuerdo a información recogida en prensa (El Impulso, 2006), por estar en un año electoral (reelección presidencial) la mayoría de los Consejos Comunales fueron designados a dedo por los dirigentes del oficialismo y de un sector específico.

Como consecuencia de esta situación, la mayoría de los consejos comunales que se conformaron en Iribarren al inicio del proceso, lo hicieron en un ambiente de desaciertos, ya que desde el registro hasta la asignación de recursos y ejecución de obras no cumplieron con todas las formalidades que la novísima Ley establece.

Ante una imposición legal, los consejos comunales tienen que ser registrados ante la Comisión Presidencial de la Participación Popular. De acuerdo a la mayoría de los voceros entrevistados no existe celeridad para el registro y mucho menos para poder obtener los recursos a fin de realizar las obras. Indican que en el municipio, algunos integrantes de los consejos han decidido disolver éstos, para constituir otros, porque justamente están plagados de irregularidades en la elección de los integrantes, manejo de los recursos y vinculación con las comunidades, así como la ejecución de obras. Afirman que algunas de estas obras, se encuentran inconclusas o son de mala calidad, y se destacan dirigentes elegidos írritamente que han venido manejando los dineros a discrecionalidad.

En entrevista realizada en Enero del 2007, a una funcionaria de FUNDACOMÚN, encargada del proceso de conformación de los consejos comunales en el municipio Iribarren, se realiza el señalamiento siguiente:

> …el proceso de evaluación de los proyectos está incipiente, ya que nos ha costado la articulación de los consejos comunales con otras instancias, tal como por ejemplo, los Consejos Locales de Planificación Pública (CLPP) (Entrevista F1, 2007, p.4).

Considera la entrevistada que “se ha hecho difícil todo el engranaje con el sistema de planificación, lo cual requiere de un mayor fortalecimiento, que la gente lo entienda como parte del poder popular” (Entrevista F1, 2007, p. 4). Y precisa que el poder comunal “es un poder autónomo pero tiene que tener relación con el poder público, porque si no es anarquía”. (Entrevista F1, 2007, p.4).

Los principales proyectos presentados por parte de los consejos comunales al inicio del proceso de asignación de recursos, de acuerdo a la entrevistada (Entrevista F1, 2007) están asociados al área de infraestructura, "en el Gabinete Móvil realizado en el 2006, dirigido por el Presidente de la República, resalta el hecho de que el mayor porcentaje de los proyectos presentados (97%) fueron de infraestructura" (2007, p. 4) (Anexo 1).

Esta situación, según la entrevistada (Entrevista F1), llama la atención,

> …pues se esperaba y ese es el camino, la vía que aspiran tomen los nuevos proyectos, que la gente se oriente hacia la formulación de mayores proyectos sociales y/o proyectos socioproductivos en función del desarrollo endógeno y del fortalecimiento de la economía local. (2007, p.p. 4-5)

A juicio de la entrevistada (Entrevista F1),

> …no lo han podido hacer porque están en proceso de aprendizaje. El mayor porcentaje dentro de los proyectos de infraestructura, que se han presentado son de vivienda, lo cual indica la alta deuda habitacional que tiene el Estado venezolano con la región y el país en general (2007, p. 5).

El año 2007 de acuerdo a la Entrevista F1, es el "año de la profundización del poder popular, puesto que se apuesta a la superación de los obstáculos, avances administrativos, reformas en el marco legal, entre otros". (Entrevista F1, 2007, p.5). La capacitación de los ciudadanos es una meta de gran importancia para el avance y profundización de los Consejos Comunales del estado Lara, es lo que se interpreta de las entrevistas analizadas.

Por su parte, distintas instituciones del estado Lara participan en la capacitación tanto de funcionarios de organismos públicos, así como de las y los voceros y organizaciones comunales, en general. Y en el caso de Iribarren está junto a FUNDACOMÚN-Lara, la Alcaldía del municipio Iribarren (a través de Talleres de presupuesto participativo que brinda, del cual hasta la fecha se han dado dos fases del mismo), FUDECO, entre otros.

Todo ésto indica que este proyecto participativo se asume, a pesar de sus tropiezos, como bandera de desarrollo para promover la autogestión y el empoderamiento de los ciudadanos en los asuntos públicos. Los distintos

sectores del municipio Iribarren se han incorporado en la constitución de sus Consejos Comunales, de manera que la propia sociedad civil se ha apropiado – en este corto lapso de tiempo – de esta instancia, al activar, exigir y reclamar de la Administración su cuota de participación.

El camino no es igual de expedito, al que transitaron los primeros Consejos Comunales – antes de abril/2006 – pero hay la concientización de los ciudadanos organizados y el empoderamiento de éstos respecto a la participación, que se traduce en la conformación de nuevos Consejos Comunales.

En este sentido, consideran González y Valera como miembros de Consejos Comunales de Iribarren, que estas nuevas instancias de participación traen aspectos positivos y negativos. González opina que "…la nueva concepción que se le quiere implementar a los Consejos Comunales de ser garantes de los trabajos en las comunidades, pueden traer consecuencias tanto positivas como negativas…" (2006, p.2).

Para Valera (2006) las consecuencias positivas están asociadas a la agilización de los trámites, pues ahora se tendrá contacto directo con el poder nacional y se trabajará mancomunadamente en las comunidades para solucionar las "necesidades más urgentes". En cuanto a los aspectos negativos, considera

> …es que la nueva concepción establece que los consejos comunales serán las autoridades locales de cada sector, ésto puede traer las divergencias en cuestiones políticas, pues dependerá de los propios vecinos quienes soliciten los trabajos, y quizás el vecino que no sea de la tendencia gubernamental, los propios vecinos lo aíslen. Del mismo modo, los consejos comunales manejarán grandes cantidades de dinero y esto puede prestarse a situaciones de malversaciones de fondos, así como la realización de trabajos con tráfico de influencias. (Valera, 2006, pp. 2-3).

En otro contexto, es importante señalar la creación por parte de la Alcaldía de Iribarren de la Sala del Poder Comunal equipada con profesionales de distintos campos para la asesoría técnica, así como con recursos físicos y financieros importantes. Es allí donde se intenta organizar, capacitar, asesorar, motivar y guiar a las distintas comunidades que quieran ejercer el derecho que tienen de

participar en la conformación de proyectos de desarrollo y en el manejo del presupuesto local.

La información que maneja la Alcaldía del municipio Iribarren puede diferir de la información que tiene FUNDACOMÚN-Lara, pues las fuentes de ambas instancias institucionales son diferentes. Esto indica un problema en cuanto a la coordinación, la cual no existe en el caso de Iribarren. Esto trae graves costos a la Administración Pública pues se duplican esfuerzos y recursos. Está presente en Venezuela el problema de la falta de articulación de las diferentes instancias de la Administración Pública, por cuanto se está dando una duplicidad de funciones, respecto a este caso de recolección de data, por ejemplo. Esta es otra situación más a superar a través de la coordinación y la cooperación entre las diferentes instancias estatales, estadales y municipales.

Reflexiones Finales

Los consejos comunales tienen un ámbito de acción territorial y poblacional determinados y su aparición no excluye otras formas de organizaciones comunales, vecinales o como se les denomine, por el contrario, se les debe ver como instancias de participación a través de las cuales se pueden construir y articular mecanismos de protagonismo popular.

Luego de un año es que se les “reconoce” a los consejos comunales, con su inscripción en la Comisión Presidencial, vida jurídica. Ello debido a que en su primer año de funcionamiento, los consejos comunales constituidos en el Segundo Gabinete Móvil en Barquisimeto, no habían podido cumplir con su inscripción ante la misma, puesto que fue en el 2007 que se creó y entró en funcionamiento. Cabe preguntar, ¿qué sucede con los consejos comunales que obtuvieron recursos?, en caso de que haya irregularidades, ¿cómo se determinarían las responsabilidades?

Las actividades que les corresponde ejercer a los consejos comunales las hacen una institución social de suma importancia y trascendencia para el logro de la satisfacción de sus necesidades, por cuanto, deben identificar sus problemas, priorizarlos, enumerar sus impactos y reconocer las causas de los mismos, proponer soluciones y ejecutar las ideas; así mismo, supervisan y controlan las actividades administrativas que se lleven a cabo (es decir, planifican), todo ello les permite ser una herramienta para la materialización y concreción del desarrollo humano en Venezuela, si logran una verdadera

independencia y autonomía del gobierno.

En Venezuela la participación ciudadana está surgiendo tímidamente, pero al empoderarse de ésta la ciudadanía organizada y asumir su rol protagónico y su corresponsabilidad, cambiará necesariamente, la forma de hacer políticas públicas en Venezuela, y se alcanzará un desarrollo humano con equidad, en donde la calidad de vida del venezolano prevalezca, todo ello más allá de los manejos partidistas que se puedan dar y de la voluntad política que se quiera instaurar. La sociedad civil tiene la decisión.

Bibliografía

Alcaldía del Municipio Iribarren (2007). Consejos Comunales del Municipio Iribarren registrados desde el 26 de marzo al 25 de abril de 2007. Sala del Poder Comunal. Barquisimeto.

Aló Presidente. http://www.alopresidente.gob.ve

Anzola Nieves, Aurora (2004). Consejos Locales de Planificación Pública: ¿herramientas para la construcción de ciudadanía? Trabajo final del Seminario Comprensión socio-histórica del desarrollo de la Región Centro Occidental de Venezuela. Doctorado en Estudios del Desarrollo. CENDES-UCV. Caracas. Venezuela. Mimeografiado.

Aranguren, Z. (2006). Entrevista realizada el 22/11/2006. Barquisimeto.

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. Home Page. Fechas de consulta: 01/07/2004, 19/08/2005, 15/11/2006, 19/01/2007. http://www.asambleanacional.gov.ve

Consejos Comunales (2006). Fecha de la consulta: 05/04/2006. http://www.consejoslocales.org/1/resumendeinformeleyclpp.htm

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Gaceta Oficial 5.453 del 24 de marzo de 2000. Segunda versión. Caracas, Venezuela.

Decreto Nº 5.191. 2007. Reforma Parcial del Decreto Nº 5.139, de fecha 17 de enero de 2007, publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nº 38.606, de fecha 17 de enero de 2007, mediante el cual se crea el Consejo Presidencial para el Poder Comunal.

Decreto No. 5.139. 2007. Publicado en la Gaceta Oficial No. 38.606, de fecha 17 de enero de 2007.

El Impulso Digital (2002). Consejo Local de Palavecino. Interpuesto Recurso. Fecha de Consulta: 22/03/2004. http://www.elimpulso.com/

Entrevista F1 (2007). Entrevista realizada a Funcionario Anónimo de Fundacomún-Lara. Barquisimeto.

Entrevista F2 (2007). Entrevista realizada a Funcionario Anónimo de Fundacomun-Lara. Barquisimeto.

Exposición de Motivos de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela 1999 (2000). Gaceta Oficial 5.453 Extraordinario del 24 de marzo de 2000. Segunda versión. Caracas, Venezuela.

Fundación para el Desarrollo de la Comunidad y Fomento Municipal (Fundacomun). Home page. http://www.fundacomun.gob.ve

Iranzo, M. (2006). Desarrollo Humano y Capital Social: su incidencia en los procesos de transformación institucional. VI Jornadas de Investigación DAC-UCLA. Barquisimeto. Fecha de consulta: 12/07/2006. http://www.ucla.edu.ve/dac/vijornadas.

Ley de los Consejos Comunales (2006). Gaceta Oficial Nº 5.806 Extraordinaria del 10 de abril de 2006. Caracas-Venezuela.

Ley de Reforma Parcial de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal (2006). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, No. 5.806 Extraordinaria, del 10 de abril de 2006. Caracas-Venezuela.

Ley Orgánica de los Consejos Locales de Planificación Pública. (2002). Gaceta Oficial No. 37.463 de fecha 12 de junio de 2002.

Ley Orgánica de Planificación (2001). Gaceta Oficial No. 5.554, de fecha 13 de noviembre de 2001. Caracas, Venezuela.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (1999). Informe sobre el Desarrollo Humano. Oficina de Desarrollo Humano. Fecha de consulta: 21/04/2005. http://portal.onu.org.do/contenidos/archivos/los%20Informes%20sobre%20Desarrollo%20Humano.pdf

Sen, A. (2000). Desarrollo como libertad. Editorial Planeta. Bogotá, Colombia.

Stiglitz, J. (1999). Participación y desarrollo: perspectivas desde el paradigma integral de desarrollo. Conferencia sobre Democracia, Economía de Mercado y Desarrollo. 26 y 27 de febrero de 1999. Traducción de Oriol Prats. Seúl, Corea del Sur.

Valera, L. (2006). Entrevista realizada el 24/11/2006. Barquisimeto.

ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL MARCO LEGAL DEL SERVICIO ELÉCTRICO VENEZOLANO EN EL PERÍODO 2000 AL 2010

Rubén A. Acevedo R.

Ingeniero Electricista. MSc. en Ingeniería de Procesos. Jefe de Departamento en ENELBAR (Corpoelec Lara). Profesor de Accionamientos Eléctricos en el Decanato de Ciencia y Tecnología. UCLA Profesor de Planificación de Sistemas de Potencia. UNEXPO Barquisimeto. Correo-e: ruben.a.acevedo@gmail.com

RESUMEN

Este artículo presenta un análisis de la evolución del marco legal que rige la prestación del servicio eléctrico venezolano, entre el 2000 y 2010. A partir del primer ensayo de legislación que se presenta en la Gaceta Oficial 36.791 del 21 de Septiembre de 1999, la primera Ley del Servicio Eléctrico, se desarrollan los instrumentos que han conformado el marco legal del sector eléctrico nacional. En la Gaceta Oficial Nº 5.568 (Extraordinario), del 31 de Diciembre de 2.001, se decretó la Ley Orgánica del Servicio Eléctrico (LOSE). En años posteriores, se inicia una evaluación del modelo de gestión establecido en la LOSE, que derivó en nuevos instrumentos legales, como la Ley Orgánica de Reorganización del Sector Eléctrico en el 2007, donde se crea la figura de la Corporación Eléctrica Nacional (CORPOELEC) y se nacionalizan las empresas de servicio eléctrico, hasta llegar a la creación del Ministerio del Poder Popular para la Energía Eléctrica, el Decreto de emergencia Eléctrica y la vigente Ley Orgánica del Sistema y Servicio Eléctrico. En este trabajo se analizan los principales hitos de este proceso y los acontecimientos más relevantes que los rodearon.

Palabras clave: Marco legal, sector eléctrico venezolano, servicio eléctrico.

Recibido: 07/03/2011 - Corregido: 18/05/2011 - Aprobado: 20/09/2011

ANALYSIS OF THE EVOLUTION OF LEGAL FRAMEWORK OF VENEZUELAN ELECTRIC SERVICE PERIOD 2000 TO 2010

Rubén A. Acevedo R.

Ingeniero Electricista. MSc. en Ingeniería de Procesos. Jefe de Departamento en ENELBAR (Corpoelec Lara). Profesor de Accionamientos Eléctricos en el Decanato de Ciencia y Tecnología. UCLA Profesor de Planificación de Sistemas de Potencia. UNEXPO Barquisimeto. Correo-e: ruben.a.acevedo@gmail.com

ABSTRACT

This paper presents an analysis of the evolution of the legal framework governing the electric service in Venezuela, between 2000 and 2010. From the first test of legislation presented in the Official Gazette 36791 of 21 September 1999, the first Law of Electric Service, develop the tools that have shaped the legal framework of the national electricity sector. In the Official Gazette No. 5568 (Special), December 31, 2001, was enacted the Organic Law of Electric Service (LOSE). In later years, initiates an evaluation of the management model established in the LOSE, which resulted in new legal instruments such as the Organic Law on Electricity Industry Restructuring in 2007, which created the figure of the National Electricity Corporation (CORPOELEC) and nationalized electric utilities, up to the creation of the Ministry of Popular Power for electric Power, the Emergency Power and the Organic Law of the electric System and Service. This paper discusses the main milestones of this process and the most important events that surrounded them.

Key words: Legal framework, venezuelan electrical sector, electrical service.

ANÁLISE DO QUADRO LEGAL PARA A EVOLUÇÃO DE SERVIÇO DE ELETRICIDADE VENEZUELANO EM PERÍODO DE 2000 A 2010

Rubén A. Acevedo R.

Ingeniero Electricista. MSc. en Ingeniería de Procesos. Jefe de Departamento en ENELBAR (Corpoelec Lara). Profesor de Accionamientos Eléctricos en el Decanato de Ciencia y Tecnología. UCLA Profesor de Planificación de Sistemas de Potencia. UNEXPO Barquisimeto. Correo-e: ruben.a.acevedo@gmail.com

RESUMO

Este trabalho apresenta uma análise da evolução do quadro jurídico que rege a prestação de serviço elétrico Venezuela, de 2000 a 2010. Desde o primeiro teste da legislação apresentada no Diário Oficial 36.791 de 21 de Setembro de 1999, a primeira Lei do Serviço Elétrico, desenvolver as ferramentas que moldaram o quadro legal do setor elétrico nacional. No Diário Oficial Nº 5568 (Especial), 31 de dezembro de 2001, foi promulgada a Lei Orgânica do Serviço Elétrico (LOSE). Nos últimos anos, inicia uma avaliação do modelo de gestão estabelecido no LOSE, o que resultou em novos instrumentos jurídicos como a Lei Orgânica de Reestruturação da Indústria Elétrica em 2007, que criou a figura da Corporação Eléctrica Nacional (CORPOELEC) e nacionalizou empresas de energia elétrica, até a criação do Ministério do Poder Popular para Energia Elétrica, a Decreto de Emergência Elétrica e da Lei Orgânica do Sistema e Serviço Elétrico. Este artigo discute os principais marcos desse processo e os eventos mais importantes que os cercavam.

Palavras-chave: Legal, indústria de eletricidade venezuelana, Serviço de Eletricidade.

Introducción

Durante la primera década del siglo XXI, el marco legal que rige la prestación del servicio eléctrico venezolano, ha experimentado una evolución que se deriva de la primera Ley del Servicio Eléctrico presentada en la Gaceta Oficial 36.791 de fecha 21 de Septiembre de 1999. Cabe señalar que anteriormente, las Normas para la determinación de las Tarifas del Servicio Eléctrico, contenidas en el Decreto Nº 368 del 27 de junio de 1989, publicado en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela Nº 34.021 de fecha 6 de octubre del mismo año, así como en las Normas para el Desarrollo del Servicio Eléctrico, Decreto 2383 del 18 de junio de 1992, publicado en la Gaceta Oficial 35010 del 21 de julio de 1992, ya establecen las bases para la ley de 1999.

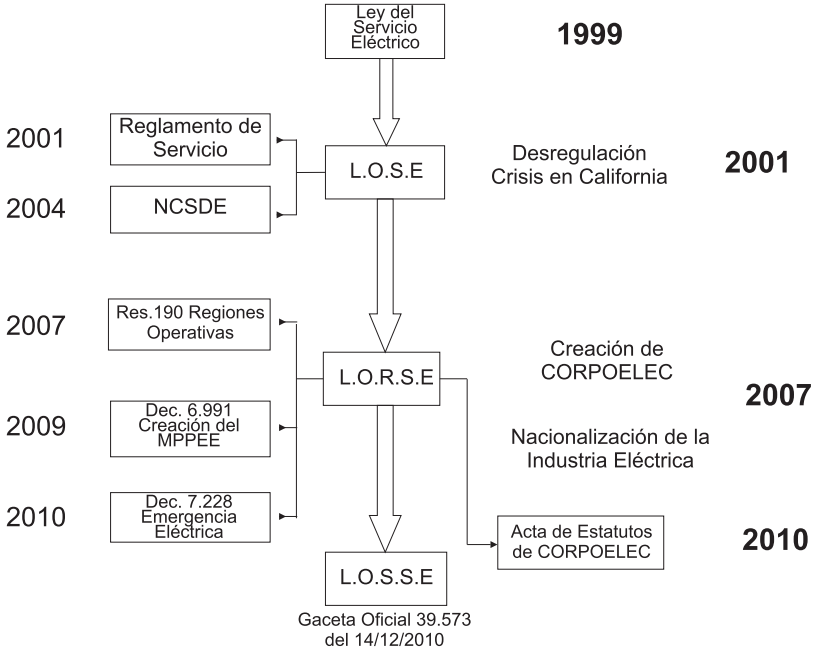
Posteriormente, se desarrollaron los instrumentos que conformaron el marco legal del sector eléctrico nacional: la Ley Orgánica del Servicio Eléctrico (LOSE), publicada en la Gaceta Oficial Nº 5.568 del 31 de Diciembre de 2.001, que es una evolución de la ley de 1999. De esta última Ley se derivan las Normas de Calidad del Servicio de Distribución de Electricidad y el Reglamento de Servicio.

En años posteriores, con motivo de los cambios políticos presentes en el país, se inicia una evaluación del modelo de gestión establecido en la LOSE, que derivó en nuevos instrumentos legales: la Ley Orgánica de Reorganización del Sector Eléctrico en el 2007, en la cual se dicta la creación de la figura de la Corporación Eléctrica Nacional (CORPOELEC) y se da inicio al proceso de nacionalización de las empresas de servicio eléctrico.

En esa misma línea de reformas, se produce la creación del Ministerio del Poder Popular para la Energía Eléctrica, el Decreto de emergencia Eléctrica y la vigente Ley Orgánica del Sistema y Servicio Eléctrico.

En la Figura 1 se presenta esquemáticamente la evolución y los hitos históricos del marco legal del servicio eléctrico venezolano, así como los principales acontecimientos que los rodearon: la aplicación de políticas desregulatorias a nivel mundial, la crisis eléctrica en California, la nacionalización de la industria eléctrica venezolana, entre otras.

Figura 1. Evolución Histórica del Marco Legal del Sector Eléctrico Venezolano.



Fuente: propia.

Periodo 2001 – 2007: Ley Orgánica del Servicio Eléctrico, Reglamento de Servicio y Normas de Calidad del Servicio de Distribución de Electricidad.

Con la Ley Orgánica del Servicio Eléctrico se establecen los estatutos legales que regirían las actividades de las empresas del sector eléctrico, estableciendo derechos y responsabilidades, tanto para éstas como para los usuarios. El Artículo 1 de la LOSE, explica que el objetivo de este decreto, es crear el instrumento legal que regirá el servicio eléctrico en territorio venezolano, considerando las actividades que se desarrollan en las áreas de "generación, transmisión, gestión del Sistema Eléctrico Nacional, distribución y comercialización de potencia y energía eléctrica, así como la actuación de los agentes que intervienen en el servicio eléctrico", de acuerdo a las políticas

energéticas, el crecimiento y el desarrollo del país.

En sus principios se proclama el equilibrio económico, confiabilidad, eficiencia, calidad, equidad, solidaridad, no discriminación y transparencia, para ofrecer un suministro al menor costo y con la calidad que los usuarios merecen. Sin embargo, esta declaración de principios no cuenta con un marco referencial a nivel nacional, como lo es el caso del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación, o una declaración de principios u objetivos estratégicos nacionales.

También, se incluye en el texto, el uso racional y eficiente de los recursos energéticos, el uso de energías alternativas, la debida ordenación territorial, la preservación del medio ambiente y la protección de los derechos de los usuarios.

Entre los aspectos más relevantes de su contenido, se pueden señalar:

• Separación jurídica de las actividades de generación, transmisión, distribución o gestión del Sistema Eléctrico Nacional. Las empresas tradicionales debían dividirse en empresas independientes por cada actividad, como base para el proceso de desregulación que se había instituido en diferentes países en ese momento. La desregulación es un proceso de apertura a la libre competencia, que en la década de los 90 se extendió entre las empresas de servicio.

• Privatización del servicio eléctrico. El objeto de separar jurídicamente las actividades del servicio eléctrico, era la privatización de las mismas, para entrar en un esquema de mercado energético. Sin embargo, al momento de aprobación de esta ley, la desregulación había sido puesta en entredicho por diversos casos que resultaron en fracaso de esta política, como sucedió con la crisis eléctrica en California durante el año 2001.

• Se reserva al Estado el derecho de explotación de la generación hidroeléctrica en las cuencas de los ríos Caroní, Paragua y Caura. Este aspecto se presenta en el Parágrafo Único del Artículo 3. Ésto, a pesar de resguardar el carácter estratégico a las principales fuentes de energía eléctrica en la nación, se presenta como una inconsistencia con los principios de la desregulación, ya que de esa forma, más del 60% de la generación del país se mantendría bajo un solo operador, lo cual dificulta la libre competencia en este mercado.

• Los entes rectores del servicio eléctrico, de acuerdo al Artículo 9 de la LOSE, son el Ministerio de Energía y Minas (MEM), la Comisión Nacional de la Energía Eléctrica (CNEE) y el Centro Nacional de Gestión del Sistema Eléctrico (CNG). La Comisión Nacional de Energía Eléctrica, se instituyó para fines de regulación, supervisión, fiscalización y control de las actividades del servicio eléctrico y el Centro Nacional de Gestión, el responsable de la operación, supervisión y control del Sistema Interconectado Nacional.

• El Plan de Desarrollo del Servicio Eléctrico Nacional (PDSEN), de carácter solamente indicativo, se dejó bajo la competencia del entonces Ministerio de Energía y Minas.

• La actividad de generación se expone en los Artículos 24 al 26, donde se establece que la misma se manejaría en un mercado abierto a competencia, bajo los lineamientos de la CNEE.

• La transmisión, se manejaría bajo la figura de concesión, de acuerdo a lo establecido en los Artículos 27 al 31.

• La actividad de distribución se desarrolla en los Artículos 35 al 37 de forma específica. Se establecen las obligaciones y derechos de las empresas distribuidoras, a las cuales se les asignaría un área exclusiva de concesión.

El Reglamento de Servicio constituye “De conformidad con lo establecido en el numeral 15 del Artículo 102 de la Ley Orgánica del Servicio Eléctrico, en concordancia con lo dispuesto en los artículos 24 y 129 del Reglamento General de la Ley del Servicio Eléctrico...” la normativa legal de la relación distribuidora – usuario. En él se establecen los deberes y derechos de ambas partes, así como las responsabilidades legales que los mismos acarrean. Fue decretado en Noviembre de 2003, en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nº 37.320.

Las Normas de Calidad del Servicio de Distribución de Electricidad (NCSDE), se promulgan en la Gaceta Oficial No. 5.730 de Septiembre de 2004 y constituyen el instrumento legal que “De conformidad con lo establecido en el Artículo 102 de la Ley Orgánica del Servicio Eléctrico, en concordancia con el numeral 14 del Artículo 17 de la misma Ley y los Artículos 99 y 132 de su Reglamento General...”, con el objeto de establecer los lineamientos que aseguren la calidad del servicio prestado por los agentes que desarrollen la actividad de distribución de electricidad.

Las áreas a evaluar en estas normas comprenden: Calidad del Servicio Técnico, que se refiere a los índices de interrupciones en el servicio prestado, Calidad del Producto Técnico, que es lo que comúnmente se conoce como calidad de energía (control de las perturbaciones al nivel y onda de tensión) y Calidad del Servicio Comercial, que fija indicadores para la atención a los requerimientos de los usuarios.

Ya para esa fecha, el Servicio Eléctrico estaba considerado como Bienes y Servicios de Primera Necesidad según Decreto N° 2.304, Gaceta Oficial N° 37.626 de fecha 06 de febrero de 2003.

La desregulación como fenómeno mundial. Crisis energética en California.

La Desregulación (Deregulation en inglés) es parte de las políticas económicas de apertura de mercados. Consiste en la liberación de los negocios, de los controles que puede ejercer sobre ellos el estado, con el objeto de fomentar una libre competencia que, en teoría, debe garantizar mejores estándares en los productos a menor precio. Esto bajo el concepto de que los usuarios y consumidores decidirán optar por las mejores ofertas entre un grupo de oferentes.

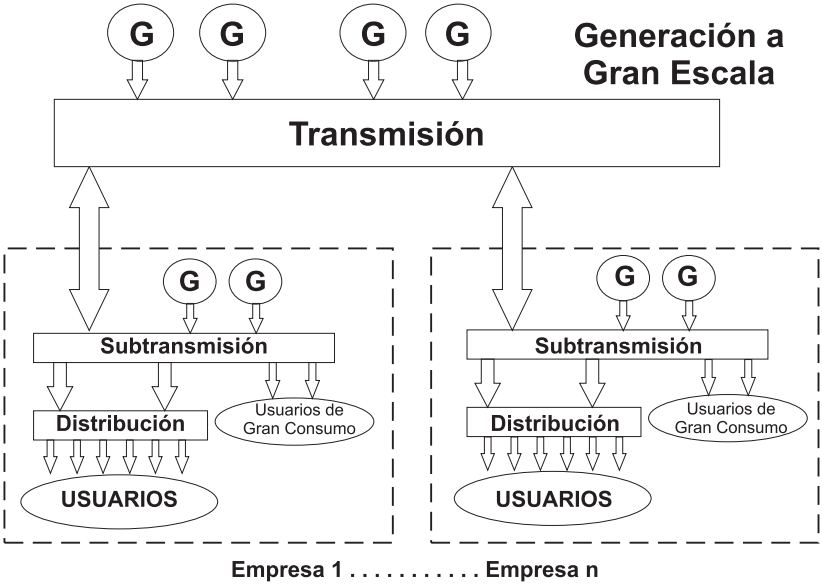
En el caso de los servicios (telecomunicaciones, electricidad, gas natural, entre otros) esas políticas se extendieron en diferentes países a nivel mundial y alcanzaron diferentes grados de éxito o fracaso. Sus resultados varían y sus detractores o defensores mantienen argumentos que, vistos desde cada ángulo, suelen parecer correctos. Estas posiciones pueden apreciarse en los trabajos de diversos autores como Ariztía, R. (2002), Montero y Sánchez (2001), Romero y Petrecolla (2003), Costello y Graniere, R. (1996), Rudnick (1998) y Voss (2001).

Durante la década de los noventa, la desregulación del servicio eléctrico se extendió, alcanzando países latinoamericanos como Chile, Argentina y Brasil. El principio de esta política fue la desintegración de los monopolios naturales que conformaban las empresas eléctricas. (Rudnick, 1998).

En la Figura 2 se presenta el esquema de funcionamiento del modelo tradicional del servicio eléctrico, en el que cada empresa opera en su área de concesión como un monopolio natural, pudiendo ejecutar diferentes

actividades (generación, transmisión, distribución) del servicio eléctrico al mismo tiempo e interactuar con las demás empresas comprando, vendiendo o aportando energía al sistema interconectado.

Figura 2. Modelo Tradicional de Mercados Eléctricos. Monopolio Natural.



Fuente: propia.

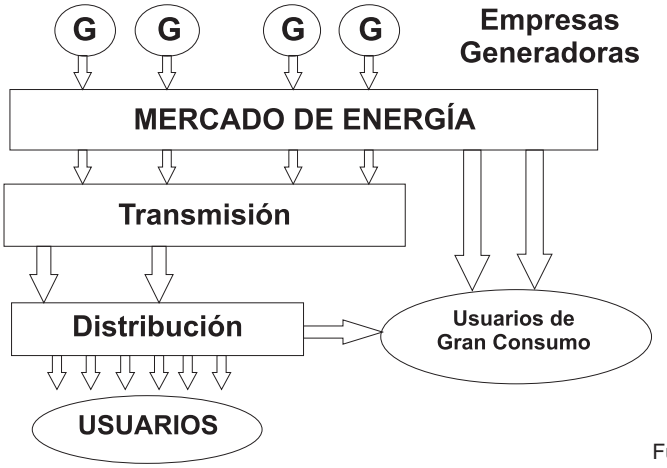
En las políticas desregulatorias se parte del principio de la libre competencia. Se asume el hecho de que, ante diversas ofertas, los clientes seleccionarán siempre aquellas que presenten una mejor relación costo-beneficio, situación que motivará a los oferentes a elevar la calidad de sus productos y reducir sus costos. Su aplicación al servicio eléctrico contempla la separación jurídica de las actividades básicas: generación, transmisión y distribución, para crear unidades de negocio que posteriormente se privatizan y liberan de controles del estado.

En Venezuela, las empresas eléctricas trabajaron en función de esos lineamientos, llegando en algunos casos a establecer una separación contable de las actividades. En el caso de ENELVEN, en Noviembre del año 2000 se

crearon las empresas ENELGEN y ENELDIS. En ENELBAR se conformó equipo de proyectos corporativos para la adecuación de la empresa a la ley de servicio eléctrico.

La actividad de generación, con plantas privadas y algunas bajo el control del estado, pasa a operar en un mercado eléctrico, en el cual se establecen precios variables para la energía que se produce. La actividad de transmisión se realiza bajo concesión y es supervisada por un ente nacional que coordina y garantiza el libre acceso de los clientes a las fuentes de generación. La distribución, por su parte, se mantiene bajo concesión y, en un intento de no afectar a los usuarios finales, se aplican regulaciones al precio de venta de la energía y la calidad del servicio ofrecido.

Figura 3. Modelo Desregulado de Mercados Eléctricos. Libre Competencia.



Fuente: propia.

A pesar de que en algunos casos, como en Chile y algunos países europeos, se reportaron experiencias exitosas, es extremadamente importante reseñar el fracaso en muchos otros, entre los cuales el más notable de ellos fue la crisis eléctrica en California durante el año 2001, donde la falta de políticas claras, el desabastecimiento de combustible y el incremento en la demanda eléctrica, acentuado por un prolongado verano de elevadas temperaturas, repercutieron en un aumento del 300% sobre el precio de la energía.

Periodo 2007 – 2010: Reestructuración del Sector Eléctrico.

El 31 de Julio de 2007 fue publicado en la Gaceta Oficial 38.736 el Decreto N° 5.330, con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Reorganización del Sector Eléctrico, en el cual se establece la creación de la Corporación Eléctrica Nacional. Con este decreto se fija el objetivo de reorganizar el sector eléctrico nacional para mejorar la calidad del servicio en todo el país, maximizar la eficiencia en el uso de las fuentes primarias de producción de energía y en la operación del sistema y redistribuir las cargas y funciones de las actuales operadoras del sector.

La Corporación Eléctrica Nacional (CORPOELEC), adscrita al Ministerio del Poder Popular para la Energía y Petróleo, es la empresa operadora estatal encargada de las actividades de generación, transmisión, distribución y comercialización de potencia y energía eléctrica. El capital social de la corporación será determinado y suscrito en 75% por la República, por medio del referido despacho y en 25% por Petróleos de Venezuela (PDVSA). El proceso de nacionalización de la industria de servicio eléctrico había iniciado en Venezuela.

Se establece en este Decreto que las empresas del servicio eléctrico, así como todas las demás empresas filiales de la Corporación Eléctrica Nacional deberán, en un plazo de tres años contados a partir de la entrada en vigencia de este decreto, fusionarse en una persona jurídica única.

En la Resolución 190 del MENPET, publicada en la Gaceta Oficial Nº 38.785 del día 8 de octubre de 2007, se dictan los lineamientos en relación a la reorganización del territorio nacional para la distribución de potencia y energía eléctrica, para lo cual se crean seis regiones operativas:

• Región Noroeste que comprende los estados Zulia, Falcón, Lara y Yaracuy. •

• Región Norcentral integrada por los estados Carabobo, Aragua, Miranda, Vargas y Distrito Capital.

• Región Oriental conformada por los estados Anzoátegui, Monagas, Sucre, Nueva Esparta y Delta Amacuro.

• Región Central que comprende los estados Guárico, Cojedes, Portuguesa, Barinas y Apure.

• Región Andina compuesta por los estados Mérida, Trujillo y Táchira.

• Región Sur integrada por los estados Bolívar y Amazonas

En esta Resolución se establecen responsabilidades transitorias para la operación y mantenimiento de las instalaciones eléctricas de distribución de los diferentes Estados del territorio nacional, de la siguiente manera:

• Energía Eléctrica de Barquisimeto (ENELBAR): Estados Yaracuy y Carabobo, adicionalmente a las áreas donde ya está operando.

• Energía Eléctrica de Venezuela (ENELVEN): Estado Falcón, además de las áreas donde opera actualmente.

• CVG Electrificación del Caroní (EDELCA): Estados Bolívar y Amazonas, además de las áreas donde opera.

• La Electricidad de Caracas (ELECAR): Estados Aragua, Miranda y Nueva Esparta, con sus actividades actuales.

Estas responsabilidades operativas acordadas en la Resolución 190 tienen carácter transitorio, hasta tanto lo determine la Compañía Anónima Corporación Eléctrica Nacional, de acuerdo con lo establecido en Decreto Nº 5.330 con Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Reorganización del Sector Eléctrico.

El 28 de Octubre de 2009 en el Decreto 6.991, publicado en Gaceta Oficial 39.294, se crea el Ministerio del Poder Popular para la Energía Eléctrica y se establece que el Ministro, además de sus atribuciones, será también el Presidente de CORPOELEC.

De lo que se expone en el Decreto y se sintetiza en la dirección electrónica del Ministerio, se pueden señalar entre sus responsabilidades más relevantes:

• Todo lo relativo a la formulación, seguimiento y evaluación de políticas, así como la regulación, la planificación y fiscalización de las actividades del Ejecutivo Nacional en materia de Energía Eléctrica, Energía Atómica y Energías Alternativas.

• El control sobre el ejercicio de las actividades para la prestación del servicio eléctrico.

• El fomento, desarrollo y diversificación en el uso de las fuentes primarias de energía, incluyendo las fuentes alternas.

• La normativa en materia de energía eléctrica y sobre el uso racional y eficiente de la energía.

• Todo lo relativo a la permisología en materia de energía eléctrica, energía atómica energías alternativas.

• La formulación de los lineamientos de política y estrategia para la fijación de tarifas del servicio eléctrico en coordinación con el órgano rector en materia de fijación de precios y tarifas.

La prevención de la contaminación del medio ambiente derivada de las actividades de generación y transmisión de energía eléctrica, en coordinación con el Ministerio del Poder Popular para el Ambiente.

En el Artículo 4 se adscriben al Ministerio todas las empresas y entes del servicio eléctrico, así como la Corporación Eléctrica Nacional (CORPOELEC).

El 08 de febrero de 2010, en la Gaceta Oficial 39.399, Decreto 7.357, se decreta el Estado de Emergencia en el Sector Eléctrico Venezolano, motivado a las consideraciones que incluyen el carácter estratégico del Servicio Público de Energía Eléctrica: por ser un bien indispensable para el desarrollo económico y la calidad de vida del pueblo, las "circunstancias de orden natural que afectan las cuencas hidrográficas, que a su vez restringe el aporte de agua a los embalses destinados a la generación hidroeléctrica, provocando una caída en el abastecimiento de electricidad al sistema eléctrico nacional, que incide sensiblemente en el desarrollo de las actividades productivas y económicas del país", que la disponibilidad del parque de generación termoeléctrica resulta insuficiente para compensar la disminución de los aportes de energía hidroeléctrica, el alcance de la capacidad máxima de transporte tanto en la red de transmisión como en los sistemas de distribución, el elevado crecimiento de la demanda de energía eléctrica y la necesidad de estimular el uso eficiente y el ahorro de la energía eléctrica.

Sobre esta base, se instruye al Ministerio del Poder Popular para la Energía Eléctrica a tomar medidas para acelerar la ejecución de obras, tomar acciones que favorezcan la continuidad del servicio eléctrico y estimulen el uso eficiente de la energía eléctrica. Además, se instruye al Ministerio del Poder Popular para la Educación, la Educación Superior, Comunicación e Información y Energía Eléctrica, a desarrollar "un programa educativo dirigidos a los niveles de educación media y superior, así como el diseño de una campaña de difusión

nacional que instruya a la población acerca del uso eficiente de la energía y el ahorro del electricidad".

El 13 de Diciembre de 2010, en la Gaceta Oficial 39.572 se emiten los estatutos de CORPOELEC, en los cuales, además de los aspectos financieros de la Corporación, se establecen los lineamientos de conformación de la Junta Directiva y el Comité Ejecutivo.

La Junta Directiva de CORPOELEC estará conformada por un mínimo de siete (7) y un máximo de once (11) miembros. De éstos, nueve (9) estarán conformados de la siguiente manera: un presidente, tres comisionados, dos representantes de los trabajadores y tres representantes del Poder Popular.

El Comité Ejecutivo de CORPOELEC estará conformado por un presidente, los coordinadores de Finanzas, Talento Humano, Seguridad Integral y Consultoría Jurídica, un representante del control obrero y tres comisionados: Generación, Transmisión y Distribución-Comercialización.

Ley Orgánica del Sistema y Servicio Eléctrico.

La Ley Orgánica del Sistema y Servicio Eléctrico (LOSSE) fue promulgada en la Gaceta Oficial N° 39.573 del 14 de diciembre de 2010. Tiene por objeto establecer las disposiciones que regularán el sistema eléctrico y la prestación del servicio eléctrico. Se establecen las premisas, que rigen la prestación del servicio eléctrico: Acceso universal al servicio eléctrico, Reserva y dominio del Estado, Modelo de gestión socialista.

De igual forma, se establecen los principios rectores:

• Soberanía tecnológica.

• Sustentabilidad ambiental.

• Ordenación territorial.

• Integración geopolítica.

• Uso racional y eficiente de los recursos.

• Diversificación del uso de las fuentes de energía primarias.

• Utilización de fuentes alternativas de energía.

• Corresponsabilidad social.

Como parte de sus aspectos novedosos y más relevantes, se pueden contar las Declaratorias de acceso universal y de servicio público, utilidad pública e interés social y el modelo de gestión socialista. En éstas, se establece que todos los ciudadanos tienen derecho universal al servicio eléctrico, así como el carácter de servicio público de las actividades de generación, transmisión, distribución y comercialización de la energía eléctrica.

Las obras y bienes vinculados al sistema eléctrico nacional se declaran de utilidad pública e interés social y se establece un modelo de gestión socialista que busca orientar los recursos a la satisfacción de las necesidades de suministro eléctrico, garantizando la participación de los trabajadores, usuarios y organizaciones del Poder Popular.

En esta Ley se reserva al Estado todas las actividades del servicio eléctrico, por razones de seguridad, defensa, estrategia y soberanía nacional, anulando de esta forma cualquier intento de privatización. También se privilegia al talento humano y adquisición de bienes y servicios nacionales en procesos de contratación del sector eléctrico.

Entre las definiciones y enunciados que se presentan en la Ley, se pueden clasificar y resaltar las siguientes:
Términos Generales:
• Sector eléctrico: Es el conjunto de actores y agentes involucrados directa o indirectamente en la prestación del servicio eléctrico, que concurren en la conformación de acciones para satisfacer las necesidades en el suministro de electricidad.
• Servicio eléctrico: Es la actividad prestacional ejercida por el Estado, destinada a satisfacer la necesidad de suministro de energía eléctrica a la colectividad para garantizar el desarrollo integral del país.
• Sistema eléctrico: Es el conjunto de actividades, procesos, instalaciones, equipos y dispositivos que se articulan e interconectan de manera sistémica y continua para prestar un servicio eléctrico de calidad, a los niveles de tensión requeridos por los usuarios.
Rol del Estado Rector:
En la LOSSE, se asigna al Estado, a través del Ministerio del Poder Popular con competencia en materia de energía eléctrica, las responsabilidades de formulación, control y seguimiento de las políticas y lineamientos necesarios para garantizar la continuidad del servicio eléctrico, bajo las premisas,

principios y declaraciones de la Ley, en concordancia con los demás instrumentos legales y planes de la nación, que puedan ser aplicados.

De esta forma, el Estado tiene la responsabilidad de formular el Plan de Desarrollo del Sistema Eléctrico Nacional (PDSEN), el cual se articulará con los planes municipales y deberá contener información técnica suficiente y relevante para los planes de expansión.

Adicionalmente, el órgano rector (Ministerio) deberá formular el plan de previsión de contingencias y dictar las normas de calidad para las actividades del Sistema Eléctrico Nacional.

El entorno participante en el sector eléctrico queda conformado entonces por:

• El Estado, en su papel de Ente Rector, a través del Ministerio del Poder Popular para la Energía Eléctrica, que, considerando los planes y lineamientos nacionales, dicta las políticas y lineamientos para el servicio eléctrico. A su vez, cumple las funciones de control y seguimiento del cumplimiento de las mismas.

• CORPOELEC, como prestador del servicio, que se encarga de evaluar, planificar y ejecutar las estrategias orientadas a garantizar la prestación del servicio y el cumplimiento de las políticas de estado. Ésto se realiza, bajo la coordinación de sus Comisionados, a través de las filiales o regiones que se establezcan, las cuales deberán ejecutar las acciones y mantenimientos requeridos para la operación adecuada y el crecimiento del sistema.

• El Poder Popular, que a través de los entes Municipales, Mesas Técnicas de Energía y otras formas de asociaciones de Usuarios del Servicio, apoyarán mediante su opinión y participación activa en la formulación de políticas y el seguimiento y control de la gestión en el servicio eléctrico. Los institutos de educación superior e investigación participan como apoyo técnico a los entes mencionados.

Actividades del Servicio Eléctrico:

• Todas las actividades consideradas en los anteriores instrumentos legales se reservan al estado.

• Despacho del sistema eléctrico. Como aspecto novedoso, en esta ley se otorga carácter estratégico al despacho de carga, definiéndolo como una de las actividades del sistema eléctrico, que consiste en la coordinación,

supervisión y control de la operación integrada de la generación, la transmisión y la distribución dentro del Sistema Eléctrico Nacional, con el fin de garantizar el cumplimiento de las normas de seguridad y calidad, así como la utilización óptima de la energía primaria en la producción de electricidad. Esta actividad es competencia del Estado, a través del Ministerio del Poder Popular para la Energía Eléctrica.

Eficiencia Energética:

• Uso eficiente de la energía: Para la operadora y prestadora del servicio es el aprovechamiento máximo del potencial de cada unidad de energía primaria en la producción de energía eléctrica. Para los usuarios consiste en sacar el mayor provecho posible a cada unidad de energía recibida, mediante el uso de equipos tecnológicos y hábitos de consumo adecuados, utilizando menos cantidad de electricidad para la satisfacción de sus necesidades.

• Uso racional de la energía: Es el uso consciente de la energía utilizando sólo la necesaria para la satisfacción de las necesidades de cada usuario o usuaria, lo que contribuye con el mejor aprovechamiento de los recursos energéticos.

• Pérdidas no técnicas: Cantidad de energía eléctrica consumida que no se factura como consecuencia de conexiones no autorizadas a las instalaciones eléctricas, ausencia de equipos de medición y/o alteraciones en éstos.

• Pérdidas técnicas: Cantidad de energía eléctrica que se disipa en forma de calor en un sistema eléctrico inherente a los procesos de producción, transporte y entrega de energía o las pérdidas de energía en forma de potencia reactiva no útil.

Reflexiones.

El entorno legal y marco regulatorio del servicio eléctrico en Venezuela, ha evolucionado en la última década, reflejando la política estatal y entorno social, histórico e internacional que ha cubierto este proceso.

La Ley Orgánica del Sistema y Servicio Eléctrico (LOSSE) marca un gran cambio en la filosofía y modelo de gestión de la anterior Ley Orgánica del Servicio Eléctrico (LOSE), pasando del modelo de gestión desregulado al modelo socialista. La tendencia a la privatización del servicio y el libre mercado, se cambia por la nacionalización del servicio y el control y supervisión estatal.

En este trabajo se presentan los aspectos más relevantes de los hitos que han marcado esta evolución. Como reflexiones finales se desea expresar que la base fundamental de cualquier instrumento que legisle en esta materia, debe centrarse en la eficiencia en la prestación del servicio eléctrico, como aspecto fundamental para fortalecer el desarrollo de la nación. Esto se puede apreciar en todas las etapas analizadas, donde se presenta como aspecto común la necesidad expresa de fomentar el uso eficiente de la energía y de ofrecer un servicio eléctrico de calidad al menor costo.

Para la fecha de revisión de este trabajo se hizo público y oficial el documento legal que regula la operación del Sistema Eléctrico Nacional. En la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.919, del 10 de Mayo de 2012, se decretan las Normas Técnicas para la Operación del Sistema Eléctrico Nacional. En este documento se destaca la responsabilidad del Centro Nacional de Despacho, a través del Despacho Nacional, Despachos Regionales y Centros de Operación de Distribución, respecto a "la coordinación, supervisión y control de la operación integrada de la generación, la transmisión y la distribución dentro del Sistema Eléctrico Nacional, con el fin de garantizar el cumplimiento de las normas de seguridad y calidad, así como la utilización óptima de la energía primaria en la producción de electricidad". En tal sentido, se establecen los canales de comunicación y jerarquías que rigen esta actividad. Se resalta el carácter de CORPOELEC como operador y prestador del servicio, pero mantiene en claro que todas las operaciones realizadas en el Sistema Eléctrico Nacional deben ser coordinadas, supervisadas y controladas por el CND.

Bibliografía

Ariztía, R. (2002) "Estudio Comparativo de las Crisis Eléctricas en Chile, California y Brasil- Aspectos Relevantes para el Nuevo Marco Regulatorio". Tesis no publicada. Pontificia Universidad Católica de Chile. Escuela de Ingeniería. Santiago de Chile. Chile.

Caldera, E. (2003) "El Proceso de Desregulación Eléctrica". Disponible en: http://ierd.prd.org.mx/publi/EC1.pdf (Mayo, 2011).

Costello, K.; Graniere, R. (1996) "The deregulation experience: lessons for the electric power industry". National Regulatory Research Institute. Disponible en: www.nrri.org/pubs/electricity/97-16.pdf (Junio 2011).

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nº 5.568. Extraordinario. Diciembre 2001. “Ley Orgánica del Servicio Eléctrico”.

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nº 37.626. Febrero de 2003. Decreto N° 2.304, mediante el cual se Declaran Bienes y Servicios de Primera Necesidad en todo el Territorio Nacional, los que en el (sic) se señalan.

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nº 37.825. Noviembre 2003. “Reglamento de Servicio Eléctrico” y “Normas de Calidad del Servicio de Distribución de Electricidad”.

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nº 38.736. Julio de 2007. Decreto N° 5.330, con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Reorganización del Sector Eléctrico.

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nº 39.294. Octubre de 2009. Decreto 6.991. Creación del Ministerio del Poder Popular para la Energía Eléctrica.

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nº 39.399. Febrero de 2010. Decreto 7.357. Estado de Emergencia en el Sector Eléctrico Venezolano.

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nº 39.572. Diciembre de 2010. Documento de Constitución-Estatutaria de la Corporación Eléctrica Nacional, S.A. (CORPOELEC).

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nº 39.573. Diciembre de 2010. Ley Orgánica del Sistema y Servicio Eléctrico (LOSSE).

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.919. Mayo de 2012. Normas Técnicas para la Operación del Sistema Eléctrico Nacional.

Montero, J.; Sánchez, J. (2001) “Crisis Eléctrica en California: Algunas Lecciones para Chile”. Disponible en: www2.ing.puc.cl/power/links/monterosanchez.pdf (Junio, 2011).

Romero, C.; Petrecolla, D. (2003) “Desempeño, crisis y reformas en el sector eléctrico argentino: lecciones para países en desarrollo”. Revista de economía mundial, ISSN 1576-0162, Nº 9, 2003, págs. 21-40.

Rudnick, H. (1998) "The electric market restructuring in South America: successes and failures on market design" Harvard Electricity Policy Group, Plenary Session. San Diego, California. E.E.U.U.

Voss, L. (2001) “To Deregulate Or Not To Deregulate Electricity? That Is The Question”. Disponible en: www.lwv-fairfax.org/files/e_dereg_2.pdf (Junio 2011).

PERFIL DE USUARIOS DE INTERNET EN CENTROS DE COMUNICACIÓN DEL MUNICIPIO LAGUNILLAS DEL ESTADO ZULIA, VENEZUELA[1]

Anaylen López V.* y Rubén Cadenas M.**

*Magister Scientiarum. Ing. en Computación. Universidad Alonso de Ojeda, Facultad de Ingeniería, Escuela de Computación. anaylenlopez@hotmail.com
**Doctor. Lic. en Física. Universidad del Zulia, Facultad Experimental de Ciencias, Departamento de Física. Centro de Investigación de Desarrollo Tecnológico y de Ingeniería (CIDETIU). Universidad Rafael Belloso Chacín, Maracaibo, Venezuela. cadenas39@yahoo.com

RESUMEN

Este trabajo es un estudio de tipo descriptivo, de campo con diseño no experimental transeccional, cuyo objetivo fue determinar las características socio culturales de los usuarios y sus necesidades con relación a los servicios que ofrecen los centros de comunicación; lo que permitió describir los hábitos y las preferencias que inclinan a los usuarios a involucrarse tecnológicamente con internet y definir aspectos relevantes en cuanto a edad, sexo, grado de instrucción, ocupación y nivel de conocimiento de las normativas legales para el uso de las salas de internet del municipio Lagunillas del estado Zulia. Para ello se diseñó un cuestionario el cual fue aplicado a 130 personas que asistieron a 20 diferentes centros de comunicación localizados en las 5 parroquias del municipio Lagunillas. Los resultados permitieron clasificar a los usuarios según la edad, sexo, nivel de estudio, nivel socio-económico y satisfacción de necesidades en el nivel de usuario aficionado..

Palabras clave: Centro de comunicación, internet, perfil de usuario, TIC.

Recibido: 13/03/2010 - Corregido: 10/11/2010 - Aprobado: 19/05/2011

PROFILE OF INTERNET USERS IN COMMUNICATION CENTERS OF LAGUNILLAS MUNICIPALITY OF ZULIA STATE, VENEZUELA

Anaylen López V.* y Rubén Cadenas M.**

*Magister Scientiarum. Ing. en Computación. Universidad Alonso de Ojeda, Facultad de Ingeniería, Escuela de Computación. anaylenlopez@hotmail.com
**Doctor. Lic. en Física. Universidad del Zulia, Facultad Experimental de Ciencias, Departamento de Física. Centro de Investigación de Desarrollo Tecnológico y de Ingeniería (CIDETIU). Universidad Rafael Belloso Chacín, Maracaibo, Venezuela. cadenas39@yahoo.com

ABSTRACT

This is a field descriptive type study, with non-experimental design, which scope was to establish the socio-cultural characteristics of the internet users and their needs in relation to the services offered by the communication centers; allowing to describe the habits and the preferences that involve users with Internet technology and to define important aspects with regard to age, sex, education level, occupation and level of knowledge of legal regulations for the use of internet facilities in the Lagunillas municipality of Zulia state. To achieve this objective a questionnaire was applied to 130 people who attended 20 different communication centers situated in the 5 parish of the Lagunillas municipality. The analysis of the data was made by using the 15.0 SPSS statistical program version. The results allowed to classify the internet users according to the age, sex, level of study, sociocultural level and satisfaction of needs in the features amateur profile.

Key words: Communication center, internet, user profile, ICT.

PERFIL DOS USUÁRIOS DE INTERNET NA CENTROS DE COMUNICAÇÃO MUNICÍPIO DE LAGUNILLAS ESTADO ZULIA, VENEZUELA

Anaylen López V.* y Rubén Cadenas M.**

*Magister Scientiarum. Ing. en Computación. Universidad Alonso de Ojeda, Facultad de Ingeniería, Escuela de Computación. anaylenlopez@hotmail.com
**Doctor. Lic. en Física. Universidad del Zulia, Facultad Experimental de Ciencias, Departamento de Física. Centro de Investigación de Desarrollo Tecnológico y de Ingeniería (CIDETIU). Universidad Rafael Belloso Chacín, Maracaibo, Venezuela. cadenas39@yahoo.com

RESUMO

Este trabalho é um estudo descritivo, no campo com desenho não experimental, cujo objetivo foi identificar características sócio-culturais dos usuários e suas necessidades em relação aos serviços oferecidos pelos centros de comunicação; permitindo descrever os hábitos e preferências que os usuários tendem a se envolver tecnologicamente com a internet e definir aspectos importantes com relação à idade, sexo, nível de escolaridade, ocupação e nível de conhecimento dos regulamentos legais para o uso das salas de internet da municipalidade Lagunillas do estado Zulia. Para fazer isso nós projetamos um questionário que foi aplicado a 130 pessoas que participaram em 20 diferentes centros de comunicação, localizadas nas cinco freguesias da municipalidade Lagunillas. Os resultados permitiram classificar os usuários de acordo com idade, sexo, escolaridade, status socioeconômico e satisfação das necessidades en el nível de usuários amadores.

Palavras chave: Centro de comunicação, internet, perfil de usuário, TIC.

Introducción

En la actualidad Internet es un instrumento en donde el ser humano ejecuta diversas actividades para su beneficio personal; como consecuencia de ello, las formas de establecer la comunicación son cada vez más diversas y complejas.

El acceso a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y el uso de Internet aportan grandes retos en cuanto a la manera de abordar la información, la educación y el estilo de vida. Con los recursos informativos, el ser humano encontró una manera sencilla de afrontar los problemas que se presentan en los diferentes escenarios de la sociedad. El Internet ofrece un conjunto de procesamiento de datos para mejorar significativamente el aprendizaje de las áreas de interés de acuerdo al entorno en que se desenvuelve.

Venezuela no está exenta de avanzar para enfrentar el reto de utilizar las nuevas tecnologías orientadas a Internet como herramienta informativa cada vez más empleadas en diferentes sectores de la sociedad. En el caso particular del Municipio Lagunillas del Estado Zulia, los usuarios utilizan con más frecuencia centros para el adiestramiento, estudio y comprensión de temas de interés entre los cuales se podría mencionar: Educación en todos los niveles, seguridad, higiene y ambiente, control de calidad, perforación de pozos petroleros, inspección de equipos, capacitación técnica y control y planificación de proyectos, así como también para su entretenimiento y comunicación con otras personas.

Una de las formas más utilizadas para acceder a Internet es a través de los llamados Centros de Comunicación también denominados cibercafés o simplemente cibers. Dichos centros públicos y privados de la región están convirtiendo el proceso de enseñanza-aprendizaje en una valiosa herramienta que propone desarrollar las habilidades y competencias que les permitan funcionar de manera efectiva en este entorno dinámico, rico en información y en constante cambio. Actualmente, en el municipio Lagunillas de la Costa Oriental del Lago, la afluencia a los Centros de Comunicación se hace cada vez más frecuente por parte de usuarios que vinculan sus diversas ocupaciones al uso de esta herramienta tecnológica con el fin de buscar alternativas de socialización, entretenimiento y apoyo en sus estudios, entre otros tópicos de

interés. Hace aproximadamente 10 años los Centros de Comunicación se han convertido en el área de trabajo y esparcimiento de los citojenses al aprovechar los recursos tecnológicos como una herramienta para realizar sus labores cotidianas.

Si bien en Venezuela existen normativas legales para el uso de Internet y normativas que regulan el acceso de menores a los centros de comunicación y ciber, establecidas en la Ley para la Protección de Menores en las Salas de Internet y Videojuegos (Gaceta Oficial Nro. 38529 del 25 de septiembre de 2006), hay evidencias que parecen indicar un desconocimiento de las leyes por parte tanto de los dueños de los Centros de Comunicación de la localidad, como de las personas que acceden a estos locales. En varios casos, el acceso a ciertas páginas, algunos videojuegos y horarios de atención, así como los servicios que ofrecen, no corresponden a los estipulados por la ley. Esto podría hacer que aumente la cantidad de usuarios a estos centros sin ningún control legal.

La determinación del perfil de los usuarios de internet, es importante pues permitirán conocer mejor las características sociodemográficas de los usuarios y a la vez aprovecharlas para crear políticas públicas que permitan una mayor adopción del uso de Internet por parte de toda la población, logrando de esta manera, un equilibrio que permita la inclusión de un mayor número de usuarios de las zonas y los sectores tradicionalmente marginados (ONA, 2009).

Con la investigación se pretende describir cuáles son las principales necesidades de los usuarios que utilizan los centros de comunicación, determinar cuáles son los servicios tecnológicos utilizados, el adecuado aprovechamiento de las TIC como herramienta para generar el conocimiento, así como también poder conocer la edad, sexo, ocupación y grado de instrucción de los usuarios como características relevantes para la descripción de su perfil. Además, determinar si existe supervisión por parte de los organismos competentes, en este caso el Departamento de la Ley Orgánica de Protección al Niño, Niña y Adolescente (LEY), sobre las actividades que se llevan a cabo en estos centros.

Reseña del Municipio Lagunillas del estado Zulia

El municipio Lagunillas (ver Fig. 1) abarca 975 kilómetros cuadrados en la

Costa Oriental del Lago de Maracaibo en el estado Zulia, ocupando el 1,94% con relación a la superficie del estado. Su capital es Ciudad Ojeda y políticamente el municipio está constituido por las parroquias Libertad y Alonso de Ojeda, ambas con sede en Ciudad Ojeda; Eleazar López Contreras, con sede en Pica Pica; Campo Lara, con sede en Campo Lara; y Venezuela, cuya sede es Lagunillas.

La existencia del municipio está muy vinculada a la explotación petrolera, que marca su economía, aunque posee zonas de alto desarrollo agropecuario. El potencial económico del municipio lo constituyen los yacimientos petroleros, además de la industria metalmecánica que le presta servicios a la industria petrolera. Desde la colonia, Lagunillas inició un proceso de transformación económica que se acentuó durante los primeros años de siglo XX, pasando de ser un punto de contacto portuario en el desarrollo del modelo agro-exportador del occidente venezolano, a ocupar un espacio significativo en la producción petrolera que trajo cambios históricos por la vía de las concesiones petroleras. Más del 60% de la producción petrolera del Lago de Maracaibo se centra en Lagunillas por contar con los principales yacimientos petroleros de la región.

Lagunillas es uno de los municipios más modernos del Zulia en cuanto a sus vías de comunicación que conecta la industria petrolera con la actividad comercial y agropecuaria del municipio. Cuenta, además, con infraestructura y dotación de servicios, como son: acueductos, electricidad, teléfonos, correos, educación básica y media.

Figura 1. (a) Situación geográfica del Municipio Lagunillas en la Costa Oriental del Lago de Maracaibo. (b) Mapa del Municipio Lagunillas.

(a)

(b)

Fuente: Página web Alcaldía de Lagunillas.

Bases teóricas

- Breve historia de Internet (Barry et al., 1997)

El Internet que, sin duda, es mucho más que un objeto tecnológico, se inició como un proyecto de defensa de los Estados Unidos. A finales de los años 60, la Agencia de Proyectos de Investigación (ARPA) del departamento de defensa definió el protocolo (TCP/IP). Aunque parezca extraño, la idea era garantizar mediante este sistema la comunicación entre lugares alejados en caso de ataque nuclear. Ahora el TCP/IP sirve para garantizar la transmisión de los paquetes de información entre lugares remotos; siguiendo cualquier ruta disponible.

En 1975, ARPAnet comenzó a funcionar como Red, sirviendo como base para unir centros de investigaciones militares y Universidades, y se trabajó en desarrollar protocolos más avanzados para diferentes tipos de computadoras y cuestiones específicas.

En 1983 se adoptó el TCP/IP como estándar principal para todas las comunicaciones, y en 1990 desapareció el ARPAnet para dar paso junto a otras redes TCP/IP a Internet. Por aquel tiempo también comenzaron a operar organizaciones privadas en la red. Internet une muchas redes, incluyendo como más importante la que proporciona acceso a los grupos de noticias (Usenet), que data de 1979 y, conceptualmente la World Wide Web, de principios de 1990.

- Centros de comunicación

Un centro de comunicación, centro de conexión, café internet, cibercafé o simplemente ciber, es un lugar comercial que permite, por medio de un pago determinado, obtener por un tiempo establecido acceso a la navegación en Internet y a otros servicios de la red como mensajería instantánea, correo electrónico, video conferencia o voz sobre IP, llamadas locales, larga distancia nacional e internacional y a teléfonos celulares y otros servicios tales como encomiendas, fax, fotocopias, impresiones, receptoría de avisos. En algunos de ellos se ofrece, además, venta de bebidas, chucherías, prensa y revistas.

El primer cíber en el mundo, llamado Café Cyberia, fue abierto en Londres, Inglaterra, por Eva Pascoe y Gene Teare en 1994 (Mehmet y Tuncay, 2006). A partir de entonces muchos centros de comunicación han sido abiertos en todas

partes. Además de los servicios mencionados anteriormente, en estos locales se puede hacer uso de aplicaciones de oficina, software de edición de imágenes y utilidades de software como juegos y muchas otras más. También en estos sitios es frecuente contar con servicios de escáner, quemado de CD o DVD, lectores de memorias para cámaras fotográficas y una variedad de periféricos que no son de uso común en una casa. Los centros de comunicación o cibercafés han contribuido grandemente a la masificación de Internet en especial en comunidades donde los altos costos para tener acceso a la tecnología, dificulta que la gente tenga la posibilidad de contar con Internet en sus hogares.

- Correo Electrónico

El correo electrónico, o en inglés e-mail (electronic mail), es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes rápidamente (también denominados mensajes electrónicos o cartas electrónicas) mediante sistemas de comunicación electrónicos. Principalmente se usa este nombre para denominar al sistema que provee este servicio en internet, mediante el protocolo SMTP el cual se apoya en el protocolo TCP/IP.

Un mensaje electrónico, al igual que una carta convencional, contiene un destinatario, un remitente y un contenido, informaciones usadas por el sistema de transporte para trasladarlo a su destino o devolverlo a su origen si los datos no son correctos. Gracias al correo electrónico, se puede intercambiar texto, sonidos e imágenes con cualquier persona en cualquier parte del mundo en un tiempo récord y con un costo mínimo.

Para que una persona pueda enviar un correo a otra, ambas han de tener una dirección de correo electrónico. Esta dirección la tiene que dar un proveedor de correo, que son quienes ofrecen el servicio de envío y recepción. Es posible utilizar un programa específico de correo electrónico o una interfaz web, a la que se ingresa con un navegador web. La dirección de correo electrónico es un conjunto de palabras que identifican a una persona que puede enviar y recibir correo. Cada dirección es única y pertenece siempre a la misma persona. Una dirección de correo se reconoce fácilmente porque siempre tiene la @, donde la @ significa "pertenece a..."; en cambio, una dirección de página web no. Por ejemplo, mientras que http://www.servicio.com/ puede ser una página web en donde hay información (como en un libro), persona@servicio.com es la dirección de un correo: un buzón a donde se puede escribir.

- Chat

El chat (término proveniente del inglés que en español equivale a charla), también conocido como cibercharla, designa una comunicación escrita realizada de manera instantánea a través de internet entre dos o más personas ya sea de manera privada a través de los llamados chats públicos (mediante los cuales cualquier usuario puede tener acceso a la conversación) o privada, en los que se comunican sólo 2 personas a la vez. El chat es un sistema para hablar (mediante texto) en tiempo real con personas que se encuentran en otras computadoras conectadas a la red. En algunas versiones permite el uso de la voz. Un aporte importante de los chats al plano de la investigación es, sin duda, la posibilidad de poder intercambiar en línea, con otros usuarios, archivos, textos, imágenes, entre otros.

- Descarga de archivos

Descargar (download en inglés) es copiar datos (generalmente un archivo entero) de una fuente principal a un dispositivo periférico. El término se utiliza a menudo para describir el proceso de copiar un archivo de un servicio en línea a la computadora.
En el cuadro 1 se resumen las actividades que normalmente se realizan a través de internet.

Cuadro 1. Lo que puede hacerse en Internet.

Función	Descripción
Comunicarse y colaborar	Enviar mensajes por correo electrónico; transmitir documentos y datos; participar en conferencias-e
Acceder a Información	Buscar documentos; consultar bases de datos y catálogos de bibliotecas; leer folletos, manuales , libros y anuncios electrónicos
Participar en Discusiones	Unirse a grupos de discusión interactivos; efectuar transmisión de voz.
Proporcionar Información	Transferir archivos de computadora con texto, programas, gráficos, animaciones o videos.
Encontrar Entretenimiento	Jugar con videos interactivos; ver cortos de videos; escuchar música; leer revistas y libros
Realizar Transacciones de Negocios	Anunciar, vender y comprar bienes y servicios

Fuente: Elaboración propia.

- Perfil del usuario

Para Castells (2001), la razón de ser de cualquier entidad dedicada a ofrecer

servicios de información, es el usuario. Así, el usuario es el personaje principal de la trama informática, es el principio y fin del ciclo de transferencia de la información: él solicita, analiza, evalúa y recrea la información. Por tanto, la creación, organización y evaluación de unidades de información están determinadas por las necesidades de sus usuarios, ya sean éstos reales o potenciales. Si bien lo anterior es evidente, por lo mismo pasa desapercibido y no se toma en cuenta al planear servicios de información.

La presentación de las características del usuario debe ser sistematizada y consistente a través de la precisión de su perfil. Así, Sáez (2003), describe que el término perfil se deriva de la psicología; dentro de esta disciplina es entendido como el "…conjunto de medidas diferentes de una persona o grupo, cada una de las cuales se expresa en la misma unidad de medición…". Esto es, que ciertas características de un individuo son medidas mediante pruebas que arrojan puntuaciones diferentes, estas puntuaciones constituyen su perfil, el cual es utilizado con fines diagnósticos.

La facilidad del manejo, su versatilidad, la gran variedad de servicios y su atractivo, hacen que Internet haya rebasado todos los límites de lo imaginable, haciendo que cada día accedan a él, más usuarios. No obstante, se podría pensar que Internet tiene muy pocos contenidos positivos y que influye demasiado negativamente en la vida y forma de ser de sus usuarios, que genera dependencia y conflictos, mientras que, por el contrario, también podría pensarse que Internet posee muchísimos aspectos positivos, sobre todo si se sabe aprovechar con inteligencia y se sabe usar con ciertos criterios. Internet aporta gran información sobre muchísimos y muy diferentes temas, puede ayudar a cierta socialización, a las relaciones variadas, directas y rápidas, a la desinhibición, al desarrollo de la imaginación, de la comunicación y los intercambios, al escape de la vida cotidiana, y en muchos casos, al desarrollo personal.

Fernández (2004) señala que estudios, sobre todo de corte descriptivo, apuntan a que podemos atribuir patrones de conducta y ciertos rasgos específicos a los diferentes usuarios de Internet; ésto nos permitiría clasificarlos en un número pequeño de grupos (que no son ni exclusivos, ni independientes) y así analizar las características que los definen.

Según Fernández (2004) entre los grupos posibles de usuarios en Internet se

pueden señalar los siguientes:

•Profesionales: Aquellos que dedican largos períodos de su tiempo de trabajo al uso y manejo del ordenador (y de Internet) para conseguir información, crear contenidos, programa, aunque ello puede crear adicción, lo más común es que con el tiempo ese trabajo se puede convertir en algo pesado y causar cierto hastío, tedio y desencanto.

•Aficionados, sujetos interesados en la Red por sus contenidos y para lograr propósitos, hacer intercambios o socializar, pero todo en un marco de normalidad, sin establecer demasiados lazos ni que se creen interferencias en el desarrollo normal de sus actividades y obligaciones.

•Perturbadores, se trata de ciertos sujetos que por muy diferentes motivos, entran en la red para perturbar, perjudicar, molestar, aprovecharse, causar daños y problemas a otros usuarios.

•Adictos se refiere a individuos que dependen demasiado de internet, piensan demasiado en él, les crea interferencias en el desarrollo normal de su vida, de sus actividades y obligaciones, sienten la necesidad de incrementar el tiempo de estar conectados al ordenador, tienen cierto síndrome de abstinencia, disminuyen el tiempo de actividad física, cambian los patrones del sueño y adicionalmente buscan compensaciones que no encuentran fácilmente en su vida cotidiana (estimulación social, afiliaciones, reconocimiento).Aspectos legales del uso de internet por parte de niños, niñas y adolescentes en Venezuela

El 25 de septiembre de 2006 se publicó en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, bajo el número 38529, la Ley para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes en Salas de Uso de Internet, Videojuegos y otros Multimedias (LEY, 2006). El objeto de esta normativa consiste en garantizar a todos los niños, niñas y adolescentes, el ejercicio y disfrute pleno y efectivo de sus derechos, a una información adecuada que sea acorde con su desarrollo integral y a la salud, en el uso, alquiler, compra, venta y permuta de juegos computarizados, electrónicos o multimedia y en salas de internet. Además, promover el uso adecuado de los servicios de Internet con fines educativos, recreativos y para la libre comunicación entre las personas y favorecer la participación de las familias, organizaciones sociales y personas en general en la protección integral de los niños, niñas y adolescentes.

La normativa regula la permanencia e ingreso de niños, niñas y adolescentes a dichos centros. En este sentido, estipula, en su artículo 6, que los niños y niñas menores de nueve años de edad, sólo podrán ingresar y permanecer en las Salas de Uso de Internet, Videojuegos y otros Multimedias (Salas) acompañados por su padre, madre, representante, responsable o familiar mayor de dieciocho años.

Se prohíbe que en las Salas, los niños, niñas y adolescentes tengan acceso a información pornográfica y toda aquella inadecuada para su desarrollo integral. Todas las Salas deben fijar, en un lugar visible y en dimensiones que garanticen su fácil lectura, un cartel público a los fines de difundir la LEY. Dicho cartel deberá indicar dirección y teléfono de las autoridades públicas y servicios ante las cuales se puede denunciar el incumplimiento de la LEY, entre ellas:

el Consejo Municipal de Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes, el Fiscal del Ministerio Público, el Defensor o Defensora del Pueblo y las Defensorías de Niños, Niñas y Adolescentes del Municipio y demás instancias con competencia en la materia. Asimismo, los protectores de pantalla y ambientes de todas las computadoras y equipos de las salas de servicios de Internet deben incorporar mensajes dirigidos a la promoción de la LEY. Las Salas podrán reservar espacios destinados a uso exclusivo de personas adultas.

Todas las Salas están obligadas a implementar controles, mecanismos de seguridad y programas en las computadoras y equipos destinados a niños, niñas y adolescentes para hacer cumplir el articulado establecido en la LEY.

Entre las obligaciones que tienen las empresas y establecimientos de Salas, de carácter privado o del Estado, está el notificar la existencia y los servicios que presta a los Consejos Municipales de Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes donde se encuentren ubicados. Además, deben contar con personal idóneo y suficiente para supervisar el cumplimiento efectivo de las regulaciones previstas en la LEY y velar porque los niños, niñas y adolescentes que se encuentren en las Salas estén protegidos por la LEY.

Se contempla el cierre de las salas en el caso de incurrir en aquellas infracciones consideradas graves, como es el acceso a información pornográfica, a aquellas que promuevan la explotación sexual, así como a las inadecuadas de lenguaje o violencia.

Metodología

La investigación se planteó como una investigación de tipo descriptiva, de campo con diseño no experimental y transeccional (Hernández et al., 2006). Para la recopilación de los datos se realizó el diseño de un instrumento constituido por 42 itemes con alternativas de respuesta siempre, casi siempre, casi nunca y nunca. El instrumento fue validado por expertos y la confiabilidad del mismo fue calculada con el Alpha de Cronbach, dando como resultado 0,86.

Se aplicó el instrumento a 130 usuarios, quienes asistieron los días viernes y sábados de 6:00 a 7:00 PM a 20 centros de comunicación ubicados en las parroquias Alonso de Ojeda, Venezuela, Eleazar López Contreras, Campo Lara y Libertad. Los días y los horarios fueron seleccionados después de entrevistarse con los dueños de los locales, quienes manifestaron que en dichos días y horas se presenta mayor ingreso de personas a este tipo de negocios, lo cual fue corroborado con la observación directa realizada. En la tabla 1 se muestra la distribución de los centros de comunicación en las distintas parroquias y la cantidad de usuarios entrevistados en cada uno de estos centros.

Tabla 1. Distribución de usuarios encuestados por centros de comunicación en las distintas parroquias del municipio Lagunillas del estado Zulia.

Nombre de la Parroquia	Cantidad de Centros de Comunicación	Cantidad de usuarios encuestados
Alonso de Ojeda	9	52
Venezuela	6	38
Eleazar López Contreras	3	20
Campo Lara	0	0
Libertad	2	20
Total	20	130

Fuente: Elaboración propia.

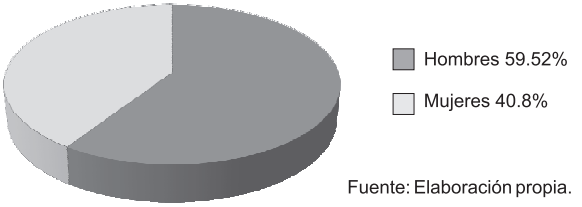
Una vez aplicado el instrumento, se procedió a registrar los datos obtenidos provenientes de los usuarios en los diferentes centros de comunicación en las distintas parroquias del municipio Lagunillas del estado Zulia. La información fue registrada en tablas con las diferentes lecturas ordenadas según las escalas de actitud tipo Lickert. Para el análisis de los datos se utilizó el

programa estadístico SPSS, versión 15.0. Los datos fueron analizados aplicando estadísticas descriptivas, concretamente distribución de frecuencias absolutas y relativas.

Descripción de los resultados obtenidos

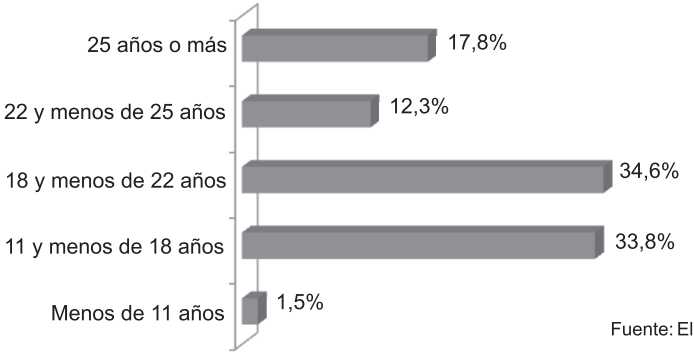
El análisis sociodemográfico mostró que de los usuarios de Internet en el Municipio Lagunillas, el 59,2% son hombres y el 40,8% son mujeres. Igualmente, refleja que éstos son individuos localizados, principalmente, en el estrato de edad comprendido entre los 11 y 25 años. De éstos los ubicados en el intervalo menor a 22 años son más numerosos (70,0%) que los pertenecientes al estrato de 22 a 25 años (12,3%). Por ocupación, los usuarios de Internet son mayoritariamente estudiantes (86,9%), de los cuales el 50% son de bachillerato y 32% son universitarios, mientras que el 69,2% son desempleados.

Figura 1. Usuarios de internet en los centros de comunicación del municipio Lagunillas clasificados por sexo.



Fuente: Elaboración propia.

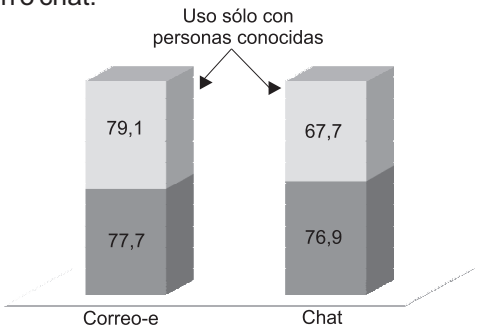
Figura 2. Edad de los usuarios de internet en los centros de comunicación del municipio Lagunillas.



Fuente: Elaboración propia.

El 77,7% utiliza el correo electrónico; de éstos el 82,3% envía mensajes sólo a personas conocidas. El 75,3% manifestó que utiliza el servicio de conversación o chat, de los cuales el 32,3% afirma que ocasionalmente lo hace con personas desconocidas a través de Internet (Fig. 3).

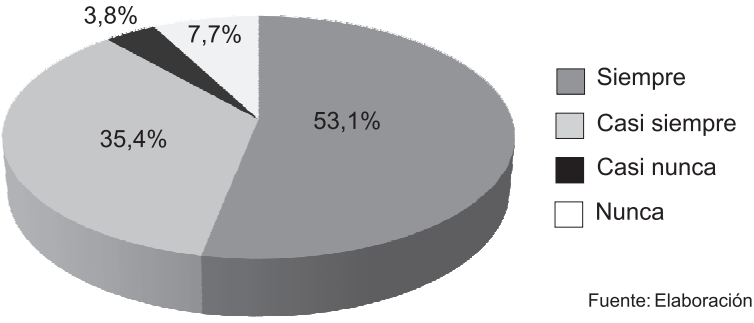
Figura 3. Porcentaje de usuarios de internet en los centros de comunicación del municipio Lagunillas que utilizan el servicio de correo electrónico y de conversación o chat.



Fuente: Elaboración propia.

Como puede observarse en la figura 4, el 88,5% de los encuestados manifestó estar siempre o casi siempre satisfechos con la información que consigue a través de internet en los centros de comunicación. Esto permite que estos locales sean ampliamente utilizados para hacer conexión, a través del internet, con algunas páginas de interés personal o grupal.

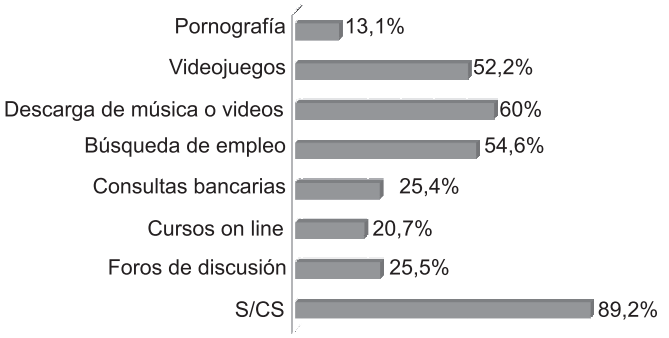
Figura 4. Satisfacción con la información obtenida a través de internet por parte de los usuarios.



Fuente: Elaboración propia

El 89,2% utiliza siempre o casi siempre (S/CS) algún buscador para asuntos relacionados con su trabajo o estudio. De éstos, el 25,5% participa en foros de discusión referentes a temas específicos; el 20,7% realiza cursos de formación on line; 25,4% efectúa consultas bancarias y 54,6 % busca trabajo a través de internet (ver Fig. 5). Además, el 60,0% de los usuarios acude a los centros de comunicación a "descargar" música o videos; 52,2% utiliza los videojuegos y 13,1% de los usuarios admite visitar sitios pornográficos.

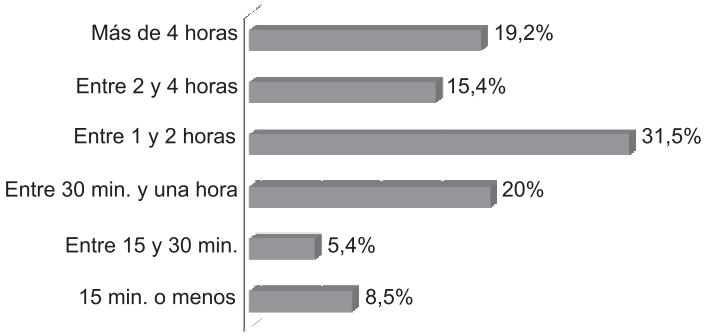
Figura 5. Principales tipos de actividades que realizan los usuarios.



Fuente: Elaboración propia.

En la figura 6 se muestra la cantidad de horas semanales que permanecen conectados a internet quienes asisten a los centros de comunicación en el municipio Lagunillas del estado Zulia.

Figura 6. Tiempo que permanecen conectados a internet los usuarios.



Fuente: Elaboración propia.

Internet entre niños, niñas y adolescentes

El 73,1% de los usuarios considera que el acceso a internet debe ser supervisado. Sin embargo, no se observó en ninguno de los centros de comunicación visitados, la existencia del cartel público ni en los protectores de pantalla los mensajes dirigidos a difundir y promocionar la LEY. Sólo un centro de los 20 encuestados (5%) tiene programas (filtros) de monitoreo y control que permiten bloquear o limitar el acceso a portales de Internet que contengan elementos inadecuados para los niños, niñas o adolescentes.

Como puede observarse en la figura 2, el 35,3%, aproximadamente, de los encuestados son niños, niñas o adolescentes y por lo tanto susceptibles de la aplicación de la LEY. De éstos, el 1,5% tienen menos de 11 años. Ninguno de ellos se encontraba, al momento de la encuesta, acompañado por su padre, madre, representante, responsable o familiar mayor de dieciocho años.

El grupo de niños, niñas y adolescentes acuden a los centros de comunicación por diversas razones. Durante el tiempo de conexión realizan distintas actividades. El 73,9% descarga música desde varios sitios de internet, mientras que el 26,1% manifestó que nunca lo hace. El 75% de ellos descarga videos; el 78,3% utiliza los videojuegos contra un 21,7% que dice que nunca juega por internet. El 91%, aproximadamente, utiliza algunos buscadores de internet para realizar sus tareas escolares y sólo el 25% del grupo de adolecentes manifestó que realiza cursos de formación en línea. Por otra parte, el 39,1% afirmó que es habitual en ellos utilizar el Chat con personas desconocidas.

El 59,2% de todos los encuestados manifestó conocer la LEY. De éstos, el 52,2% corresponde al grupo de menos de 18 años. El 86.9% de los encuestados afirmó que nunca acceden a sitios pornográficos en los centros de comunicación; de éstos el 78,3% son niños, niñas o adolescentes.

Conclusiones

Estudios sobre perfiles de usuarios muestran que las conexiones desde centros de acceso colectivo, es decir desde los centros de comunicación, ha venido disminuyendo durante los últimos tres años, debido a los esfuerzos de las empresas de telecomunicaciones por promover sus servicios en los hogares. Actualmente no hay diferencia significativa entre las conexiones

desde los centros de comunicación (49%) y los hogares (48%). (Tendencias Digitales, 2011).

El conocimiento sobre la frecuencia y los motivos de uso de Internet, podría usarse como un indicador del grado de madurez de la utilización de esta herramienta, lo que puede servir de referencia en la aplicación de medidas que impulsen el desarrollo tecnológico (ENHOGAR, 2007).

En el caso de los usuarios de internet en centros de comunicación del municipio Lagunillas del estado Zulia, existe una marcada diferencia con relación al uso de Internet según el sexo, siendo el sexo masculino el predominante en estos centros. La mayoría de los usuarios son jóvenes con menos de 25 años y cuentan con estudios secundarios o superiores. Debido a esta condición el principal uso que los usuarios dan a internet es la búsqueda de información para estudios (adquisición de conocimientos), envío y recepción de correos electrónicos, mensajería instantánea, chat y consultas bancarias.

Entre los usuarios encuestados, Internet no es utilizado para hacer compras debido al bajo poder adquisitivo que la mayoría de ellos presenta siendo, además, la mayoría desempleado. Otros no lo hacen aduciendo motivos de seguridad, privacidad, por temor a dar los números de las tarjetas de crédito o por desconocimiento de los sistemas.

Si bien el tiempo de conexión no es, por sí sólo, un indicador de una posible adicción a internet (Byun et al., 2009), en el caso estudiado no pareciera que hubiese tal adicción, pues el tiempo no es excesivamente alto ni las actividades que frecuentemente llevan a cabo los jóvenes usuarios, pueden ser considerados como adictivos (Grohol, 2005), aun cuando el 69,2% de los encuestados considera que internet puede crear dependencia. Como fue indicado anteriormente, la mayor parte de los usuarios de internet en centros de comunicación del municipio Lagunillas del estado Zulia, son estudiantes y desempleados lo que pudiese ser una limitante en el tiempo y uso de la conexión.

De acuerdo a la clasificación hecha por Fernández (2004) sobre los grupos posibles de quienes acceden a Internet, el perfil mostrado por los usuarios de los centros de comunicación del municipio Lagunillas del estado Zulia, es el de Aficionado. Además, dado el tipo y tiempo de conexión aunado a

que el patrón de usos se concentra más en comunicaciones, socialización, tareas escolares y búsqueda de información y muy baja penetración de transacciones (comercio y banca electrónica), clasifica a estos usuarios como pertenecientes a los sectores D y E de la población (Tendencias Digitales, 2011).

Bibliografía

Barry M. Leiner, Vinton G. Cerf, David D. Clark, Robert E. Kahn, Leonard Kleinrock, Daniel C. Lynch, Jon Postel, Lawrence G. Roberts, Stephen Wolff. (1997): "Una breve historia de Internet (Primera parte)". Novática Nro. 130, p. 4, 1997. Documento en línea disponible en http://www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html. Fecha de consulta junio 2011.

Byun S., Ruffini C., Mills J. E., Douglas A. C., Niang M., Stepchenkova S., Lee S. K., Loutfi J., Lee J.-K., Atallah M., Blanton M (2009):. "Internet Addiction: Metasynthesis of 1996–2006. Quantitative Research". *Cyberpsychology & Behavior*, Volume 12, Number 2, Mary Ann Liebert, Inc. DOI: 10.1089/cpb.2008.0102.

Castell, M. (2001): Internet y la sociedad en red. Lección inaugural del programa de doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Barcelona UOC.

ENHOGAR (2007): Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiples. Oficina Nacional de Estadística. República Dominicana. Documento en línea disponible en http://www.one.gov.do/index.php?module=articles&func=view&catid=201. Fecha de consulta junio 2011.

Fernández, J. (2004): Perfiles de personalidad diferenciales de usuarios de Internet. Editorial de la Universidad de Salamanca, España.

Grohol J. M. (2006): Internet Addiction Guide. Documento en línea disponible en, http://psychcentral.com/blog/archives/2005/04/16/internet-addiction-disorder/. Fecha de consulta noviembre 2011..

Hernández, R., Fernández C. y Baptista P**.** (2006): Metodología de la Investigación. México. McGraw Hill.

LEY (2006). Ley para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes en Salas de Uso de Internet, Videojuegos y otros Multimedias. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nro. 38529, 25 de septiembre de 2006.

Mehmet G. y Tuncay S. (2006). "Profile of Internet Cafe users in Turkey". Telematics and Informatics 24, p. 59–68.

ONA (2009). Oficina Nacional de Estadística, Secretaría de Estado de Economía, Planificación y Desarrollo, República Dominicana. Perfil de Usuarios de Internet en República Dominicana. Panorama Estadístico, AÑO 2, Nº 13 BOLETÍN MENSUAL MARZO 2009. Documento en línea disponible en www.one.gov.do/. Fecha de consulta noviembre 2011.

Sáez Vacas, F. (2003): Innovación tecnológica y reingeniería en los procesos educativos. En Alonso, C. (coord.). La Tecnología Educativa a finales del s. XX: concepciones, conexiones y límites con otras asignaturas. Barcelona: Eumo-Grafic Sáez Vacas.

Tendencias Digitales (2011): En 2012 más de la mitad de los venezolanos estarán conectados a la red. Documento en línea disponible en http://www.tendenciasdigitales.com/771/%E2%80%9Cen-2012-mas-de-la-mitad-de-los-venezolanos-estaran-conectados-a-la-red%E2%80%9D/. Fecha de consulta noviembre 2011.

Notas:

1. Trabajo presentado por la Ing. Anaylen López para obtener el grado de Magister Scientiarum en Telemática en la Universidad Rafael Belloso Chacín (URBE), Maracaibo, Edo. Zulia, Venezuela.

Gestión y Gerencia
DEPÓSITO LEGAL: pp200702LA2779
ISSN: 1856-8572

Normas para los colaboradores

GESTIÓN Y GERENCIA es una Revista Científica del Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado" orientada a la publicación de colaboraciones que versen sobre temas relativos a la gestión, la gerencia y en general, las ciencias sociales. Nuestras publicaciones tienen resúmenes en idiomas español, portugués e inglés a fin de incrementar relaciones con nuestros pares en Iberoamérica y de habla inglesa e interactuar con ellos en la respectiva área del conocimiento. La revista recibe colaboraciones permanentemente y tiene una frecuencia cuatrimestral con números en Abril, Agosto y Diciembre.

Las siguientes normas rigen la Revista Gestión y Gerencia:

1. Los colaboraciones serán dirigidas a la Dirección de la revista a través del correo electrónico gestionygerencia@gmail.com como un anexo de correo electrónico. Los trabajos deberán ser inéditos y no haber sido propuestos simultáneamente a otras publicaciones.

2. Las colaboraciones deberán ser remitidas en formato de Word y las tablas, gráficos e imágenes deben adjuntarse en los programas originales en los cuales se realizaron. Las colaboraciones tendrán una extensión mínima de 15 páginas y máxima de 20, tamaño carta, con interlineado de 1.5 en letra "Arial", tamaño 12 y con márgenes superiores, inferiores, derechos e izquierdos de 2.5 cms.

3. La revista considera publicables las colaboraciones en modalidad de artículos de investigación, ensayos, ponencias y aquellas que bajo otro formato se consideren pertinentes a juicio del comité editorial.

4. Los artículos de investigación se deberán organizar en el orden que se indica: Portada, Introducción, Contenido, Metodología, Resultados, Conclusiones y Referencias.

5. Los ensayos se estructurarán de la siguiente manera: Portada, Introducción, Contenido, Conclusiones (donde puede incluirse el punto de vista del autor o autores) y Referencias.

6. Las ponencias se presentarán en formato libre, salvo las tablas, gráficos e imágenes, las cuales deben adjuntarse en los programas originales con los cuales se realizaron. Tales ponencias están sustentadas en las charlas y exposiciones efectuadas y su presentación y redacción expresan las técnicas, gramática y maneras de abordar los temas por los autores.

7. La portada de las colaboraciones deberá contener la siguiente información:

- Título en español, inglés y portugués.
- Nombre y datos del autor o autores. Sólo se permitirá un máximo de 3 autores por artículo, ensayo o ponencia. Deberá colocarse debajo del nombre y apellidos de cada autor, el último grado académico obtenido, su profesión, vinculación académica o profesional y correo electrónico.
- Resumen en español, inglés y portugués. El resumen será escrito con un máximo de 200 palabras, incluyendo: propósito u objetivo, metodología (si aplica), resultados y conclusiones más relevantes.
- Palabras clave en español, inglés y portugués: Se colocarán un máximo de 5 palabras clave en orden alfabético.

8. La presentación textual de las citas, deberá ser realizada indicando el apellido del autor, año de publicación y la página (Apellido, año, p una página, pp. más de una página) y colocarla entre comillas si es menor a 40 palabras. En caso de que se haga referencia a dos autores, deben escribirse los apellidos de ambos. Si son más de dos debe usarse “et al.” Cuando se citen varias publicaciones que sustenten un mismo argumento, debe separarse cada referencia con punto y coma (Autor 1, año; Autor 2, año). Para diferenciar publicaciones del mismo autor con el mismo año, utilizar letras minúsculas (Autor, 2008a) y (Autor, 2008b).

9. Las referencias vendrán en estricto orden alfabético indistintamente de su fuente. Se identificarán siguiendo las siguientes pautas:

- Artículos de revistas académicas y profesionales: Apellido, Nombre (año). “Título del artículo entre comillas”. Nombre de la revista en

- Libros: Apellido, Nombre (año). Título del libro en cursiva. Ciudad. Editorial.
- Capítulo de libro: Apellido, Nombre (año). “Título del Capítulo entre comillas”. En Apellido, Nombre (Coordinador/Editor): Título de libro en cursiva, páginas correspondientes al capítulo. Ciudad. Editorial.
- Conferencias, ponencias y similares: Apellido, Nombre (año, día de mes). Título en cursiva. Evento. Ciudad y País.
- Artículos en diarios: Apellido, Nombre (año, día de mes). Título en cursiva. Nombre del diario. País. Página o sección.
- Tesis de grado no publicadas: Apellido, Nombre (año). Título de la tesis en cursiva. Tesis no publicada. Institución. Facultad. Ciudad. País.
- Documentos electrónicos: Apellido, Nombre (año). Título del artículo en cursiva. Disponible en: Página web (Fecha de consulta).

10. Las colaboraciones serán sometidas a revisión por parte de árbitros bajo el esquema de doble ciego-juicio de pares. El Consejo Editorial comunicará al autor o autores el resultado de las evaluaciones que pueden ser: aceptación, aceptación con modificaciones o rechazo.

11. El envío de una colaboración por el autor o autores y su aceptación por el Comité Editorial de la revista equivale a la celebración de un contrato por medio del cual el autor o autores ceden los derechos de publicación a la revista Gestión y Gerencia, reservándose ésta la facultad para hacer modificaciones de forma si las considera necesarias para ajustarlas al estilo y formato editorial de la revista. En todo caso, el contenido de las colaboraciones es exclusiva responsabilidad de su autor o autores.

Índice Acumulado 2007-2011

Gestión y Gerencia, Vol. 03, No. 01, Abril 2009.
Director: Concetta Esposito de Díaz.
Artículos: **Jesús Antonio Pérez:** Modelo teórico sistémico de la administración basado en las diferentes corrientes epistemológicas del pensamiento (p. 4-18). **Cecilia Cordero Saldivia:** Conceptos y estrategias de mercadeo aplicados a la empresa Farmatodo C.A. (año 2006) (p. 19-36). **Angélica Rauch, Carolina Mendoza:** Análisis de la cuenta de producción da la industria azucarera del Estado Lara. Período 2001-2002 (p. 37-52). **Juan José Pérez Sánchez:** Prosperidad económica en Venezuela y resultados electorales (1999-2007) (p. 53-72).

Gestión y Gerencia, Vol. 03, No. 02, Agosto 2009.
Director: Concetta Esposito de Díaz.
Artículos: **Antonio Guillén, José Luis Rodríguez, Yelitza Vega:** Redes empresariales, alternativa de desarrollo gerencial para PyMEs del sector plástico del Estado Lara (p. 4-27). **Gladys Santiago de Pérez:** Desempeño docente en la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado": mejoramiento a través de un modelo teórico de cultura organizacional (p. 28-39). **Samahir del Valle Perozo Yustiz:** Evolución de la situación financiera de la banca universal y comercial en Venezuela. Periodo 2006-2007 (p. 40-60). **Luis Sigala Paparella, Fidel León Darder:** Emprendimiento corporativo en las filiales de multinacionales establecidas en Venezuela (p. 61-80).

Gestión y Gerencia, Vol. 03, No. 03, Diciembre 2009.
Director: Concetta Esposito de Díaz.
Artículos: **Zahirá Moreno Freites:** Desafíos y perspectivas de la evaluación por resultados en la administración pública: un reto para la gestión universitaria (p. 4-23). **Carmen Leyde Torrealba Rojas:** Redes de innovación productiva. Abordaje social de la gestión pública. Caso: Estado Lara (p. 24-41). **Eduardo Pateiro Fernández:** Construyendo la identidad: emancipación desde lo cotidiano (p. 42-58). **Lisbet Carrillo, Solferina Unda Vivas:** Enfoque estratégico de la relación gerencia-familia-propiedad en las empresas familiares del sector construcción (p. 59-73).

Gestión y Gerencia, Vol. 04, No. 01, Abril 2010.
Director: Concetta Esposito de Díaz.
Artículos: **Angiebelk Yaqueline Monsalve García:** Hacia una plena integración de los diversos actores: gobierno-industria-universidad en estrategias sectoriales (p. 4-23). **Lenny Escalona Anzola:** Empresas familiares: problemas existentes en los círculos familia y sucesión en las organizaciones pertenecientes a los medios de comunicación impresos en Venezuela (p. 24-40). **Leonel Salazar Reyes:** Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Propiedad Intelectual. Una mirada al sistema venezolano (p. 41-60). **Esther Jiménez Caballero:** Propiedades psicométricas del Leymann Inventory of Psychological Terrorization (LI PT 60) (p. 61-82).

Gestión y Gerencia, Vol. 04, No. 02, Agosto 2010.
Director: Concetta Esposito de Díaz.
Artículos: **Aurora Anzola Nieves:** Desarrollo humano, principio de corresponsabilidad y tecnologías de información y comunicación en Venezuela (p. 4-19). **Maritza Torres, Amelec Viloria, Carmen Vásquez:** Diagnóstico sobre la aplicación de las funciones básicas de gestión de la innovación en la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado" (p. 20-38). **Luisa Benavides, Dánae Rondón:** Sistema autopoiético de evaluación de procesos de desarrollo endógeno

industrial sustentable: una aproximación teórica (p. 39-62). **Enedina Rodríguez, Carmen Valdivé:** Significado institucional referencial de la función afín y ecuación lineal en la economía (p. 63-87).

Gestión y Gerencia, Vol. 04, No. 03, Diciembre 2010.
Director: Concetta Esposito de Díaz.
Artículos: **Alberto Chasaigne:** Evaluación de híbridos experimentales de maíz en fincas de agricultores: estrategia de fundación Danac para aumentar la adopción de cultivares mejorados (p. 4-19). **Carmen B. Barrera, Elsa E. Petit:** Gestión tecnológica en unidades de servicios de tecnología de información y comunicación en la empresa pública venezolana (p. 20-47). **Livia H. Vielma, Andrés Muñoz M.:** Creación de la unidad de evaluación de la calidad de los servicios de la gestión administrativa del ministerio del poder popular para la educación de Venezuela (p. 48-68). **Beatriz C. Carvajal:** Coo-petencia, co-inspiración y redes sociales. Propuesta para potenciar la inter y transdisciplinariedad en la gestión del conocimiento (p. 69-83). **Simón A. Parisca:** Conferencia: ¿Gerencia de la Innovación o Innovación en la Gerencia? (p. 84-86).

Gestión y Gerencia, Vol. 05, No. 01, Abril 2011.
Director: Concetta Esposito de Díaz.
Conferencia: **Alexis Mercado:** Integración universidad-industria mediante la conformación de redes tecnoproductivas (p.4-19). Artículos: **Belkys Ordóñez:** Estrategias de poder en las relaciones de genero profesor-alumna en el Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (II-2009) (p. 20-47). **Nestor García S. y Concetta Esposito de D.:** Identificación de la gestión tecnológica en Carrocerías Sánchez Tati C.A. (p. 48-67). **Roxana Martínez S.:** Modelos para la implementación de la gestión de la calidad total en las PYMEs latinoamericanas (p. 68-86).

Gestión y Gerencia, Vol. 05, No. 02, Agosto 2011.
Director: Concetta Esposito de Díaz.
Conferencia: **Ignacio Avalos G.:** La universidad venezolana en tiempos de la sociedad del conocimiento (p.4-6). Artículos: **Dayram Alfonzo, Eliel Chang, Yris González, Juan Rodríguez y Elisa Verruschi:** Evaluación de materias primas para la producción de biocombustibles mediante el proceso de pirolisis (p. 7-30). **Lisandro Alvarado P.:** Reflexiones teóricas: Valores éticos en la prestación de servicios de la administración pública (p. 31-58). **Noryis Dubain:** Características del servicio comunitario bajo la modalidad de aprendizaje servicio, en la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado" (p. 59-89). **Rita Ávila:** Vinculación del programa Ingeniería Agroindustrial de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado con su entorno: Un reto para la transferencia tecnológica (p. 90-106).

Gestión y Gerencia, Vol. 05, No. 03, Diciembre 2011.
Director: Concetta Esposito de Díaz.
Artículos: **Fernando Pinto y Jhonny Mendoza:** Gestión de la comunicación comercial de los productos biotecnológicos dirigidos al sector agroproductivo en Venezuela. Caso: Fundación Ciepe, Año 2008 al 2009 (p. 4-26). **Fany Tarabay y Adolfo Perinat:** Educación, cultura y desarrollo humano en Venezuela (p. 27-55). **Gladys Rodríguez y Eddy Rodríguez:** Gerencia en los procesos en la era de Internet: Caso organizaciones de e-commerce (p. 56-82).

Aurora Anzola: Herramientas de participación en el marco jurídico institucional venezolano. Caso: Consejos comunales (p. 83-103). **Rubén Acevedo:** Análisis de la evolución del marco legal del servicio eléctrico venezolano en el período 2000 al 2010 (p. 104-122). **Anaylen López y Rubén Cadenas:** Perfil de usuarios de Internet en centros de comunicación del Municipio Lagunillas del Estado Zulia, Venezuela. (p. 123-142).

Árbitros de esta edición:

Ana Rojas de González. UPEL

Carmen Valdivé Fernández. UCLA

Aurora Anzola. UCLA

Minerva Arzola. UNEXPO

Angiebelk Monsalve. CNTQ

Alberto Mirabal. UCLA

Matilde Flores. LUZ

Carmen Vásquez. UNEXPO

LA PUBLICACIÓN DE ESTA REVISTA HA SIDO POSIBLE GRACIAS AL APORTE DE:
CENTRO DE INVESTIGACIÓN
DECANATO DE ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA DE LA UCLA
Y LOCTI