

CARIBEÑA DE CIENCIAS SOCIALES



SAI
Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

eumed.net
Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

Vol 11 N° 10 abril-junio 2022

ISSN: 2254-7630

DOI <https://doi.org/10.51896/caribe>

<https://www.eumed.net/es/revistas/caribena/abril-junio22>

Director

Dr. Antonio Nadal Masegosa, Universidad de Málaga, España.

Responsable Editorial

Lisette Villamizar Moreno

Administradora de Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

lisette@eumed.net / eumednet@gmail.com

Consejo Editorial y Científico:

Ana Torres Soto, Universidad de Murcia, España

María Lourdes Aranda Garrido, Universidad de Málaga, España

Caterí Soler García, Universidad de Málaga, España

Lucía Rodríguez Olay, Universidad de Oviedo, España

Jorge Ramos Tolosa, Universitat de València, España

Axel Etchart, Universidad Nacional de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, Venezuela

Antonio Rodrigues, Instituto Superior de Educação e Ciências, Portugal

Carlos Ruz Saldívar, Universidad Veracruzana, México

Benjamín Castillo Osorio, Universidad Nacional de Colombia

Eduardo Morais Bueno, Centro Universitário UNA, Brasil

Letícia Peret Antunes Hardt, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Brasil

Noela Rodríguez Losada, Universidad de Málaga, España

Mario Millán Franco, Universidad de Málaga, España

Laura Domínguez de la Rosa, Universidad de Málaga, España

Miguel Ángel Gómez Salado, Universidad de Málaga, España

Sofía Louise Martínez Martínez, Universidad de Málaga, España

Gustavo Ballesteros Pelegrín, Universidad de Murcia, España

Abraham Bernárdez-Gómez, Universidad de Murcia, España

Patricia Zambrana Moral, Universidad de Málaga, España



T A B L A D E CONTENIDO

DIAGNÓSTICO, DIDÁCTICA Y TEORÍA DE LA EDUCACIÓN CAPITALISTAS. COMUNICAR PARA EL CAPITAL. Antonio Nadal Masegosa.	01
ANÁLISIS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE ATENCIÓN, ASISTENCIA Y REPARACIÓN INTEGRAL A LAS VÍCTIMAS DEL CONFLICTO Y SU IMPACTO EN EL MUNICIPIO DE ALGECIRAS, HUILA. Carlos Andres Marin Reina; María Alejandra Ramírez Galvis.	14
FACTORES QUE INCIDEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR POST COVID 19 EN LOS PUNTOS DE VENTA RETAILING. Karina Calderón Ávila; David Vinueza Soria; Ricardo Consuegra Bosquez.	27



CARIBEÑA DE CIENCIAS SOCIALES

latindex IDEAS EconPapers Dialnet MIAR InDICEs CSIC Scupira

DIAGNÓSTICO, DIDÁCTICA Y TEORÍA DE LA EDUCACIÓN CAPITALISTAS. COMUNICAR PARA EL CAPITAL

Antonio Nadal Masegosa

Universidad de Málaga

<https://orcid.org/0000-0002-2788-0058>

antonionm@uma.es

RESUMEN

Lo políticamente correcto inunda todo aquello relacionado con la enseñanza y su investigación, dentro de una dinámica marcada por la inexistencia de crítica real, las ambigüedades y lo prácticamente inútil. Se publica, por parte de quienes ostentan las categorías de publicaciones alto impacto, toda una serie de estudios, con financiación externa a quien escribe, que no generan conocimiento novedoso alguno, que no influye en política educativa alguna, que no aporta formación didáctica, diagnóstico crítico, o contribuye a una teoría de la educación emancipadora. A través de la presente investigación, se desmonta, mostrando quién paga y las conclusiones que por ello obtiene, un número de la revista presuntamente más importante de educación, comunicación, y estudios culturales.

Palabras clave: Capitalismo, educación, investigación social, publicación científica, teoría de la educación.

CAPITALIST DIAGNOSIS, DIDACTICS AND THEORY OF EDUCATION. COMMUNICATE FOR CAPITAL

ABSTRACT

The politically correct floods everything related to teaching and its research, within a dynamic marked by the absence of real criticism, ambiguities and what is practically useless. A whole series of studies is published, by those who hold the categories of high impact publications, with external funding to the writer, which do not generate any new knowledge, which does not influence any educational policy, which does not provide didactic training, diagnostic for the criticism, or contributes to an emancipatory theory of education. Through the present investigation, it is dismantled, showing who pays and the conclusions obtained for it, an issue of the supposedly most important magazine of education, communication, and cultural studies.

Keywords: Capitalism, education, social research, scientific publication, educational theory.

I. INTRODUCCIÓN

Alguien, probablemente, con mayor influencia para la juventud mundial cuya lengua -por nacimiento o imposición colonialista- es el castellano, que cualquier escrito publicado en cualquier revista indexada en el Journal Citation Reports (JCR) a lo largo de su historia, como Bad Bunny, canta, en Te Boté: “La vida es un ciclo. Lo que no sirve, yo no lo reciclo... ya yo me cansé de tus mentiras...” Sorprendentemente, o no tanto, mencionando a este intérprete, probablemente nos estamos aproximando infinitamente más a la realidad de jóvenes y adolescentes que abordando tantas cuestiones que no importan no solo a las personas de este segmento de edad, sino prácticamente, a nadie, pero que, sin embargo, gracias al citado JCR, propiedad de la multinacional capitalista Web of Science, son artículos de alto impacto... precisamente, por no impactar a nadie en la práctica, más que a quienes ostentan su autoría, que reciben el premio de agencias de calificación estatales que dan por válidos los criterios de las citas que establecen Web of Science y Elsevier (otra multinacional capitalista), pese a que es un sistema tan fácil de corromper, como está acreditado: veámoslo en un simple párrafo.

El citado factor de impacto tuvo un origen bibliotecario, relacionado con la gestión de las colecciones de revistas, y hablamos de ilógica científica plena (Delgado-López-Cózar y Martín-Martín, 2019; Feenstra y Delgado, 2022), no de impacto social alguno, de hecho, impactará probablemente más cualquier intérprete de reggaetón en muchos más aspectos. Hay miles de investigadores/as que publican un artículo cada cinco días (Ioannidis et al, 2018). Las autocitas extremas y las "granjas de citas" (grupos relativamente pequeños de autores/as que citan masivamente los artículos de los/as demás de la granja) hacen que las métricas de citación sean una vergüenza académica universitaria (Ioannidis et al, 2019), y el problema no es que las multinacionales lo autodenominen impacto, la basura no reciclable de momento, como más bien diríamos en una expresión híbrida entre lo que cantaba Bad Bunny y el mundo real, es que los Estados, ministerios de “educación” y universidades consideren cualquier publicación en revistas incluidas en JCR o el ranking de Elsevier con los mismos criterios que dichas multinacionales, en una de tantas simbiosis entre Estados y capital.

No estamos descubriendo o inventando la rueda, pero, sin embargo, no es fácil compilar escritos recientes que aborden la temática de la que hablamos, pese a que está hecho (Fuentes et al., 2012). De nuevo, sorprendentemente, o no, hasta es más fácil encontrarse a intérpretes de reggaetón por un mínimo cambio social, por la dimisión de un político homófobo y machista, o contra algún estereotipo (Fernández, 2019), que algún artículo de presunto alto impacto mencionando, siquiera, lo más mínimo de política o capitalismo. Perro no come carne de perro... y lo que no sirve, yo no lo reciclo. Ya yo me cansé de sus mentiras... Nunca pensé que *La sociedad del espectáculo* (Debord, 1998) llegara a tal punto de emplear a Bad Bunny como referente intelectual de crítica al sistema. Perro no come carne de perro dado que quienes escriben no solo están al servicio del binomio Estado-capital, sino que aman al amo, no conciben la vida sin él, mucho menos aún, la ciencia: la expresión amor al arte no la conocen, sino el amor a JCR y Elsevier, algo incuestionable.

Es como si una trabajadora o un trabajador de McDonald's, fuera de su horario de trabajo, llevara la ropa de trabajo, o consumiera comida basura como forma de vida.

Leer un artículo científico, y no solo sobre enseñanza, sino de un alto número de ciencia sociales, precisamente, puede hacernos llegar a ese "lo que no sirve, yo no lo reciclo". ¿Cómo puede ser que un artículo, a veces con unas críticas pretendidamente demoledoras, sea brutalmente rechazado para una revista, y poco después, publicado en otra? ¿Quiénes están al mando de estas dinámicas, según las cuales el profesorado universitario se juega su futuro profesional en base a publicar en determinadas revistas? ¿Por qué debemos publicar en inglés, por qué debemos someternos a la dictadura de esta lengua (Hernández, 2021), y de las ideologías de las revistas que no desean transformar nada? ¿Existen las palabras política, o capitalismo, en los grandiosos artículos de alto impacto? ¿Por qué hemos de encorsetar nuestros escritos al número de palabras que las revistas determinen, por qué hemos de seguir estúpidas normas e idioteces varias que determinen, a modo de religión, la American Psychological Association (APA), *Harvard*, *Chicago* o a quienes les han dado un mando que no les corresponde? ¿Por qué tantas y tantos académicas y académicos no dicen nada en contra de esto, o, "los/as más radicales", lo dicen en charlas, pero nunca lo publicarán, pese a tener su vida laboral resuelta?

Intelectuales de consumo (Fortes, 2010). Da igual que impongan una mascarilla, o quitársela, unos guantes de latex, o no usarlos, una, cuatro o veinte vacunas, encarcelamientos y confinamientos, comités de expertos que nunca existieron, que los estados de alarma, como en el caso del Estado español, fueran declarados inconstitucionales (Brunet, 2021). Nunca alzarán la voz. Un grupo sin duda más crítico que Bad Bunny, lo expresaba sin género de dudas: "Ellos dicen mierda y nosotros amén" (Porrah, 2006, p. 184).

Es, o debiera ser, relativamente fácil, criticar a los aparatos del Estado. Las hemerotecas, habitualmente, destrozarían a la casi totalidad de la casta política, de izquierdas, derechas, centro o las nuevas ideologías discursivas que se inventen con tal de perpetuar el régimen. Sin embargo, con las temáticas que ahora abordamos, vemos que para la verdadera pandemia de la que hablamos, de momento, no hay vacuna, pero, sin embargo, autores y autoras como Foucault nos fueron de gran ayuda:

nada cambiará en la sociedad si no se transforman los mecanismos de poder que funcionan fuera de los aparatos de Estado, por debajo de ellos, a su lado, de una manera mucho más minuciosa, cotidiana. Si se consiguen modificar estas relaciones o hacer intolerables los efectos de poder que en ellas se propagan, se dificultará enormemente el funcionamiento de los aparatos de Estado. Otra ventaja de hacer la crítica a nivel ínfimo: no se podrá reconstituir la imagen del aparato de Estado en el interior de los movimientos revolucionarios (Foucault, 1980, p. 108).

La cita anterior me hace recordar a todas esas publicaciones que exigen, por ejemplo, un 40% de citas de publicaciones de los últimos cinco años. Otras, directamente, piden citas de publicaciones en revistas indexadas en los rankings de JCR y Elsevier, si bien, no es sus requisitos oficiales, pero posteriormente si lo indican por correo electrónico. Es una forma más de perpetuar ese poder, que quizás no fuera tan micropoder como Foucault relataría. Esos, tampoco, a lo mejor, micropoderes que vivimos en los consejos de departamento, comisiones de ordenación académica, y demás estamentos, en los cuales hay quienes mandan, y hay quienes asienten. Es mejor que no hay conflicto, ningún enfrentamiento, que nada cambie, que ni una sola persona ose cuestionar ni el poder local, ni autonómico, ni nacional, ni mundial, nada. Pero esto ya estaba escrito hace casi cinco siglos: “prospera aquel que armoniza su proceder con la condición de los tiempos y, paralelamente, decae aquel cuya conducta entra en contradicción con ellos” (Maquiavelo, 1991, p. 118). Viva el mal, viva el capital, nos decía la Bruja Avería. Y oiga usted, no se ría, de la Bruja Avería, cantaba Alaska. De cuando, precisamente, se quemaba a quienes consideraban brujas (García, 1991), y a quienes se oponían a la dictadura, y que hoy ostentan grandes riquezas, y hasta Estado propio, tampoco se publica nada en contra. Hace en torno a cuatro siglos, Don Quijote le dijo a Sancho Panza algo en este sentido. Hablar, en 2022, de Maquiavelo y Cervantes, dice mucho de la evolución humana. Concretemos, todo ello, en ver cómo el diagnóstico, la didáctica y la teoría de la educación, comunicadas, se relacionan con la ideología capitalista.

II. METODOLOGÍA

Invertir, e incluso derrocar, todo aquello que nos vendieron como una verdad única, es decir, el presunto método científico, uno, grande, y libre, es posible. Sin embargo, como veremos, el objetivo de la publicación de resultados basados en metodologías libres, antiautoritarias, contestatarias, y realmente críticas, es casi un imposible en la mayoría de las publicaciones incluidas en los rankings de los dioses y las diosas, algo, esto último, a priori, no científico, sino relacionado con la fe, que sería la antítesis del método científico... o no tanto.

Paul Feyerabend, una de tantas personalidades cuyo discurso probablemente no conviene a una ciencia endiosada, describía el transcurso metodológico habitual: Surge un problema. No se hace nada al respecto. La gente se preocupa. La clase política transmite esta preocupación. Se llama a quienes atribuyeron la categoría de expertos/as. Desarrollan un plan o varios planes. Los grupos de poder, con sus propios/as expertos/as, introducen diversas modificaciones hasta que se acepta y se lleva a cabo una versión diluida. Presuntos/as expertos/as e intelectuales han desarrollado teorías sobre la aplicación de la ciencia a los problemas sociales. Para obtener ideas, preguntan a intelectuales o a la clase política. Sólo en contadas ocasiones se les ocurre que no es asunto suyo, sino de los/as inmediatamente interesados/as, decidir la cuestión. Simplemente dan por sentado que sus ideas y las de sus colegas son las únicas importantes y que la gente tiene que adaptarse a ellas (1998).

Tenemos la posibilidad de establecer hipótesis, métodos estadísticos, cuestionarios con amplias muestras de gente sorprendentemente voluntariosa en rellenar ítems que no les interesan en nada -en los que obviamente nadie tirará piedras contra su propio tejado, nadie será machista,

homófobo, ignorante, adicto a las autodenominadas redes sociales, o directamente inútil- y, por supuesto, corroborar hipótesis. Sorprendentemente, puede que haya enormes, o absolutas similitudes entre todo lo que pensaba quien investigaba, y el resultado final. Pero por supuesto, ello no fue una profecía autocumplida, sino una rigurosa investigación científica evaluada por pares, doble ciego... cuya ideología, puede que, por absoluta casualidad, coincida con todo lo que se ha concluido, que no aporta nada del mundo, como probablemente el 100% de lo escrito por quienes evaluaron. Porque el objetivo no es transformar nada, sino apoltronarse. Que se lo puede permitir quien no está a merced, precisamente, de apoltronados y apoltronadas, esos y esas que descubrieron la pólvora y que pueden permitirse inventar y reinventar la rueda año tras año, década tras década, para tedio y aburrimiento absoluto de su alumnado, que está deseando marchar de las aulas para oír reggaetón.

La presente investigación pretende desescolarizar, algo, por suerte y por desgracia, nada nuevo (Illich, 1970). Por suerte, porque ya tenemos referencias previas; por desgracia, porque todo sigue más o menos igual, o aún peor, con el nefasto papel de las tecnologías en el control, idiotización, y dominio absoluto de la población. En este caso, el concepto tendría que ver con la desacademización, por medio del análisis, a través de la etnografía virtual (Hine, 2004; 2017), de un número de la revista más importante, tanto a nivel iberoamericano como ibérico, en distintos rankings, tanto de educación como de comunicación e incluso estudios culturales, todo en uno. Veamos si quien paga, manda, y con ello, podemos contribuir a la desacademización de una “ciencia educativa”, de un diagnóstico, didáctica y teoría de la educación, capitalista/s.

III. RESULTADOS.

Dentro de Web of Science Group, multinacional con millones de euros de beneficios, no como quienes cada día madrugan para ejercer realmente un trabajo de enseñantes, la Revista Comunicar, se encuentra en el Journal Impact Factor (JIF), dentro del primer cuartil superior, concretamente, la número 18 dentro de las 267 revistas de “educación” (1ª española y 1ª iberoamericana); en “comunicación”, la décima de 94 (1ª española y 1ª iberoamericana). En el Journal Citation Indicator (JCI), los resultados son prácticamente los mismos. En CiteScore, de Scopus, en “estudios culturales”, ostenta la segunda posición de 1127 publicaciones (top 1% mundial), en “educación”, la posición 17ª de 1406 revistas, (top 2% mundial), y en “comunicación”, la posición novena de 467 (top 2% mundial). Cómo alguien podría atreverse a cuestionar a esta diosa en la tierra, una publicación que puede abordar entre sus páginas la comunicación, la educación y los estudios culturales, todo en uno, y con ese grandioso reconocimiento. Veamos si es posible.

La primera profecía autocumplida no requiere un grandioso planteamiento técnico. Tomamos la revista *Comunicar*, volumen XXX, número 73, 4º trimestre, de octubre 2022. En tan solo diez artículos, cómo no, pueden abordar educación, comunicación y estudios culturales, todo ello, en un número monográfico llamado “Educación para el Futuro: Prospectiva para la sostenibilidad y la justicia social”, suena un tema interesante. Lo primero que descubrimos es que la palabra capitalismo no existe en estos artículos, ni capitalista. Lo más próximo, una única referencia dentro de un artículo

(Castellví et al., 2022), de un escrito del estadounidense Henry Giroux publicado en una revista llamada *Fast Capitalism*. Nada nuevo bajo el sol. Pero avancemos.

Tomemos el número analizado al completo. Y comprobemos, quién está financiando estos artículos. Recurrimos a la fuente primaria, como cualquier investigación realmente científica que se precie posiblemente, y lo comprobamos, y mostramos a toda aquella persona que quiera saber dónde nos encontramos, y para quien se está comunicando. Dado que otra de las imposiciones habituales es añadir un alto número de tablas en los escritos, nos la saltamos, y hacemos una enumeración de quienes financian el 100% de los artículos publicados, por orden de aparición en la revista:

1. Esta publicación es parte del proyecto de I+D+i PID2020-114478RB-C22, financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033/. No se molestaron en explicar qué son esas siglas.
2. Investigación realizada en el marco del Proyecto BIOTRES-CM (S2018/EMT-4344), cofinanciado por la Comunidad de Madrid (501100006541), el Fondo Social Europeo y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (501100000780).
3. Proyecto «Una propuesta de herramienta para el análisis y la planificación estratégica de innovación basada en el estudio de macro tendencias y en metodologías de diseño» (2018 DI 031), financiado por la Agencia de Gestión de Ayudas Universitarias de la Generalitat de Catalunya.
4. Proyecto RedUNIR 'El uso de las redes sociales genéricas en el ámbito docente: retos formativos para el contexto educativo actual' de la Universidad Internacional de la Rioja (España); Departamento de Historia y Geografía de la Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación (Chile). La Universidad Internacional de la Rioja es una institución de carácter privado con una ideología inequívoca (Fernández, 2019; Intxusta, 2016).
5. Educación para el futuro y esperanza en la democracia. Repensar la enseñanza de las ciencias sociales en tiempos de cambio (EpF+ED). Ministerio de Ciencia e Innovación.
6. Este proyecto ha sido financiado por el Grupo de Investigación, Communication, Advertising & Society (CAS) y el Grupo de Investigación en Tecnologías Interactivas y Distribuidas para la Educación (TIDE) de la Universidad Pompeu Fabra (UPF, Barcelona). El proyecto se llevó a cabo en colaboración con el Centro de Investigación y Transferencia Rizoma Redes (México). Centro de Investigación y transferencia Rizoma Redes, México. Grupo de Investigación TIDE (UPF). Este trabajo ha sido parcialmente financiado por Volkswagen Stiftung (Courage, ref. 95566) y la Agencia Nacional de Investigación del Ministerio de España.
7. Este trabajo cuenta con el apoyo financiero de Fondos Nacionales a través de FCT-Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P. por el proyecto UIDB/00194/2020. El trabajo del segundo autor se encuentra financiado por fondos nacionales portugueses (OE), a través de la Universidad de Aveiro.
8. Este proyecto fue realizado con una de las Becas Leonardo a Investigadores y Creadores Culturales 2020 de la Fundación BBVA en el área de Comunicación y Ciencias de la Información.

9. Proyecto de investigación con acrónimo TSH-MEDIA, financiado con fondos de la VIII Convocatoria de Investigación de la Universidad Camilo José Cela.
10. Agencia de Investigación de Eslovenia con los números de subvención P5-0018 y BI-RS/18-19-054.

Tras estos resultados, bajo el punto de vista de quien escribe, inequívocos, veamos si es posible establecer relaciones entre las ideologías de quienes pagan y las conclusiones de los artículos, en el mismo orden que sus financiadores, y respetando la literalidad y las fuentes primarias en todo momento:

1. “Trabajos como el que presentamos en este artículo, y los que se presentan en este monográfico de la revista *Comunicar*, permiten acercar a audiencias más diversas las contribuciones y posibilidades de los estudios de futuros. ... La alfabetización en futuros se nos presenta como un elemento clave para acercar las ideas de estudios de futuros a la educación. Se trata de un concepto sobre el que se ha escrito mucho en los últimos años, presentándose aportaciones tanto teóricas como prácticas... De ahí que sea necesario que los estudios del futuro propicien nuevas políticas educativas, mejoras en la formación del profesorado, metodologías de aula inclusivas y la transformación de los centros educativos. Un reto complejo que requiere de una clarificación conceptual, de una predisposición al cambio a diferentes niveles y el compromiso ético y profesional con un futuro sostenible” (Menéndez-Alvarez-Hevia et al., 2022, p. 17-18). Al margen de que, sospechosamente, pareciera que quienes han escrito ya tuvieran confirmada la publicación del artículo, e incluso, conocieran el resto que van a ser publicados, en base a la primera frase textual... ¿Qué aporta al mundo, a las políticas sobre enseñanza, e incluso, a cualquier institución particular, lo escrito, concluido, y financiado con dinero público?
2. “Necesitamos una ciudadanía concienciada, comprometida y activa... Los resultados ponen de relieve que educar en tiempos de un cambio exógeno al estudiante, como el cambio climático, requiere construir una nueva cultura... Los resultados muestran que el éxito de este proceso requiere: dotar de autonomía a los centros y apoyarles con recursos humanos y materiales para que sean los agentes tractores del cambio, fomentando su vinculación con el entorno social y económico en el que se insertan... Los expertos coinciden que la Escuela debe potenciar los hábitos atómicos, aquellos que aportan pequeñas mejoras cotidianas reiterativas...” (Carbonell-Alcocer et al., 2022, p. 29-30). ¿Cuántos artículos concluyen lo mismo hace diez, veinte, treinta y hasta cuarenta años? ¿Cuál es el papel del Estado, de la OCDE, de la Unión Europea, y de todos los organismos que realmente controlan el mundo? ¿Quién construye una nueva cultura, la revista *Comunicar*, el espíritu santo? Porque el capitalismo, está exento... Y si no se dota de autonomía y recursos humanos y materiales, a los centros, ¿por qué será? ¿quién escribirá de ello? ¿quiénes no

financian a escuelas e institutos, son quienes financian estas publicaciones acríticas y vacías de cualquier contenido transformador?

3. “Estamos viviendo en un momento decisivo de la historia de la humanidad y nos enfrentamos a desafíos globales de carácter social, político, cultural, económico, medioambiental y científico. En medio de todas estas mutaciones disruptivas, el enfoque para comprender cómo funciona el mundo y cómo se produce la transformación a partir de la innovación no debe basarse en una visión determinista y lineal del futuro. Se necesitan nuevas herramientas que permitan interpretar los fenómenos del devenir de manera que se deje abierta la puerta a la posibilidad de modelar y crear no simplemente los futuros más probables, sino los mejores futuros alternativos para ofrecer soluciones sostenibles” (Manetti et al., 2022, p. 42). Gracias a la financiación de la Agencia de Gestión de Ayudas Universitarias de la Generalitat de Catalunya, hemos obtenido esas conclusiones radicales, que nos dejan en el camino de transformar el mundo, con los mejores futuros alternativos para ofrecer soluciones sostenibles. ¿Cuáles? No se especifica, y habrá que financiar doscientas investigaciones más, que aporten otros doscientos artículos, con implicaciones concretas tan radicales como este.
4. “Hay evidencias que sugieren que el rol del profesorado es determinante para entender la presencia y ausencia de la educación para el futuro, su grado de desarrollo y los matices que adquiere. Se abren nuevas vías de investigación en este sentido, que nos deben permitir entender cuál es el desarrollo de la educación para el futuro en las escuelas para decidir, entre todos, qué futuro construimos” (Castellví et al., 2022, p. 54). Estas conclusiones revolucionarias obtuvieron tras un análisis cualitativo de carácter descriptivo e interpretativo de los currículos de Australia, España y Chile. Las palabras Estado, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, banco, paro, desempleo, partido político, dominio, control, Foucault... no existen. Por supuesto, Franco o Pinochet, o dictadura, Iglesia católica y su papel en la enseñanza, los centros de titularidad privada... no aparecen.
5. “En definitiva, el presente estudio nos pone en alerta. Los resultados de este análisis dan a entender que, en estos momentos, en los países participantes, es posible que se esté desaprovechando la oportunidad de educar al alumnado para la imaginación de futuros deseables” (Casadellá et al., 2022, p. 65). Estamos en alerta. En este artículo, no hay partido político alguno, pese a que trata de políticas educativas en la península ibérica. Comenzaba con alguien tan importante para la península ibérica con la definida como “activista Greta Thunberg”, una niña puesta ahí, precisamente, por el capitalismo, como un icono. No hay culpables políticos o económicos de nada. Todas las normativas que rigen las políticas sobre enseñanza fueron establecidas por un ente abstracto, desconocido, y con ello, obviamente, incuestionable.

6. “Los responsables de políticas públicas, educadores mediáticos y profesionales de la salud tendrían de ver la actual pandemia como una oportunidad de aprendizaje para prevenir futuras crisis sanitarias, formar especialistas, educadores en los medios y ciudadanos con mejores herramientas de alfabetización sanitaria que promuevan un mayor conocimiento científico y popular. Pues la inoculación de actitudes críticas hacia los medios y la información es el arma más beneficiosa para gestionar crisis futuras” (Sánchez-Reina, 2022, p. 79). Qué bonito todo. Pero... ¿quiénes son los -y las- responsables de políticas públicas, educadores mediáticos y profesionales de la salud? ¿tienen nombres y apellidos? ¿están en organizaciones? ¿en cuáles? Cuando esto se escribía, prácticamente en el mismo sentido, hace más de dos décadas, o incluso, cuando la crisis española del “aceite de colza”, y no ha sucedido... ¿de nuevo, otra vez, culpabilizamos a entes abstractos? ¿Cuál es el carácter didáctico de todos estos artículos, cuál el diagnóstico crítico?
7. “De acuerdo con la literatura, los resultados de este estudio sugieren que los juegos digitales movilizan el conocimiento de la cognición y la regulación de la cognición, dos categorías principales de metacognición” (Cavalcante-Pimentel, 2022, p. 91). Vayamos atrás, a quien paga esta publicación, y entenderemos sus conclusiones. Palabras como adicción, sedentarismo, negocio, alienación o violencia, no las encontraremos. Los juegos digitales, como el capitalismo, no tienen ningún pero.
8. “Los profesores de secundaria señalan la ausencia de pensamiento crítico a la hora de enfrentarse al contenido mediático. Ya sea por el consumo compulsivo, generado por la masificación de los dispositivos móviles que contribuyen a la distracción y dificultad de concentración o el desinterés informativo. En esta situación, habría que dotar a los estudiantes de ciertos mecanismos de defensa hacia los medios para que no asuman de forma acrítica los mensajes y como única vacuna contra la intoxicación a la que la ciudadanía se enfrenta a diario y que se ha visto agravada con los últimos años de pandemia” (Herrero-Curiel & La-Rosa, 2022, p. 103). “La ausencia de pensamiento crítico”, “consumo compulsivo”, “generado por”, “habría que”, “se ha visto agravada”... Nadie es responsable. Ni la OCDE, ni la Unión Europea, los móviles llegan solos al alumnado, las multinacionales de telefonía no son responsables, el profesorado y el alumnado tampoco, ni el Estado, su legislación y los medios materiales y humanos... Juguemos a juegos digitales, que aumentaremos nuestra cognición y metacognición, no cabe duda.
9. “Lo primero que se destaca en el análisis de contenido de las entrevistas a los profesionales de los diarios digitales es la escasez de informaciones que hagan referencia a trata de seres humanos. ... La trata de seres humanos es considerada como un problema de prostitución, migración o tráfico de personas y los medios se olvidan de profundizar en el corazón del problema... La excesiva dependencia que se ha observado anteriormente de fuentes oficiales, fundamentalmente de Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado (policiales y en menor medida judiciales), hacen

que el problema se trate como suceso"... (Cabrera-Rodríguez & Antolínez-Merchán, 2022, p. 115). ¿Qué los medios de comunicación son auténticos traficantes de información (Serrano, 2010) y desinforman por naturaleza (Serrano, 2013)? Ni se plantea... puesto que se comunica para el capital, no para dañarlo en ningún caso.

10. Las últimas conclusiones probablemente sean las de mayor significado para entender qué educación, qué comunicación y qué estudios culturales difunden las publicaciones al servicio del sistema, y cuáles, frente a los verdaderos problemas sociales, son las preocupaciones de las clases privilegiadas: "se puede concluir que, cuando se utilizan emoticonos, el lenguaje escrito de los estudiantes es, por lo general, muy directo e informal y no cumple las normas de la comunicación profesional por correo electrónico. ... Otro hallazgo de nuestro estudio... es que los estudiantes utilizan una gran variedad de emoticonos, desde guiños, caras felices o emoticonos sonrientes hasta emojis descarados, juguetones, caras risueñas con ojos sonrientes y caras sonrientes con ojos sonrientes. El emoticono más común es el tradicional smiley «:):»" (Baggia et al., 2022, p. 130).

IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.

El tedio y el hastío no debiera ser lo que marca la investigación educativa, en ciencias sociales, en comunicación y en estudios culturales, en ningún caso, pero leer lo mismo que se leía en los artículos en primer curso de licenciaturas y grados de hasta hace dos décadas es absolutamente aburrido. El capitalismo no se aburre, paga bien a sus intelectuales, y ellos y ellas le premian con aburridos escritos de investigaciones absolutamente irrelevantes, pero financiadas por el Estado, universidades privadas, u otros entes.

Probablemente, no puede haber diagnóstico crítico cuando quien paga no lo hace para ello. No puede ser didáctico, bajo una óptica emancipadora, aquello que no solo no pretende serlo, sino que, incluso, aunque quisiera, a lo mejor ni era capaz de serlo, pues desde el privilegio de las poltronas probablemente no se divisa más allá de las puertas del despacho, del aula, o de la fantástica residencia particular. Louise Michel, Noam Chomsky, Michel Foucault, y tantos otros y tantas otras, que aportaron nuevas visiones, no están dentro de la teoría de la educación actual, más preocupada en no molestar en lo más mínimo a quienes mandan. Todo es pura ambigüedad, nadie es culpable de nada, a lo sumo, "el neoliberalismo", "el pensamiento único", la "intransigencia y la intolerancia"... pero no parece que así fueran la clase política, los medios de comunicación, las multinacionales, los Estados, las empresas fabricantes de armas, quienes torturan y asesinan a diario...

Si comunicar es conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito, o por imágenes, ello no implica que la comunicación tenga un fin social. Hoy, llaman redes sociales a instrumentos de comunicación totalmente controlados por multinacionales, siendo Facebook líder de ello. Nos encontramos con una verdadera educación tóxica, con un imperio de las pantallas en niñas, niños y adolescentes (Illescas, 2018), y es realmente insoportable leer artículos, e incluso evaluarlos, desde la dirección de revistas, y tener que leer una y otra vez palabras vacías.

Sonría, está siendo registrado, grabado, vigilado. Escriba sin perturbar al gran hermano. No moleste, no haga ruido, o será sancionado, no perjudique al prestigio de la universidad, que tiene muchos/as autores/as con artículos en revistas indexadas. Mayo del 68 está tan lejano como la libertad en el Sáhara, Palestina, Yemen o el Kurdistán. Pero, cómo no, sigamos escribiendo inutilidades de las metodologías activas en la enseñanza, neurotecnología en el aula como investigación actual y futuro potencial y no como manipulación para la más absoluta alienación social, o ciudadanía digital, sin cuestionar qué es el ciudadaníaismo y a quién beneficia, o que detrás de lo digital está la esclavitud de la extracción del coltan y de la producción de dispositivos en Asia. Como Bad Bunny, lo que no sirve, yo no lo reciclo, te boté...

REFERENCIAS

- Baggia, A., Žnidaršič, A., & Tratnik, A. (2022). Emoticonos en la comunicación por correo electrónico entre estudiantes y profesores. *Comunicar*, 73, 119-133. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-10>
- Brunet, J. M. (27 de octubre de 2021). El Constitucional anula el segundo decreto del estado de alarma contra la pandemia. *El País*. <https://elpais.com/espana/2021-10-27/el-constitucional-tumba-el-segundo-decreto-del-estado-de-alarma-contra-la-pandemia.html> (última consulta: 22.05.2022).
- Cabrera-Rodríguez, E., & Antolínez-Merchán, P. (2022). Derechos humanos invisibilizados: La trata de seres humanos en los medios de comunicación en España. *Comunicar*, 73, 107-118. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-09>
- Carbonell-Alcocer, A., Romero-Luis, J., Gértudix-Barrio, M., & Borges-Rey, E. (2022). Educar para un futuro sostenible a través de la Economía Circular: Implicación ciudadana y cambio social. *Comunicar*, 73, 21-32. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-02>
- Casadellà, M., Massip-Sabater, M., González-Monfort, N., Dias-Gomes, A., & Barroso-Hortas, M. (2022). Imaginación, educación para el futuro y cultura democrática: Políticas educativas en la Península Ibérica. *Comunicar*, 73, 57-67. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-05>
- Castellví, J., Escribano, C., Santos, R., & Marolla, J. (2022). Educación para el futuro: Currículo y prácticas educativas en Australia, España y Chile. *Comunicar*, 73, 45-55. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-04>
- Cavalcante-Pimentel, F., Morais-Marques, M., & Barbosa-de-Sales-Junior, V. (2022). Estrategias de aprendizaje a través de los juegos digitales en un contexto universitario. *Comunicar*, 73, 83-93. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-07>
- Debord, G. (1998). *La sociedad del espectáculo*. Archivo Situacionista Hispano.
- Delgado-López-Cózar, E., Martín-Martín, A. (2019). El Factor de Impacto de las revistas científicas sigue siendo ese número que devora la ciencia española: ¿hasta cuándo? *Anuario ThinkEPI*, 13, 1-15. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2019.e13e09>

- Feenstra, R. A., Delgado, E. (2022). Philosophers' appraisals of bibliometric indicators and their use in evaluation: from recognition to knee-jerk rejection. *Scientometrics*, 2022, pp. 1-19. <https://doi.org/10.1007/s11192-022-04265-1>
- Fernández, A. (26 de julio de 2019). Bad Bunny y Residente cantan contra el acoso para celebrar la dimisión del gobernador de Puerto Rico. Varios artistas del país, desde Ricky Martin al rapero Wisin, se posicionaron contra Ricardo Rosselló. *El País*. https://elpais.com/cultura/2019/07/26/actualidad/1564145904_822780.html (última consulta: 22.05.2022).
- Fernández, M. (16 de marzo de 2019). El subsidio bursátil de Unir, la universidad próxima al PP. *El País*. https://elpais.com/economia/2019/03/14/actualidad/1552584886_305376.html (última consulta: 22.05.2022).
- Feyerabend, P. (1998). *La ciencia en una sociedad libre*. Siglo XXI.
- Fortes, J. A. (2010). *Intelectuales de consumo. Literatura y Cultura de Estado en España (1982-2009)*. Editorial Almuzara.
- Fuentes, J. L., Luque, D., López, E. (2012). Análisis bibliométrico de las revistas españolas de educación incluidas en el "Journal Citation Report". Producción científica y elementos controvertidos. *Teoría de la Educación*, 24(1), pp. 183-217
- Hernández, J. M. (27 de julio de 2021). La dictadura del inglés en la ciencia: el 95% de los artículos se publica en esa lengua y solo el 1% en español o portugués. *El País*. <https://elpais.com/ciencia/2021-07-27/la-dictadura-del-ingles-en-la-ciencia-el-95-de-los-articulos-se-publica-en-esa-lengua-y-solo-el-1-en-espanol-o-portugues.html> (última consulta: 20.05.2022)
- Herrero-Curiel, E., & La-Rosa, L. (2022). Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación. *Comunicar*, 73, 95-106. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-08>
- Foucault, M. (1980). *Microfísica del poder*. Ediciones de La Piqueta.
- García, R. (1991). *La Inquisición*. Grupo Anaya.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Editorial UOC.
- Hine, C. (2017). Ethnography and the Internet: Taking Account of Emerging Technological Landscapes. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 10, pp. 315-329. <https://doi.org/10.1007/s40647-017-0178-7>
- Illescas, J. E. (2018). *Educación Tóxica. El imperio de las pantallas y la música dominante en niños y adolescentes*. El Viejo Topo.
- Illich, I. (1970). *Deschooling Society*. Harrow Books.

- Intxusta, A. (25 de marzo de 2016). Iribas lleva cinco meses trabajando para la UNIR y cobrando cesantías. *Gara*. https://www.naiz.eus/eu/hemeroteca/gara/editions/2016-03-25/hemeroteca_articles/iribas-lleva-cinco-meses-trabajando-para-la-unir-y-cobrando-cesantias (última consulta: 01.05.2022).
- Ioannidis, J. P. A., Baas, J., Klavans, R., Boyack, K. W. (2019). A standardized citation metrics author database annotated for scientific field. *PLoS Biol*, 17(8), pp. 1-6. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.3000384>
- Ioannidis, J. P. A., Klavans, R., Boyack, K. W. (2018). Thousands of scientists publish a paper every five days. *Nature*. <https://www.nature.com/articles/d41586-018-06185-8> (última consulta: 01.05.2022).
- Manetti, A., Lara-Navarra, P., & Sánchez-Navarro, J. (2022). El proceso de diseño para la generación de escenarios futuros educativos. *Comunicar*, 73, 33-44. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-03>
- Maquiavelo, N. (1991). *El Príncipe*. Alianza Editorial
- Menéndez-Alvarez-Hevia, D., Urbina-Ramírez, S., Forteza-Forteza, D., & Rodríguez-Martín, A. (2022). Contribuciones de los estudios de futuros para la educación: Una revisión sistemática. *Comunicar*, 73, 9-20. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-01>
- Porrah, H. (2006). *Negación punk en Euskal Herría*. Txalaparta.
- Sánchez-Reina, J., & González-Lara, E. (2022). La infodemia del COVID-19 en jóvenes y adultos: El soporte de la alfabetización crítica mediática. *Comunicar*, 73, 71-81. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-06>
- Serrano, P. (2010). *Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. Editorial Foca.
- Serrano, P. (2013). *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Editorial Península.



CARIBEÑA DE CIENCIAS SOCIALES

latindex IDEAS EconPapers Dialnet MIAR InDICES CSIC Scupira

FACTORES QUE INCIDEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR POST COVID 19 EN LOS PUNTOS DE VENTA RETAILING

Karina Calderón ÁvilaDocente. Instituto Superior Universitario ARGOS
k_calderon@tecnologicoargos.edu.ec**David Vinueza Soria**Docente. Instituto Superior Universitario ARGOS
d_vinueza@tecnologicoargos.edu.ec**Ricardo Consuegra Bosquez**Docente. Instituto Superior Universitario ARGOS
r_consuegra@tecnologicoargos.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación trata sobre la importancia de conocer los factores que inciden en la decisión de compra del consumidor en los puntos de venta retailing. El trabajo de investigación fue realizado a consumidores del supermercado Santa María ubicado en Baños de Agua Santa Ecuador como caso de estudio referencial. Los hallazgos obtenidos sirven como inicio de evaluación y por ende la mejora de las actividades de merchandising en el establecimiento. El levantamiento de información e investigación fue aplicado a 383 personas, consumidores del supermercado. El trabajo desarrolla una investigación descriptiva, donde se analizaron variables de la realidad actual post pandemia que se vive en la ciudad de Baños de Agua Santa, en conjunto con un levantamiento de información cuantitativa por la utilización de herramientas de medición estadísticas. Con lo antes expuesto, los datos recabados dan a conocer que sí existe una gran influencia sobre la decisión de compra del consumidor o shopper en el punto de venta. Las personas investigadas indicaron que factores como la ambientación, la ubicación de las góndolas, las activaciones realizadas en sitios estratégicos del supermercado, el olor, la atmósfera creada y la fachada los motivaron a ingresar y realizar compras no programadas, así como a los que ingresaban por artículos específicos decidieron generar compras impulsivas de ciertos productos. Esto da a conocer que la gestión del merchandising en el lugar es prioritaria. Por otra parte, se descubre que la atención del servicio al cliente es débil, lo que contrarresta las acciones de merchandising y por ende la fidelización del consumidor.

PALABRAS CLAVE: Merchandising, marketing, punto de venta, retailing, Baños de Agua Santa.

FACTORS THAT AFFECT THE CONSUMER'S PURCHASE DECISION POST COVID 19 IN RETAILING POINTS OF SALE.

ABSTRACT

This research deals with the importance of knowing the factors that affect the consumer's purchase decision at retailing points of sale. The research work was carried out to consumers of the Santa María supermarket located in Baños de Agua Santa Ecuador like a reference case of study. The findings obtained serve as the beginning of the evaluation and therefore the improvement of the merchandising activities in the establishment. The information and research survey was applied to 383 people, supermarket consumers. The work develops a descriptive investigation, where variables of the current post-pandemic reality that exists in the city of Baños de Agua Santa were analyzed, in conjunction with a survey of quantitative information by the use of statistical measurement tools. With the foregoing, the data collected show that there is a great influence on the purchase decision of the consumer or shopper at the point of sale. The people investigated indicated that factors such as the setting, the location of the shelves, the activations carried out in strategic places in the supermarket, the smell, the atmosphere created and the façade motivated them to enter and make unscheduled purchases, as well as those who entered for specific articles, they decided to generate impulsive purchases of certain products. This makes it known that the management of merchandising in the place is a priority. On the other hand, it is discovered that customer service attention is weak, which counteracts merchandising actions and therefore consumer loyalty.

Keywords: Merchandising, marketing, point of sale, retailing, Baños de Agua Santa.

INTRODUCCIÓN

El inicio de la pandemia ocasionada por el virus COVID 19, generó el aislamiento de la humanidad en sus moradas, en ciertos casos de forma extrema donde por más de 40 días les era prohibido salir a las calles, esta situación genera de manera sorprendente el incremento del comercio minorista a través de diversos negocios retailing de manera online. Al generarse este incremento, se observa una bimodalidad de negocios, entre el comercio físico y el cibernético.

Es por eso, que al hablar del Merchandising nos traslademos en el tiempo y se divague en las suposiciones de su invención al inicio de la existencia de la comercialización con el conocido trueque. El ser humano de alguna u otra forma ha expuesto los productos que le ha interesado difundir y cambiar por otros artículos de su interés y necesidad buscando la forma de destacarlos y hacerlo atractivos a la vista de los demás. En aquel entonces, el mostrar algún tipo de producto o hablar de un servicio se lo generaba en materiales que abundaran en la zona, si era un sector agrícola en telas de sacos, si era zona ganadera en el cuero de los animales entre otras cosas (Jiménez Marín, 2018). Con el paso del tiempo, unido al cambio cultural y de época, las actividades de exhibición de los productos y comercialización de los mismos fueron cambiando. Los conocidos mercaderes, a quienes se les llamaría los ejecutivos de ventas de aquella época, vieron la necesidad de mostrar y destacar la mercancía que comercializaban a causa de la existencia de la competencia, de tal forma que los consumidores pudieran acceder, apreciar y adquirir los productos (Arango, et. al., 2020).

Con este movimiento comercial, el aumento de la competencia y los cambios económicos a lo largo del tiempo, integrando el cambio del pensamiento, necesidades y deseos de los consumidores, se ve la necesidad del estudio del merchandising como disciplina, apareciendo esta necesidad al surgir los grandes almacenes y supermercados donde la existencia de asesores o vendedores era mínima o nula (Ballesteros, et. al., 2019).

De acuerdo a la historia de la aparición de los autoservicios, el primer supermercado bajo este concepto inicia en Francia por el año de 1878 (Acevedo y Albornoz, 2019). Luego de casi 100 años, llega ese modelo a Estados Unidos donde rápidamente se crean negocios con dichas condiciones.

La palabra merchandising nace en Estados Unidos con la unión de la palabra merchand que significa mercancía y el sufijo ing que indica acción en el idioma Inglés. Por lo tanto, el merchandising trata sobre las acciones o actividades que se realizan en el punto de venta que van a influir en la decisión de compra del consumidor (Ramírez & Alférez, 2014).

También podemos mencionar que el merchandising aplica la administración del área física del punto de venta, generando el máximo rendimiento en la correcta ubicación de las marcas y sus productos, evitando en gran escala el error de exhibir los artículos en sitios no atractivos para el consumidor. "Es el conjunto de métodos y técnicas para ubicar productos a la vista del cliente, incitarlo a la compra aún cuando no se encuentre un vendedor" (Ahmed, Streimikiene, Rolle, Duc, 2020).

Según Chkalova & Efremova (2019), se debe enseñar los productos a la vista del consumidor para que éste los pueda analizar y en la medida de lo posible generar conjuntos de productos que destaquen y sea atractivo a la vista del observador. Esto nos indica la gran importancia de la ubicación de los artículos o productos en el punto de venta de tal forma que se vean atractivos para el prospecto de consumidor o cliente.

Mediante las técnicas del merchandising visual se intentan ofrecer los productos al consumidor de la forma más atractiva posible visualmente, con la finalidad de propiciar la compra (Ares & Brenes, 2014).

Para los diferentes canales de distribución y especificando el canal tradicional o detallista, el merchandising será una mezcla substancial de estrategias, herramientas, opciones y técnicas, en las que se podrá diseñar el sitio donde estará expuesta la mercadería, manejar una buena logística y ubicación del inventario, el espacio y lineal visualizado para dichas acciones (Cordova, Guerrero, Palomino & Ramos, 2020).

Los pilares del Merchandising de acción

Es una necesidad imperante la recopilación de datos e información de los clientes de cada punto retail, así se podrá analizar su comportamiento, conocer la frecuencia de consumo de ciertos artículos y cuándo realiza compra compulsiva por reacción a alguna oferta o activación generada, e incluso por dónde circula con más frecuencia dentro del establecimiento indistintamente si realiza o no una compra.

A raíz de esto, la aparición del merchandising de gestión, el cual consiste en gestionar el espacio expositivo y el surtido a efectos de maximizar la satisfacción del cliente y la rentabilidad del establecimiento (Suarez, 2018)

La acción de administrar el espacio en el local consta de ubicar los productos o artículos de una o varias marcas o en su defecto según su categoría de manera adecuada, para lograr la venta esperada y generar el aumento de la rentabilidad. Esta distribución espacial se debe dar según el tamaño del retail y el manejo de su inventario, puede darse por categorías, departamentos, secciones y más (Altamirano y Castro, 2020).

Con respecto a los instrumentos visuales y de información dirigidos al visitante, se utiliza todo tipo de acciones promocionales (Suarez, 2018). El uso efectivo de publicidad en el establecimiento ayuda a fortalecer la imagen que el consumidor pueda tener de dicho sitio, e incluso crea un vínculo el cual mejora las acciones de venta e incremento del consumo de los diferentes artículos que se expenden (Ramírez & Alférez, 2014).

El marketing se preocupa por conocer y estudiar a los consumidores, cómo toman sus decisiones, para aplicar técnicas de merchandising, ya que sin un conocimiento previo no se lograría la adaptación de éstas a las necesidades, gustos, deseos y preferencias del consumidor y de nada servirían los esfuerzos generados (Cordova, et. al., 2020).

Según Arrubia, Gaviria y López (2018), merchandising es la unión de diversas técnicas y herramientas de comunicación creada por los productores para generar que los productos creados por ellos sean comprados en los puntos de venta. No obstante, estos fabricantes se ven obligados a utilizar los diferentes tipos de canales de distribución para tener más alcance geográfico y llegar al consumidor final, pero al incursionar los artículos en los diferentes canales, se pierde el poder de manejo de los mismos y por ende se necesita el apoyo del fabricante al punto de venta detallista para resaltar y ser visto por el consumidor.

Por lo antes mencionado, al momento que se pretende o se piensa en aplicación de estrategias de merchandising se debe pensar también los diferentes modelos de toma de decisiones o comportamientos de los consumidores según el giro del negocio o cultura donde se

desarrolla, considerando que fabricante y punto retail aplicarán dichas técnicas y estrategias según su conveniencia.

En el momento que se menciona un modelo de toma de decisión del consumidor, se trata de explicar de la forma más resumida el proceso que conlleva éste al momento de elegir y comprar un producto o servicio, reflejándolo y proyectándolo en un flujograma el proceso antes, durante y después de la decisión de compra.

Así encontramos los modelos que se los puede clasificar según su enfoque de evaluación en dos grandes grupos, el de evaluación de marca y el de evaluación de producto. (Álvarez, 2011).

Modelo Howard

El modelo Howard, es parte de los modelos de enfoque de evaluación de marca, se aconseja estudiarlo y aplicarlo en las investigaciones para las creación de planes de merchandising ya que se compone por seis etapas: información, reconocimiento de marca, actitud, confianza, intención y compra. Los dos primeros componentes constituyen el reconocimiento de marca que expresa el consumidor, la actitud es evidenciada ante la marca, se genera ya un sentimiento, una emoción que generará el paso a los últimos tres puntos finales donde se genera la acción y experiencia que creará la confianza de marca (Arrubia, et. al, 2018).

Modelo Nicosia

Este modelo es uno de los primeros en aparecer en lo que se respecta al estudio del comportamiento del consumidor en la toma de decisión de compra. Su enfoque básicamente está dirigido a la evaluación del producto según la información que las empresas o fabricantes otorgan al consumidor, pero considerando que dicha información está basada en detalles que han adquirido del mercado, creando estrategias y productos con las características que el público busca para satisfacer sus necesidades con los deseos adheridos.

En el modelo representado en un flujograma, se expresa un proceso circular de cuatro pasos centrales, cada uno concatenado para su funcionamiento efectivo. El primer punto abarca desde la información recabada y que se desea transmitir al consumidor según la actitud del consumidor, con esto crea el paso a la segunda fase donde se alinea la comunicación del fabricante al consumidor incentivando la búsqueda y evaluación medio – fines, el tercer proceso es la ejecución donde el consumidor hace la compra terminando en un cuarto campo donde la empresa o fabricante genera una retroalimentación basada en la experiencia de compra creada y produciendo modificaciones si es el caso de los productos o servicios adquiridos (Álvarez, 2011).

Explicando los modelos anteriores, se trata de enfocar esta investigación en el impacto que genera las actividades de merchandising en el supermercado y cómo estas influyen en el momento de la verdad o de la toma de decisión de compra del consumidor, toda esta información recabada con base teórica bajo los modelos expuestos y conjugada con los insight recogidos en la investigación de campo para crear una posible mejora en la manera de crear y aplicar planes de merchandising en los supermercados del sector geográfico expuesto anteriormente.

METODOLOGÍA

La presente investigación se basa en una metodología exploratoria descriptiva, donde se genera una observación de campo y encuesta, analizando variables del estado real del punto retail. La encuesta muestra siete preguntas claves que denotarán la importancia del merchandising en el supermercado según el pensamiento del consumidor del establecimiento tomado como caso de ejemplo.

La muestra obtenida de 383 está basada en la población total del cantón Baños de Agua Santa según el INEC en censo realizado en el año 2010 que es de 14653 personas.

RESULTADOS

Se presentan los resultados de la encuesta levantada, aplicada a 383 personas que ingresaron al supermercado. Se realizaron preguntas medidas por la escala de Likert para mayor confiabilidad y medición de los resultados con respecto a cada pregunta expuesta.

El levantamiento de información se lo realizó de manera presencial mediante un equipo de trabajo entrenado en el levantamiento de información por encuesta, tomando en consideración el uso de equipos de bioseguridad y las técnicas adecuadas de informar y registrar las respuestas del encuestado según cada pregunta generada.

1 ¿Cree usted que la publicidad en el punto de venta puede influenciar en la decisión de compra?

Figura 1

Influencia de la publicidad en la decisión de compra en el punto de venta.



El 89% de los encuestados se han mostrado de acuerdo y totalmente de acuerdo con la importancia e influencia que pueda generar la publicidad en el punto de venta con respecto la toma de decisión y tan solo un 11% se mostraron indiferentes y en desacuerdo. Con estas respuestas se aclara la importancia de invertir en la publicidad como punto retail a todos sus productos comercializados y no sólo esperar que el fabricante o proveedor impulse su producto.

2 ¿Cree usted que la imagen del establecimiento (iluminación y decoración) es importante?

Figura 2

Importancia de la imagen que presenta el punto de venta para el consumidor.



En esta pregunta se evidencia que el 88% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo y de acuerdo con que la imagen que se presenta en el negocio es de mucha importancia, destacando que se centró la pregunta en la iluminación y decoración del negocio, y tan solo un 12% se noto indiferente y en desacuerdo. El punto retail debe tomar en cuenta esta información para mantener a sus clientes actuales y atraer a nuevos consumidores, bajo la utilización de técnicas de merchandising que se adapten al negocio, presupuesto y tipo de mercado.

3 ¿Cuál es su grado de satisfacción con la atención brindada por los colaboradores del supermercado?

Figura 3

Grado de satisfacción de los clientes del punto retail.



De acuerdo a los resultados recabados, se denota un alto porcentaje de insatisfacción, se habla del 34% de los encuestados que indican estar algo insatisfechos y totalmente insatisfechos, seguidos de un 23% de indiferentes lo cual muestra que se debe trabajar mucho en el desempeño del trabajador y servicio al cliente, a pesar de que un 43% indica estar satisfechos y muy satisfechos.

4 ¿Cree usted que una correcta ubicación y señalización de los productos es útil en el supermercado?

Figura 4

Importancia de la correcta ubicación y señalización de los productos.



De acuerdo al resultado obtenido, se evidencia que el 65% de la muestra encuestada le parece importante la ubicación y señalización de los productos, seguido del 27% con estar de acuerdo, dando por hecho que es un punto neurálgico el tratamiento de este factor en el punto retailing.

5 ¿Está usted de acuerdo con la forma de colocación de los productos en las góndolas del supermercado?

Figura 5

Colocación de productos en góndolas.



En los resultados obtenidos en esta pregunta, se denota un bipolaridad en las respuestas ya que existe el 49% de los encuestados indicando su desacuerdo ante este factor, mientras que el 43% que suman los que están de acuerdo y totalmente de acuerdo, dicen que es importante la forma de colocación de los productos en góndolas, dando un panorama de una población con criterios muy diferentes a organización y presentación de los productos en prechas.

6 ¿De acuerdo a los métodos de exhibición de productos observados en el supermercado, cree usted que debe aplicar otros métodos de exhibición?

Figura 6

Necesidad de nuevos métodos de exhibición.



En los resultados obtenidos, se muestra una mayor unanimidad en las respuestas, siendo el 97% de los encuestados quienes indican que están totalmente de acuerdo y de acuerdo con que el

punto de venta retailing debe utilizar nuevos métodos de exhibición, lo que indica que el consumidor de esa zona busca innovación y creatividad para su satisfacción al momento de comprar.

7 ¿Cree usted que los productos promocionados en eventos dentro del supermercado influenciarían a la compra de los mismos?

Figura 7

Eventos para promoción de productos.



Se evidencia que el 96% de la muestra está de acuerdo con que el generar eventos en el punto de venta ayudaría a la promoción y por ende rotación de productos, creando otro ambiente de motivación para la adquisición de los productos no planeados en la lista de compra.

CONCLUSIÓN

Ante los hallazgos levantados se ha logrado evidenciar la importancia de las técnicas de merchandising en los puntos de venta retailing, considerando que se tomó como referencia al supermercado Santa María, de la ciudad de Baños de Agua Santa.

Para esto, se encontraron los factores de influencia en la decisión de compra del consumidor como el orden de los productos, forma de visualización, activaciones y eventos que se lleven a cabo, la ambientación e imagen del packaging del producto y posición en las perchas, todo esto conjuga una diversidad de factores que si se podrán tomar en cuenta en otros puntos retailing de la ciudad o cantón, lo que puede generar el incremento de las ventas, ya que se estimula al consumidor a que ingrese al punto retailing y al aplicar las diferentes técnicas de merchandising de acuerdo a los factores hallados, se genere el objetivo planteado que es la rotación de los productos.

Finalmente, los puntos de venta deben generar la estimulación de los consumidores para el ingreso a sus establecimientos, a más de la necesidad que tenga el consumidor de adquirir ciertos productos específicos ya programados en su mente. La creación de la necesidad de adquirir productos no pensados, es el tema primordial de la utilización del merchandising en los canales

retailing como el caso de estudio, y crear eventos o activiaciones en el punto de venta acorde al tipo de consumidor de cada zona.

REFERENCIAS

- Acevedo-Gelves, L. K., & Albornoz-Arias, N. (2019). *Revisión teórica de las capacidades dinámicas empresariales. Revista científica Pensamiento y Gestión*, 46(1), 262-283
- Ahmed, R. R., Streimikiene, D., Rolle, J-A, & Duc, P. A. (2020). *The COVID-19 Pandemic and the Antecedents for the Impulse Buying Behavior of US Citizens. Journal of Competitiveness*, 12(3), 5-27
- Álvarez, R. (2011). *Neuromarketing: seducir al cerebro con inteligencia para ganar en tiempos exigentes*. Editorial Pearson
- Altamirano, M., & Castro, J. (2020). El merchandising visual como elemento estratégico en el punto de venta. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(6), 35-52. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6.330>
- Arango-Botero, D.; Valencia-Arias, A.; Bermúdez-Hernández, J.; Duque Cano, L. (2020). *Factors that promote social media marketing in retail companies. Contaduría. Administración*, v. 66, n. 1, e-233. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2475>
- Arrubia, J., Gaviria, W., & López, Y. (2018). *Conocimiento, transmisión y aplicación de las herramientas del merchandising. Revista Espacios*. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n11/a18v39n11p35.pdf>
- Ballesteros López, L. G.; Silva Ordoñez, I. F.; Mena Mera, D. J.; Angamarca Pillajo, M. E. (2019). *Estrategias de marketing digital en empresas ecommerce: un acercamiento a la perspectiva del consumidor. 593 Digital Publisher CEIT*, v. 4, n. 5-1, 108-122. <https://doi.org/10.33386/593dp.2019.5-1.123>
- Chkalova, O. V., & Efremova, M. V. (2019). *Merchandising as an innovative technology for sales efficiency management. Economic Analysis: Theory and Practice*, 18(2), 265-278
- Córdova, G., Guerrero, S., Palomino, F. & Ramos, W. (2020). *Impact of visual merchandising on the purchase decision of consumers from retail stores in central Peru. Management Science Letters*, 10(11), 2447-2454
- Ramirez, C., & Alferez, L. (2014). *El Merchandising en el establecimiento virtual, una aproximación al diseño y usabilidad. Pensamiento y gestión*, 1-27
- Suárez -Cousillas, T. (2018). *Evolución del marketing 1.0 al 4.0. Redmarka Revista de Marketing Aplicado*, v. 1, n. 22, 209-227. <https://doi.org/10.17979/redma.2018.01.022.4943>



CARIBEÑA DE CIENCIAS SOCIALES

latindex IDEAS EconPapers Dialnet MIAR InDICES CSIC Scupira

ANÁLISIS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE ATENCIÓN, ASISTENCIA Y REPARACIÓN INTEGRAL A LAS VÍCTIMAS DEL CONFLICTO Y SU IMPACTO EN EL MUNICIPIO DE ALGECIRAS, HUILA

Carlos Andres Marin Reina¹ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9206-7303>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

camarinre@unadvirtual.edu.co**María Alejandra Ramírez Galvis¹**ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8903-480X>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

mariaa.ramirez@unad.edu.co

RESUMEN

Los municipios en Colombia, en especial los de sexta categoría, a lo largo de los años, han estado sumergidos en un conflicto armado que en la actualidad no ha tenido fin. Uno de los municipios que viven los efectos colaterales del conflicto armado, es el municipio de Algeciras, Huila, quien cuenta en la actualidad con 23.298 ocurrencias de hechos victimizantes, con un total de 19.580 víctimas reconocidas, en el cual actualmente permanecen 6.330 víctimas en el municipio y tan solo 5.766 víctimas, pueden ser sujetos de atención por parte del Estado Colombiano. Es así, que el presente artículo tiene por objetivo analizar la política pública de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto y su efecto en impacto a la atención de víctimas en el Municipio de Algeciras, Huila.

Palabras clave: Víctimas, Hechos Victimizantes, Política Pública, Comunidades, Estado.

ANALYSIS OF THE PUBLIC POLICY OF ATTENTION, ASSISTANCE AND INTEGRAL REPARATION TO THE VICTIMS OF THE CONFLICT AND ITS IMPACT IN THE MUNICIPALITY OF ALGECIRAS, HUILA.

ABSTRACT

Over the years, Colombia's municipalities, especially those in the sixth category, have been submerged in an armed conflict that currently has no end. One of the municipalities experiencing the collateral effects of the armed conflict is the municipality of Algeciras, Huila, which currently has 23,298 occurrences of victimizing events, with a total of 19,580 recognized victims, in which 6,330 victims currently remain in the municipality and only 5,766 victims may be subject to attention by the

Colombian State. Thus, the objective of this article is to analyze the public policy of attention, assistance and comprehensive reparation to the victims of the conflict and its impact on the attention of victims in the Municipality of Algeciras, Huila.

Keywords: Victims, Victimizing Events, Public Policy, Communities, State.

INTRODUCCIÓN

Colombia es un país con un pasado violento, el cual ha sufrido múltiples hechos victimizantes y dejado víctimas producto del conflicto armado. Hechos, que se remontan desde la guerra civil partidista de los años 1948 y que han cobrado un estimado de 7,9 millones de víctimas, como lo reporta el Centro Nacional de Memoria Histórica (2013). En donde se han generado hechos de desplazamiento, homicidios, ataques a la población, desapariciones forzadas, secuestros, violencia sexual, minas antipersonales, tortura, despojo o abandono forzado de tierra, reclutamiento forzado, ejecuciones extrajudiciales y masacres como lo reporta el Departamento Nacional de Planeación (2019).

En ese sentido, y en aras de resarcir las obligaciones del estado para garantizar los derechos de la población y mejorar la seguridad en el territorio nacional, se formuló y aprobó en Colombia el documento CONPES 4031 de 2021 “Política Nacional de Atención y Reparación Integral a las Víctimas”, la cual generaliza su aplicación a todos los entes del orden territorial y dentro del espacio político del territorio Nacional.

Las primeras experiencias de la política se dan en función de los diálogos realizados en la Habana (Cuba) en pro de la paz, los cuales permitieron profundizar en los aprendizajes y experiencias que garantizaron un importante avance por garantizar el efectivo cumplimiento de derechos los humanos y una reparación integral de la población víctima en Colombia, en el departamento del Huila y en el municipio de Algeciras.

En general, esta política en estudio se estructura y se dirige principalmente a *“los individuos, familias o colectividades que se han visto afectados por el accionar de los diferentes actores del conflicto, en el marco de infracciones al Derecho Internacional Humanitario o de violaciones a los derechos humanos”* (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2014), para lograr una reparación integral de cada una de las víctimas de nuestro país. Con lo anterior, se genera un interés para analizar la política nacional de atención a las víctimas, centrado en el caso específico del municipio de Algeciras. Mediante el cual, este artículo presenta un marco teórico sobre los antecedentes que depararon la construcción e implementación de la política, a su vez incluye, el proceso metodológico para el análisis de la política, los resultados, discusiones, conclusiones y recomendaciones de política pública.

MARCO TEÓRICO

Algeciras es un municipio que está situado en la parte oriental del departamento del Huila, en pleno Valle del Magdalena, entre la Sierra Oriental y uno de sus ramales, que nace en la misma sierra del Valle de Miraflores, al sur de la ciudad, como la misma cordillera como Caque, Tasmania y termina en el monte San Juan, al norte de la ciudad. Dicho municipio tiene una población total de

24.611, en el cual según cifras de la Unidad de Víctimas (2022) en toda su historia ha habido un total de 23.246 hechos victimizantes, de los cuales han sido reconocidos un total de 19.580 víctimas teniendo en cuenta la Ley 1448 de 2011 “Por la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno”, Ley que fue extendida en su vigencia por la Ley 2078 de 2021 hasta el 11 de junio de 2031.

Es de resaltar que este municipio tiene gran expansión rural que corresponde al 89,4% del territorio, en el que vive el 40% de la población. La ciudad de Algeciras está catalogada como despensa agroalimentaria de la provincia del Huila, lo que explica las 1.789 unidades de fincas, centro de actividad económica de la ciudad, que representan el 69% de acuerdo a Castañeda, (2019), pero a pesar de su gran riqueza y bondades territoriales, este municipio ha sufrido directamente el conflicto armado, mediante el cual hace que en la actualidad se encuentre 6.330 víctimas de las 23.246 víctimas reportadas, es decir que ha habido una migración de las comunidades hacia la capital u otros departamentos.

Esto hace que la administración municipal de Algeciras realice acciones conjuntas con el gobierno nacional para la atención a las víctimas, de las cuales han tenido que presenciar los efectos del conflicto armado, siendo (1) uno de los 1.122 municipios de Colombia que hoy se benefician de la Ley 1448 de 2011 o denominada “Ley de Víctimas y restitución de tierras”. En ese sentido, el municipio de Algeciras aún no cuenta con una política pública municipal para las víctimas, lo que hace importante conocer los antecedentes de la política nacional y su incorporación en el municipio para generar su propia política municipal.

Para la construcción de esta política nacional, han tenido que ocurrir múltiples acontecimientos en la historia del país, pasando desde el desplazamiento y acumulación de tierras entre los años 1948 hasta 1958, producto de una fuerte violencia, que acrecentó los desplazamientos hasta 1974, mediante la lucha insurgente durante el frente nacional. Estos acontecimientos no fueron el fin, por el contrario, fueron el comienzo una nueva génesis en el desplazamiento producto del narcotráfico y el crecimiento del conflicto armado en Colombia desde 1974 hasta 1988 y hasta el año 1996, con los desplazamientos producto del denominado nuevo pacto social (Murillo, 2004; Giraldo-Díaz et al., 2018).

Hasta finales de los años 90, Colombia, el departamento del Huila y el municipio de Algeciras, tuvieron que enfrentar de acuerdo con Gutiérrez (2016) múltiples conflictos e infinidad de hechos victimizantes, lo que generó la necesidad dentro del marco normativo y jurisprudencial, tomar medidas en el asunto desde los años 1997 hasta la actualidad. Es así, que en el año 1997 nació la Ley 387 de 1997 de prevención del desplazamiento forzado y todo tipo de desplazamiento que se ha vivido en el país. Luego se crea la Ley de Víctimas o Ley 1448 de 2011 con un objetivo en común es dignificar los derechos de la población víctima del país.

El año 2011, fue uno de los años más importantes para Colombia, ya que no solamente se expide una Ley de la República que por primera vez logre “*hacer efectivo el goce de los derechos a la verdad, justicia y reparación*” (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2013), sino que también se deja contemplado el documento CONPES 3726 de 2012, como plan de financiación para la sostenibilidad de la Ley 1448 de 2011, siendo uno de los esfuerzos que ayudaría a impulsar la

ejecución de la Ley de Víctimas en Colombia e impulsar el control de la política pública en el departamento del Huila y el municipio de Algeciras.

Con lo anterior, se desprenden normativamente nuevas leyes para la atención a comunidades indígenas y pueblos Rrom o Gitano mediante el Decreto 4634 de 2011. Posterior entra a regir el Decreto 4829 de 2011 estableciendo las reglas para el registro a tierras, luego el CONPES 3784 de 2013, estableciendo los lineamientos para garantizar los derechos de las mujeres que han sido víctimas.

Es así, que desde el año 2014 a 2022 para el caso específico del departamento del Huila de acuerdo a lo publicado por el Departamento del Huila (2021), mediante el Comité Ampliado de Justicia Transicional y las 37 mesas municipales de víctimas en el departamento, se ha logrado ser un departamento “ejemplo” en la implementación de la política pública, ya que se cuenta con la Ordenanza 035 de 2013 para la atención a las víctimas de conflicto armado y es el departamento del Huila, quien cuenta con más proyectos productivos dirigidos a las víctimas del conflicto.

En el caso específico del municipio de Algeciras al no contar con una política pública municipal, se dejó contemplado en el año 2020, mediante su Plan de Desarrollo Municipal “Construyendo Progreso 2020 – 2023”, la generación de una política pública en materia de atención a víctimas desde el municipio, y mejorar la atención a las víctimas.

METODOLOGÍA

Métodos y Materiales

Este artículo se desarrolló desde un análisis descriptivo con un enfoque metodológico cualitativo, basando el análisis de literatura, siguiendo la metodología de Ipia (2021) en el cual se discute e integra la información obtenida para analizar y comprender las dinámicas sociales del municipio de Algeciras y el impacto de la política pública de víctimas en la relación integral de los ciudadanos Algecireños.

Para la operatividad del método descriptivo se complementa el análisis por medio de las bases de cifras y reportes de la Unidad de Víctimas (2022), específicamente cifras del municipio en estudio. Esto nos permite tener una recolección objetiva de información, y como lo reporta Campos y Martínez (2012), utilizar la lógica y los sentidos para analizar las realizadas en torno al objetivo principal.

La unidad de análisis es las Víctimas del Conflicto armado en el municipio de Algeciras, mediante las cuales han sido reportadas como hechos victimizantes. Tenido en cuenta el tipo de diseño de la investigación, no se llevó un paso a paso determinado de técnicas de análisis o softwares estadísticos cualitativos, ya que el comienzo y fin del artículo se alinea de acuerdo con lo publicado por Pico (2020), mediante un análisis netamente teórico y de información relevante provenientes de datos institucionales, que permiten responder a la pregunta problema definida y al objetivo propuesto.

Para el análisis específico de la política pública y su impacto en el municipio de Algeciras, Huila, se plantearon 4 variables como indicadores de evaluación, los cuales son el “presupuesto

asignado para la asistencia”, “restitución de tierras e inmuebles” y el “restablecimiento de productividad y empleo” e “indemnización”.

RESULTADOS

En el municipio de Algeciras, tienen como propósito en su plan de desarrollo, la generación de mayor participación ciudadana de todos sus habitantes y que la ciudadanía participe de sus rendiciones de cuentas. Esto, desde la literatura encontrada, genera más transparencia y credibilidad, como lo reporta Torres y Santander (2013) y ayuda a que las entidades tengan un mejor horizonte a corto y mediano plazo, es decir, que es muy importante la participación de los ciudadanos del municipio Algeciras y del Departamento del Huila en los procesos de implementación y vigilancia que permitan ganar espacios y resultados positivos tanto individuales como en sociedad.

El gobierno nacional en el 2018 ha calificado en un 98,8 % la gestión que realizó el Departamento del Huila en el cumplimiento de la política pública, mediante el Reporte Unificado del Sistema de Información, Coordinación y Seguimiento Territorial RUSICST (Gobernación del Huila, 2018).

Este RUSICST, es una de las herramientas que dispone el gobierno nacional como mecanismo donde la ciudadanía y los gobiernos locales, departamentales y la nación puede contar con información y efectuar cualquier tipo de evaluación y seguimiento en el desempeño de cada entidad territorial, respecto a la implementación de la política pública.

Estas acciones le permiten a la entidad territorial del municipio de Algeciras facilitar las intervenciones, ya que hasta la fecha de corte (31 de marzo de 2022) según información de la Unidad para las Víctimas (2022) se han reportado múltiples víctimas por cada hecho victimizante como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1.

Víctimas por hechos victimizantes en el municipio de Algeciras, Huila.

Hechos	Número de Víctimas
Número total de víctimas reconocidas (Ley 1448/2011)	19.580
Número de Víctimas que han declarado (Narraron su hecho victimizante)	2.566
Víctimas que viven en Algeciras	6.330
Víctimas sujetas de atención	5.766
Ocurrencias de hechos victimizantes ocurridos en Algeciras	23.246

Fuente: elaboración propia con base en datos de la Unidad para las Víctimas (2022).

La tabla anterior, nos demuestra que a pesar de tener un 98,8% de cumplimiento de la política pública en el departamento del Huila, en el municipio de Algeciras, las cifras de hechos victimizantes están en crecimiento, por lo tanto, a simple vista, se determina que la política se queda

corta para la atención a las víctimas de este municipio, donde muchas de ellas han tenido que dejar el municipio y en su mayoría no han logrado declarar como se muestra en la Tabla 1.

Esto hace que se tenga una gran oportunidad para que el ente territorial y los ciudadanos, propicien espacios de veeduría ciudadana contemplados en la Ley 850 de 2003, donde se ejerza una mayor vigilancia sobre la gestión administrativa y la política en estudio. Es así, que el ente territorial no puede estatizar la participación ciudadana y esta participación no puede sujetar la actividad de la administración, es decir, que se debe generar una independencia desde lo público, donde se entienda que esta política pública de víctimas se desagrega e impacta desde acciones generales desde nivel nacional, departamental y municipal.

El impacto de las acciones de la política pública para la atención a víctimas del gobierno nacional tiene gran influencia en el municipio de Algeciras, ya que a pesar de no tener una política municipal aprobada por el concejo municipal. El municipio por medio de su mandatario local ha logrado una articulación entre actores claves, quienes han logrado incluir la política pública desde su programa de gobierno, hasta el plan de desarrollo municipal. Por lo tanto, se evaluó el impacto de la política encontrando lo siguiente:

Diagnóstico territorial: Presencia de víctimas del conflicto

Mediante un diagnóstico primario se encuentra que en el municipio de Algeciras la presencia de hechos victimizantes aumenta cada día, al pasar de 23.246 hechos victimizantes con cohorte a marzo de 2022 a 23.298 hechos victimizantes con cohorte del 31 de abril de 2022, donde han aumentado en ese mes, una víctima por día, es decir 30 víctimas más, para un total de 6.360 víctimas que viven en el municipio si comparamos la Tabla 1.

Por lo tanto, para el análisis de las 4 variables como indicadores de evaluación, que son el “presupuesto asignado para la asistencia”, “restitución de tierras e inmuebles”, “restablecimiento de productividad y empleo” e “indemnización”, debemos entender que:

a) Presupuesto asignado para la asistencia

El presupuesto asignado para la atención a las víctimas en el municipio es cortó, ya que se encuentran 5.792 víctimas sujetas de atención, en su mayoría por desplazamiento forzado, es decir del total de 23.298 hechos victimizantes, cerca del 25% están en condiciones de recibir una ayuda humanitaria. Dichas ayudas se verán reflejadas si el gobierno nacional logra impulsar una reforma que permita conseguir los 65 billones de pesos, que se necesitan para indemnizar a todas las víctimas del territorio nacional. Es decir, que hay un déficit en el presupuesto que dificulta la atención de las víctimas desde los territorios y estas ayudas están supeditadas a las acciones de la unidad de víctimas del Huila.

b) Restitución de tierras e inmuebles

En el municipio de Algeciras se encuentran 1,281 víctimas que declararon que sus hechos victimizantes ocurrieron por medio del desplazamiento forzado, donde solo 5 personas son reconocidas que han sufrido abandono o despojo forzado de tierras, y un total de 319 víctimas han declarado abandono o despojo forzado de bienes, en el cual se encuentra una dualidad en el

concepto de restitución y para el caso práctico de la evaluación del impacto se debe analizar la restitución de tierra y la restitución de inmuebles.

En ese sentido, de acuerdo con información suministrada por Rama Judicial (2022b), desde el mes de Julio de 2021 hasta la fecha junio de 2022, únicamente hay vinculados en procesos de restitución de tierras 22 predios, cifras que no son alentadoras para un número mayor de víctimas a la espera de restitución de tierras o bienes.

c) Restablecimiento de productividad y empleo

El indicador de subsidios de empleos se queda corto donde tan solo para el año 2020, al municipio de Algeciras por medio de Comfamiliar recibió un total de 2 subsidios para personas en desempleo, según La Nación (2020), una mínima parte de ayuda para un municipio tan necesitado, donde el municipio no está en la capacidad de brindar un número mayor de empleos generados y debe acudir a las empresas privadas para la generación de empleo y aumentar la productividad en el municipio. No se encuentran cifras oficiales que permitan realizar un diagnóstico comparado, detallado y preciso.

d) Indemnización

Como se muestra en la Tabla 2, son múltiples los sujetos de atención o indemnización donde el porcentaje de efectividad en las indemnizaciones para el municipio es muy bajo, por encima del promedio nacional, en el cual el 60% corresponde a víctimas de desplazamiento forzado, el 30% a víctimas de homicidio, y el 5% a víctimas de desaparición forzada, entre otros, con una cobertura por debajo del 10 % de eventos indemnizados frente al total de eventos a indemnizar.

Tabla 2.

Hechos Victimizantes totales en el municipio de Algeciras, Huila, 2022.

Hechos Victimizantes Desagregado					
Hecho Victimizante	Víctimas Ocurrencia	Víctimas Declaración	Víctimas Ubicación	Sujetos de Atención	Número Eventos
Acto terrorista / Atentados / Combates / Enfrentamientos / Hostigamientos	184	107	90	81	189
Amenaza	1.891	155	629	623	1.929
Delitos contra la libertad y la integridad sexual en desarrollo del conflicto armado	45	7	19	19	45
Desaparición forzada	128	36	57	53	130
Desplazamiento forzado	17.614	1.281	5.671	5.177	18.406
Homicidio	1.797	821	691	617	1.861
Minas Antipersonal, Munición sin Explotar y Artefacto Explosivo improvisado	66	12	13	12	66
Secuestro	33	0	9	8	33

Tortura	9	0	15	13	9
Vinculación de Niños Niñas y Adolescentes a Actividades Relacionadas con grupos armados	34	7	19	19	35
Abandono o Despojo Forzado de Tierras	0	0	5	5	0
Pérdida de Bienes Muebles o Inmuebles	452	319	241	219	522
Lesiones Personales Físicas	57	15	17	17	57
Lesiones Personales Psicológicas	16	0	9	7	16
Sin información	0	0	3	3	0

Fuente: elaboración propia con base en datos de la Unidad para las Víctimas (2022).

Con todo lo anterior, esta política pública nacional, al tener un diseño centralista desde el gobierno nacional, hace importante que prevalezcan los intereses descentralizados de los ciudadanos de Algeciras, que logre incorporar una nueva política pública municipal que agrupe los intereses de las víctimas en relación con el restablecimiento de sus derechos y la reparación integral que como sociedad merecen. Todas estas políticas se vuelven operativas mediante los presupuestos, siendo la herramienta que plasma la toma de decisiones y recoge toda la política pública en sentido a los ingresos y gasto para su operatividad, donde los ingresos en la actualidad son pocos y hacen falta recursos para la atención a las víctimas, estando en contra vía de la justicia, igualdad y progresividad, logrando inequidad asignativa, eficiencia y economía en los gastos como lo reporta Ortégón (2016) y haciendo una política que en la actualidad es ineficiente, sin desconocer los grandes avances en reparación integral de las víctimas.

DISCUSIONES

El municipio de Algeciras, Huila, al no contar con una política pública municipal para la atención y reparación integral a las víctimas, si el gobierno municipal, llegase a adaptar por medio de Acuerdo Municipal mediante el Concejo Municipal, puede contemplar una metodología para su implementación, basada en tres fases:

- I. Primer periodo de Gobierno: Armonización con el actual plan de desarrollo.
- II. Segundo periodo de Gobierno: Fortalecer las estrategias pasadas, monitorear las implementadas y evaluar la política pública.
- III. Tercer periodo de Gobierno: Ajuste, reevaluación y reformulación.

En ese sentido, los gastos de la política pública se deben hacer cargo y dejar implementados y cargados en el presupuesto anual de gastos y rentas del municipio, esto se hará por cada vigencia, teniendo en cuenta los planes territoriales de desarrollo para lograr una equidad asignativa, eficiencia y mejor economía de la política pública.

La entidad a cargo de la política pública y su implementación estará liderada por la administración municipal de Algeciras, sus diferentes secretarías de acuerdo con su estructura administrativa, agrupando la participación de entes descentralizados, bajo el apoyo y engranaje del sector privado, diferentes organizaciones de víctimas y comunidad en general, las cuales tiene como objetivo hacer control al cumplimiento y control de cada uno de los programas contenidos en el presente documento.

Dicha implementación debe de estar acompañada por cada uno de los ciudadanos del municipio de Algeciras y hacer valer, sus derechos y deberes como ciudadanos colombianos, como lo afirma Torres y Santander (2013), y de manera libre se pueda generar mayor confianza, credibilidad y sea una oportunidad de mejorar las situaciones actuales de todas las víctimas del municipio y resolver parte de sus problemas, es decir como lo sustenta Rodríguez y Betancourt (2019), ser una oportunidad de mejora.

CONCLUSIONES

La política de atención a las víctimas tiene una gran apuesta y problemáticas de fondo que no le permiten un cumplimiento en las metas trazadas (Giraldo-Díaz, Nieto-Gómez y Ángel-Osorio, 2020; Victoria-Russi et al., 2020). En el caso específico del municipio de Algeciras como se evidencia en la Tabla 2, que el desplazamiento forzado es el acto de victimización más grande, hechos victimizantes que en Colombia generan un total aproximado del 60% del total de víctimas, que deben recibir una indemnización. En el municipio se presentó un total de (17.614) víctimas de ocurrencia, representando un bajo índice de cumplimiento en comparación con el total de víctimas objeto de la medida o sujetos de atención que son (5.177), posibles compensado por este hecho victimizante.

Las medidas de reparación en el municipio guardan sinergia con las medidas de indemnización, pero no se tiene una armonización adecuada en el presupuesto, los ingresos y gastos, este producto de una política nacional, en la cual se centraliza las atenciones en las unidades de atención territorial, caso específico de la Unidad Territorial para las Víctimas del Huila, lo que hace que las reparaciones, no sean integrales y descentralizadas bajo el interés ciudadano.

El gobierno nacional tiene que replantear una nueva Ley de financiamiento, específica para la obtención de recursos de indemnización, y enmendar el desfinanciamiento de \$65 billones, que es la meta propuesta por la Unidad de Víctimas para atender a 6,2 millones de víctimas a nivel nacional y a 5.766 víctimas que son sujetos de indemnización en el municipio de Algeciras en un lapso de 10 años, lo que prende las alarmas, ya que solo en el municipio de Algeciras aproximadamente se generan 30 ocurrencias de hechos victimizantes por mes, es decir que el 25% serían víctimas sujetos de atención y requerirán más presupuesto para su atención, generando una necesidad de realizar un análisis presupuestal prospectivamente y que en definitiva se logre una verdadera reparación integral a las víctimas.

RECOMENDACIONES

Se propone un mecanismo de seguimiento en la implementación y evaluación de esta política, en el cual se puede adaptar el modelo del RUSICST, donde la entidad territorial, como se

muestra en la Tabla 3, y repensar la política pública desde un orden que facilite las intervenciones a todas las víctimas y se garantice como lo reporta el Ministerio del Interior (2015) la participación efectiva de los pueblos y comunidades indígenas, negros, afrocolombianos, raizales, palenqueros, entre otros.

Tabla 3.

Etapas en el diseño, implementación y evaluación de la política pública.

Etapa	Acción para realizar
Diseño	Se debe producir un documento escrito que muestre la estrategia de acción más efectiva y eficiente para abordar los problemas identificados para garantizar los derechos de las víctimas.
Implementación	Implementar la estrategia adoptada por la unidad territorial en la etapa de diseño, revisar la propuesta operativa y los recursos políticos, legales, financieros y humanos con que se cuentan e identificar los diversos actores y organizaciones responsables.
Seguimiento y Evaluación	Incluye la recopilación, el análisis y la evaluación de la eficacia de la gestión y el presupuesto de la política pública para abordar los problemas identificados, las estrategias desarrolladas y adoptadas.

Fuente: elaboración propia con base en datos del Ministerio del Interior, (2021).

Esta implementación y seguimiento, debe estar ligada a las rendiciones de cuenta de la administración municipal, ya que, como lo reporta Función Pública (2022), es responsabilidad de las autoridades y de los trabajadores, informar y dar cuenta de su proceso de gestión y resultados, así como de los avances en la garantía de los derechos de los ciudadanos y las organizaciones de su publicidad a través del espacio de diálogo público.

Esta rendición de cuentas es el derecho de los ciudadanos a evaluar las prácticas de gestión, solicitar información, buscar explicaciones y retroalimentar al gobierno municipal con el fin de tomar acciones de mejora para cumplir con las obligaciones y compromisos del estado, donde es necesario explicar, demostrar y responder las preguntas de todos los ciudadanos y resolver satisfactoriamente sus hechos victimizantes, mejorando no solo las estadísticas de los entes territoriales, sino también, mejorando la calidad de vida de los pobladores del municipio de Algeciras, Huila.

REFERENCIAS

- Ángel-Osorio, J., Nieto-Gómez, L. E., y Giraldo-Díaz, R. (2020). *Participación política de la oposición en Colombia después del Acuerdo de Paz de 2016*. Entramado, 16(2), 252–262. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.6695>
- Campos, G., y Martínez, N. E. L. (2012). *La observación, un método para el estudio de la realidad*. Xihmai, 7(13), 45-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Castañeda, K. B. (2019). *Estrategias de Resiliencia adoptadas ante los efectos del Conflicto Armado en la Dimensión Humana y Alimentaria de la SAN, por las personas del municipio de Algeciras – Huila que resistieron en el territorio*. Universidad Nacional de Colombia.

- <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/77952/1032430535.2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Centro Nacional de Memoria Histórica (2014). *Archivos de graves violaciones a los DD. HH., infracciones al DIH, memoria histórica y conflicto armado*. Elementos para una política pública.
<https://www.centrodememoriahistorica.gov.co/descargas/informes2014/archivosDDHH/archivos-de-graves-violaciones-DDHH.pdf>
- Centro Nacional de Memoria Histórica. (2013). *Características, dimensiones y modalidades de violencia en el conflicto armado colombiano*. Facultad de Ciencias Humanas.
http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/descargas/CatedraBY/modulo1_old.pdf
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2013). *Verdad, justicia y reparación: Cuarto informe sobre la situación de derechos humanos en Colombia*. OEA.
<https://www.oas.org/es/cidh/docs/pdfs/justicia-verdad-reparacion-es.pdf>
- Congreso de la República de Colombia. (1997, 18 de julio). Ley 387 de 1997. *Por la cual se adoptan medidas para la prevención del desplazamiento forzado; la atención, protección, consolidación y estabilización socioeconómica de los desplazados internos por la violencia en la República de Colombia*. Diario Oficial No. 43 091.
- Congreso de la República de Colombia. (2003, 18 de noviembre). Ley 850 de 2003. *Por medio de la cual se reglamentan las veedurías ciudadanas*. Diario Oficial No. 45.376
- Congreso de la República de Colombia. (2011, 09 de diciembre). Decreto 4634 de 2011. *Por el cual se dictan medidas de asistencia, atención, reparación integral y restitución de tierras a las víctimas pertenecientes al pueblo Rrom o Gitano*. Diario Oficial No. 48 278.
- Congreso de la República de Colombia. (2011, 10 de junio). Ley 1448 de 2011. *Por la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno*. Diario Oficial No. 48 096.
- Congreso de la República de Colombia. (2021, 08 de enero). Ley 2078 de 2021. *Por medio de la cual se modifica la Ley 1448 de 2011 y los Decretos-ley Étnicos 4633 de 2011, 4634 de 2011 y 4635 de 2011, prorrogando por 10 años su vigencia*. Diario Oficial No. 51 551.
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2012). Conpes 3726 *Lineamientos, plan de ejecución de metas, presupuesto y mecanismo de seguimiento para el plan nacional de atención y reparación integral a víctimas*.
<https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/conpes/econ%C3%B3micos/3726.pdf>
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2013). Conpes 3784 *Lineamientos de política pública para la prevención de riesgos, la protección y garantía de los derechos de las mujeres víctimas del conflicto armado*.
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3784.pdf>
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2021). Conpes 4031 *Política nacional de atención y reparación integral a las víctimas*.
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4031.pdf>

- Departamento del Huila. (2021). *El Huila es ejemplo a nivel nacional por atención a víctimas del conflicto armado*. <https://www.huila.gov.co/publicaciones/11324/el-huila-es-ejemplo-a-nivel-nacional--por-atencion-a-victimas-del-conflicto-armado/>
- Departamento Nacional de Planeación. (2019). *Proceso de Paz sobre las Víctimas del Conflicto*. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Politica%20de%20Victimas/proceso-paz-colombia-cartilla-acuerdo-victimas.pdf>
- Función Pública. (2022). *Rendición de cuentas, un derecho de la ciudadanía*. https://www.funcionpublica.gov.co/preguntas-frecuentes/-/asset_publisher/sqxafjubsrEu/content/rendicion-de-cuentas-un-derecho-de-la-ciudadania/28585938
- Giraldo-Díaz, R., Botero-Caicedo, Y. A., Nieto-Gómez, L. E., Belalcázar-Valencia, J. G., y Leudo-Zárate, G. (2018). *Memorias y espacios vitales: unas víctimas anónimas del conflicto armado en Colombia*. Universidad Libre de Cali. <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/15678>
- Gobernación del Huila. (2018). *Atención a víctimas en el Huila en 'nivel alto': Gobierno Nacional*. <https://www.huila.gov.co/publicaciones/7819/atencion-a-victimas-en-el-huila-en-nivel-alto-gobierno-nacional/>
- Gutiérrez Quevedo, M. (2016). *Cátedra Unesco: derechos humanos y violencia: gobierno y gobernanza. Problemas, representaciones y políticas frente a graves violaciones a los derechos humanos*. Universidad externada de Colombia. <https://books.openedition.org/uec/2527>
- Ipia, J. (2021). *Trabajo de Grado II*. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/41508>
- La Nación (2020). *En Huila, 743 cesantes recibirán subsidio al desempleo por Comfamiliar*. <https://www.lanacion.com.co/en-huila-743-cesantes-recibiran-subsidio-al-desempleo-por-comfamiliar/>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2011, 20 de diciembre). Decreto 4829 de 2011. *Por el cual se reglamenta el Capítulo III del Título IV de la Ley 1448 de 2011 en relación con la restitución de tierras*. Diario Oficial No. 48 289.
- Ministerio del Interior, (2022). *Reporte Unificado del Sistema de información, coordinación y Seguimiento Territorial de la Política Pública de Víctimas del Conflicto Armado Interno*. <https://rusicst.mininterior.gov.co/#!/home/login>
- Ministerio del Interior (2015). *El enfoque diferencial y étnico en la política pública de víctimas del conflicto armado*. https://gapv.mininterior.gov.co/sites/default/files/cartilla_enfoque_diferencial_fin_1.pdf
- Murillo, S. (2004). *El nuevo pacto social, la criminalización de los movimientos sociales y la ideología de la seguridad*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/osal/20110307103434/30Murillo.pdf>
- Ortegón Quiñones, E. (2016). *Guía sobre diseño y gestión de la política pública*. <http://repositorio.minciencias.gov.co/handle/11146/182>

- Pico Jaramillo, A. R. (2020). *Seguridad alimentaria y nutricional de familias migrantes venezolanas con asistencia alimentaria en Bogotá*. Universidad Nacional. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/78054>
- Rama Judicial. (2022). *Consulta de Predios Vinculados a Procesos de Restitución de Tierras*. <https://restituciontierras.ramajudicial.gov.co/RestitucionTierras/Views/Old/consultapredio.aspx>
- Rama Judicial. (2022b). *En Huila, 743 cesantes recibirán subsidio al desempleo por Comfamiliar*. <https://www.lanacion.com.co/en-huila-743-cesantes-recibiran-subsidio-al-desempleo-por-comfamiliar/>
- Rodríguez, C. y Betancourt, S. (2019). *OVA Unidad 2 - Implementación de Políticas públicas. Especialización en gestión pública*. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/35332>
- Torres-Melo J. Santander J. IEMP (2013). *Introducción a las políticas públicas Conceptos y herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía*. Pág 117, 139 Recuperado de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/admon/files/empresas/ZW1wcmVzYV83Ng==/imgproductos/1450056996_ce38e6d218235ac89d6c8a14907a5a9c.pdf
- Unidad de Víctimas. (2022). *Cifras y reportes Unidad de Víctimas “Municipio de Algeciras”*. <https://cifras.unidadvictimas.gov.co/Cifras/#!/hechos>
- Victoria Russi, Á. M., Nieto Gómez, L. E., Giraldo-Díaz, R., Sánchez Jiménez, W., Agudelo Serna, F. A., Esquivel Parra, P. J., Ramírez Galvis, M., y Arana Gutiérrez, A. D. (2020). *Agroecología para sanar las heridas de la guerra en comunidades afectadas por el conflicto político, social y armado en Colombia*. Universidad Libre Seccional Cali. <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/19489?locale-attribute=es>