

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

**Autores: María Fernanda Roja Martínez y Luis Ángel Arias Abril**

**LA ESTRUCTURA Y FUNCIONALIDAD DE LOS SISTEMAS EN EL MODELO DE  
BRONFENBRENNER Y SU UTILIDAD EN ENTORNOS EMPRESARIALES.**

**TRABAJO DE GRADO COMO ASISTENTE DE INVESTIGACIÓN**

**Escuela de Administración**

**Bogotá, 2013**

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

**Autores: María Fernanda Roja Martínez y Luis Ángel Arias Abril**

**LA ESTRUCTURA Y FUNCIONALIDAD DE LOS SISTEMAS EN EL MODELO DE  
BRONFENBRENNER Y SU UTILIDAD EN ENTORNOS EMPRESARIALES.**

**Trabajo de Grado para optar por el Título de Administrador de Empresas**

**Tutor: Fernando Juárez Acosta**

**Escuela de Administración**

**Bogotá, 2013**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a nuestros padres por todo el apoyo brindado en el transcurso de nuestra carrera y a Dios por dejarnos llevar a cabo nuestros planes.

## **DEDICATORIA:**

A Dios y a nuestras familias: Martha, William, Faber, Mary, Manuel, Sebastián, Juan David y María Paula.

# TABLA DE CONTENIDO

1	GLOSARIO .....	6
2	RESUMEN .....	8
3	ABSTRACT.....	9
4	INTRODUCCIÓN .....	10
4.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	10
4.2	JUSTIFICACION .....	11
4.3	OBJETIVOS .....	12
4.3.1	Objetivo general.....	12
4.3.2	Objetivos Específicos .....	12
4.4	ALCANCE Y VINCULACION CON EL PROYECTO DEL PROFESOR .....	12
5	MARCO TEORICO .....	14
5.1	SITUACION ACTUAL.....	14
5.2	ESTRUCTURA DE LOS SISTEMAS EN EL MODELO DE BRONFENBRENNER .....	15
5.2.1	INFLUENCIAS .....	15
5.2.2	INTERACCIONES.....	15
5.2.3	EXPLICACION DEL MODELO .....	16
5.3	FUNCIONALIDAD DE LOS SISTEMAS EN EL MODELO DE BRONFENBRENNER .....	19
5.3.1	CONCEPTOS CLAVES EN LA RELACION DEL MODELO .....	19
5.3.2	LAS EMPRESAS Y SU MICROSISTEMA .....	21
5.3.3	LA EMPRESA Y EL MESOSISTEMA .....	22
5.3.4	LA EMPRESA Y EL EXOSISTEMA .....	23
5.3.5	LA EMPRESA Y EL MACROSISTEMA .....	23
5.4	UTILIDAD MODELO DE BRONFENBRENNER EN LOS ENTORNOS EMPRESARIALES .....	24
5.4.1	CAMBIO DE TÉCNICAS DE MERCADEO (MERCADEO RELACIONAL) .....	24
5.4.2	ESTRATEGIAS COMUNITARIAS .....	25
5.4.3	EI RELACIONAMIENTO DE LAS COMUNIDADES Y LA ORGANIZACIONES .....	27
6	CONCLUSIONES .....	29
7	RECOMENDACIONES.....	30
8	BIBLIOGRAFÍA .....	31

# 1 GLOSARIO

**Ambiente:** Elementos que imponen ciertas condiciones a la vida humana. Desde la presencia de otros seres vivos en las diversas dimensiones de las relaciones sociales hasta los productos culturales o materiales disponibles para la satisfacción de sus necesidades (Cozzani, 1991).

**Cluster:** conglomeración de organizaciones en un espacio geográfico específico, donde la mayoría comparte una misma actividad económica o son pertenecientes al mismo sector económico pero con diferentes especializaciones (Delgado, Porter, & Stern, 2011).

**Comunidad:** Grupo social percibido como una unidad interdependiente y diferenciada frente a otras y cuyos miembros desarrollan sentimientos de pertenencia y mantienen relaciones e interacciones estables, presenta variaciones en su tamaño, sus intereses y sus necesidades dependiendo el transcurso de la propia vida de la comunidad. (Montero, 1984).

**Entorno:** Incluye todos los factores económicos, tecnológicos, sociales y políticos que influyen en las decisiones y resultados de la empresa (Albuquerque, Dini, & Perez, 2008, p. 21).

**Influencia:** proceso, en el cual existen varios organismos, y en donde cualquier cambio de uno de estos afectara el comportamiento de los demás (Rodriguez, 2012).

**Interacción:** acción de cualquier organismo sobre otro u otros que genera una reacción, que al ejecutarse, puede tener varias alteraciones en los diferentes actores que participen en esta relación (Barreto & Uribe, 1963).

**Organización:** ente social para el logro de determinados objetivos mediante el trabajo humano y recursos materiales, este ente es dinámico, interactúa continuamente con el entorno, tiene su propia cultura y su objetivo cambian constantemente (Dávila, 2001).

**Sistema:** Interrelación de diferentes elementos ya sean objetos, situaciones, elementos, procesos, variables, de manera organizada, los cuales siempre tienen determinada función, resaltando que no siempre el total del sistema es igual a una sumatoria de sus organismos quienes lo componen. (Huamao & Fengqi, 2013).

**Sector:** la relación de varios actores como: empleadores, académicos, miembros del sector público, legisladores, sociedades, empresarios, negocios entre otros; a través de los hospitales, colegios, librerías, agencias gubernamentales, etc. que son organizaciones creadas para resolver diferentes necesidades y que con la relación de los actores se interconectan para crear redes transversales e interdisciplinarias teniendo en común dos retos: Tener un visión común y la mutua colaboración para funcionar como uno solo (Sabeti & Fourth Sector Network Concept Working Group, 1998).

## 2 RESUMEN

El proyecto será desarrollado en base al modelo ecológico del desarrollo humano, (Bronfenbrenner, 1999) partiendo desde la explicación y conceptualización del modelo en términos generales, guiando la investigación hacia un ámbito organizacional en donde se podrá aplicar la teoría descrita por Bronfenbrenner y así, determinar cuál es la estructura y funcionalidad de los sistemas en el modelo además de establecer qué utilidad tiene en entornos empresariales por medio del análisis de los múltiples sistemas, relaciones, interacciones y efectos que tienen y que desarrollan las empresas u organizaciones en el transcurso de su vida.

A lo largo de la investigación se hará referencia a diferentes conceptos relacionados tanto con el modelo como con el mundo en que se desarrollan las organizaciones, tales como clusters, sistemas, sectores, estrategias, marketing relacional, comunidad, interacciones, influencias, entre otros; los cuales permitirán acercar lo mayor posible el modelo de Bronfenbrenner al mundo empresarial y lograr desarrollar de mejor manera la intención de aplicar el modelo al mundo organizacional.

**Palabras Claves:** Sistemas, Interacciones, Influencias, Comunidad, Modelo ecológico.



### **3 ABSTRACT**

The Project will be developed based on the Ecological model of Human Development (Bronfenbrenner, 1999) starting from the explication and conceptualization in general terms of the model, guiding the investigation to a organizational environment, where it would be possible to apply the theory described by Bronfenbrenner and then, determine which is the structure and the functionality of the systems in the model as well as establish what is its utility in the business environments making an analysis of the different systems, relations, interactions and effects that the companies or organizations have and develop during their life.

Throughout the investigation will be referred to different kinds of concepts related to the model and the world where the organizations develop, such as clusters, systems, sectors, strategies, relationship marketing, community interactions, influences, etc; concepts which will allow to bring, as much as possible, Bronfenbrenner's model to the business world to develop in the best possible way to apply the model to the business world.

**Key words:** Systems, Interactions, Influences, Community, Ecological model.

## **4 INTRODUCCIÓN**

### **4.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Existe una relación natural entre las empresas y el medio o el entorno en el que se desempeñan, incluso en el que no lo hacen; relación que ha venido analizándose de diferentes formas teniendo en cuenta el sector económico, la competencia, la cultura, el desarrollo histórico, entre otros aspectos válidos para el desarrollo de una organización en un entorno específico.

Un ejemplo claro de algunas de las relaciones mencionadas anteriormente, es Porter (1985), al hacer referencia al modelo de las 5 fuerzas competitivas, en donde es necesario analizar diferentes componentes del entorno en el que se encuentra una empresa para su supervivencia por medio de diferentes estrategias. Por otro lado, Da Silva (2002), afirma que existen dos clases de entornos, generales y específicos, y que cualquier cambio o variación en éste conlleva a alteraciones en el desarrollo de la empresa y a cierta incertidumbre en el futuro de la misma. Otro autor que hace referencia a varias relaciones entre las empresas y otras variables como el medio ambiente, el gobierno, sus trabajadores y diferentes entornos es Gregorio De Castro (2008), quien analiza estas múltiples relaciones para determinar la reputación de las organizaciones. Estos y muchos más autores han tenido en cuenta el ambiente y diferentes factores aplicados a la administración de empresas. Pero si nos detenemos a querer analizar la relación directa e indirecta, las influencias internas y externas, la reciprocidad entre actores y la interacción en diversos contextos de las organizaciones y la sociedad visto como un sistema interdependiente, no encontramos un modelo que nos permita analizar esta información y esta clase de asociaciones e interacciones en el mundo empresarial.

Es aquí en donde se quiere plantear y dar solución a una problemática en donde la idea es partir desde el modelo de Bronfenbrenner (1999) encontrando y analizar las magnitudes y los efectos que pueden llegar a tener una gran variedad de influencias que rodean cotidianamente el entorno empresarial; analizando desde las relaciones más mínimas y lejanas, hasta las relaciones más cercanas y directas como lo plantea Bronfenbrenner (Gifre & Guitart, 2012) en su modelo mencionado anteriormente; refiriéndose a estas influencias dentro de estructuras anidadas a las cuales llama, Microsistemas, Mesosistemas, Exosistemas y Macrosistemas (Bronfenbrenner,

1994) para establecer su estructura, funcionalidad y así entender su utilidad en el entorno empresarial.

A partir del análisis que se obtenga y la información que se recolecte, al finalizar este proyecto podremos resolvernos el siguiente cuestionamiento:

¿Cuál es la estructura y funcionalidad de los sistemas en el modelo de Bronfenbrenner y qué utilidad tiene en entornos empresariales?

De esta pregunta se derivan las siguientes tres subpreguntas:

1. ¿Cuál es la estructura de los sistemas en el modelo de Bronfenbrenner?
2. ¿Cuál es la funcionalidad de los sistemas en el modelo de Bronfenbrenner?
3. ¿Qué utilidad tiene el modelo de Bronfenbrenner en entornos empresariales?

## **4.2 JUSTIFICACION**

En el campo de la administración se ha investigado, escrito y expuesto en varias ocasiones la relación de la empresa con su entorno, interacción que generalmente se ve reflejada en la cultura organizacional de la empresa, su capital humano y comportamiento del mercado. Por ejemplo, en uno de los libros introductorios a las teorías de sistemas (Rodriguez, 2003, p. 59), varios autores de esta escuela se refieren a un todo en donde se encuentran ubicadas las organizaciones, describen y analizan procesos en los cuales múltiples factores afectan al trabajador, procesos, políticas y estructuras organizacionales que se ven reflejados en las decisiones tomadas en las compañías; pero realmente no se analiza el efecto y las influencias de manera recíproca, teniendo en cuenta al mismo tiempo varios subsistemas y macro-sistemas que a simple vista no se encuentran relacionados directamente con la organización, clientes, trabajadores y sectores. En resumen, aunque se ha estudiado a la organización como un sistema, no se ha encontrado un mecanismo que abarque todas las influencias y efectos como una red en

donde cualquier cambio desde cualquier punto de la red, la pueda modificar e inclusive (Keneth & Kendall, 2005).

A continuación, se ha optado por estudiar a profundidad el Modelo Ecológico del Desarrollo Humano de Bronfenbrenner (Bronfenbrenner, 1994) para enfocarlo a las organizaciones y tomarlas como sistemas interdependientes, permitiendo alinear ésta idea con el propósito de darle más herramientas a las empresas para que logren ser más competitivas.

## **4.3 OBJETIVOS**

### **4.3.1 Objetivo general**

Determinar cuál es la estructura y funcionalidad de los sistemas en el modelo de Bronfenbrenner y qué utilidad tiene en entornos empresariales.

### **4.3.2 Objetivos Específicos**

- Identificar cuál es la estructura de los sistemas en el modelo de Bronfenbrenner.
- Determinar cuál es la funcionalidad de los sistemas en el modelo de Bronfenbrenner.
- Determinar qué utilidad tiene el modelo de Bronfenbrenner en entornos empresariales.

## **4.4 ALCANCE Y VINCULACION CON EL PROYECTO DEL PROFESOR**

Debido al análisis de gran envergadura que se puede extraer del modelo de Bronfenbrenner, denominado “Modelo ecológico del desarrollo humano” (1994) al relacionarlo con el entorno empresarial junto con la comunidad, se puede evidenciar la estrecha relación que existe entre éste trabajo y el modelo del autor mencionado con el proyecto “Relación de las organizaciones con el medio y marketing.” (Juárez, 2012), extrayendo similitudes y diferencias

de comportamientos, influencias, diferentes relaciones, análisis de sistemas y efectos que puedan llegar a modificar el desarrollo tanto de las organizaciones como de las comunidades; ahondando específicamente en estrategias de marketing en donde se evidencia la relación entre cliente, empresa, comunidad y diferentes variables que interfieren en la cotidianidad de autores.

El análisis, el estudio teórico conceptual y la aplicación del sistema de Bronfenbrenner, aparte del objetivo general mencionado anteriormente, tiene como finalidad aportar conocimiento a la línea de investigación de Gerencia, debido a los análisis que resultaran de este proyecto frente al desarrollo y transición de las organizaciones relacionado con su ambiente, los diferentes sistemas a los que pertenece, la importancia e influencia de la sociedad y de sus interacciones con las organizaciones, entre otros aspectos igualmente significativos a partir de los cuales se podrá identificar oportunidades gerenciales para las organizaciones, tal cual como está especificado en el objetivo de la línea de Gerencia de la Universidad del Rosario (Escuela de Administración de la Universidad del Rosario, 2012).

## **5 MARCO TEORICO**

### **5.1 SITUACION ACTUAL**

A través del tiempo, el entorno en el que se desarrollan las empresas ha venido cambiando en diferentes aspectos tales como lo son, las regulaciones y políticas, el empoderamiento y desarrollo del personal, las maquinarias y procesos utilizados, los ambientes cada vez más competitivos, la relación que existe entre organización y clientes junto con los sus gustos cada vez más exigentes, las interrelaciones internas y externas de las empresas y de los sectores, incluso la relación entre países y tratados que afectan positiva o negativamente a organizaciones, sectores y economías (Palacio, 2010).

En varias ocasiones, las organizaciones no tienen en cuenta cambios o actividades que se están desarrollando en sectores diferentes al que su empresa hace parte, o peor aún, empresas que hacen caso omiso a situaciones particulares que afectan a la sociedad.

Lo anterior puede ser un ejemplo de sistemas cerrados (Saravia, 1995), que para algunas organizaciones fue válido en algún momento, pero hoy no lo es, debido a que es imposible pensar que pueda haber algo sin ser parte de uno o varios sistemas y sin la interacción o relación debida para su propio desarrollo.

El modelo de Bronfenbrenner ha sido analizado y aplicado al desarrollo y comportamiento del ser humano en varias publicaciones y textos que han comprendido éste modelo en varias ramas (Hong & Espelage, 2012; Martin, Anderson, Bobis, Way, & Vellar, 2012; Torrico, Santín, Villas, Menéndez, & López, 2002). La única aplicación en el campo empresarial ha sido en el sector de la informática en un área geográfica específica (Juarez, 2011), pero, hasta el momento, no ha tenido más estudios ni aplicaciones detalladas en cuanto a la administración de empresas.

## **5.2 ESTRUCTURA DE LOS SISTEMAS EN EL MODELO DE BRONFENBRENNER**

Los seres humanos se desarrollan creando y recibiendo efectos por medio de relaciones tanto directas como indirectas y como estas se forman y en donde terminan repercutiendo. Para tener más claridad en términos conceptuales frente al modelo que se explicada a continuación, es necesario tener en cuenta términos claves a los que se hará referencia durante la explicación del modelo.

### **5.2.1 INFLUENCIAS**

En el proceso de desarrollo existen varios eventos y/o condiciones en diversos entornos, los cuales pueden tener efectos muy importantes para el actor que se encuentre en éste desarrollo, el cual Bronfenbrenner llama Influencias. (Bronfenbrenner & Evans, 2000).

Las influencias también son definidas como un proceso, en el cual existen varios organismos, y en donde cualquier cambio de uno de estos afectara el comportamiento de los demás (Rodriguez, 2012); En donde existen varios tipos de influencias, por ejemplo, se pueden clasificar cómo Informativas, las cuales son dadas por opiniones o referencias de testimonios anteriores, comparativas, dadas por la propia imagen del organismo para llegar a un criterio de evaluación, y normativas, las cuales están sujetas a la parte cultural y geográfica debido a la presión de grandes grupos (Duran & Lara, 2001). Estas siempre serán un factor importante en el momento de la relación entre organización y cliente, ya que la primera siempre debe tener en cuenta aspectos para influir en sus consumidores como lo son la cultura, las costumbres, las raíces de cada sociedad entre otros (Kotler, 2012) aspectos esenciales para lograr influencias positivas.

### **5.2.2 INTERACCIONES**

Una definición muy general de interacción hace referencia a la acción de cualquier organismo sobre otro u otros que genera una reacción, que al ejecutarse, puede tener varias alteraciones en los diferentes actores que participen en esta relación. (Barreto & Uribe, 1963). Por esa misma línea Bronfenbrenner habla, expresa y construye el papel que juegan las interacciones en su modelo, el cual es de suma importancia porque de por medio de ellas es que

el modelo toma vida. En ese orden de ideas Bronfenbrenner dice que las interacciones se dan desde tempranas etapas de la vida por medio de los procesos complejos que hay en la interacción recíproca entre un ser humano activo en el desarrollo biopsicológico y las personas a su alrededor, objetos y símbolos que están presentes en su entorno y ambiente inmediato permitiendo así la creación de los procesos proximales (Bronfenbrenner, 2000, p. 117).

Teniendo en cuenta lo anterior, las interacciones son formas que permiten la creación de los procesos proximales en donde se puede evidenciar desde lo más simple sin limitarlo solamente a la interacción con las personas, las cuales deben tener una influencia interpersonal por parte y por parte, sino también en la interacción con los objetos y símbolos de su entorno (Bronfenbrenner & Morris, 2006).

Por otro lado, Bronfenbrenner expone que la experiencia tiene un papel importante en la forma de interactuar del ser humano en desarrollo porque es posible que en el medio que se desenvuelva, influyen en su comportamiento y desarrollo por medio de la interacción de un diferente entorno (Bronfenbrenner, 1976). Así mismo se plantea que a medida que pasa el tiempo algunas interacciones pueden llegar a ser más fuertes e importantes para el desarrollo de su vida como la relación con los familiares (Bronfenbrenner, 1971).

### **5.2.3 EXPLICACION DEL MODELO**

El modelo Ecológico del Desarrollo Humano de Bronfenbrenner que recoge la influencia de Kurt Lewin con teorías como, el espacio vital, la teoría del campo de acción y la conducta grupal, entre otras (Gifre & Guitart, 2012), se caracteriza por ubicar el desarrollo ecológico del ser humano bajo su relación directa e indirecta con el ambiente que les rodea, incluso teniendo en cuenta el tiempo socio-cultural al que éstos pertenezcan.

La estructura bajo la cual Bronfenbrenner planteó su modelo, se basó en los conceptos de sistemas, conducta y ambientes, los cuales todos son interdependientes y hacen que su modelo tenga sentido y solidez (Bronfenbrenner, 1987).

En cuanto a la relación e interacción del modelo, él hace referencia al desarrollo del ser humano por medio de cinco diferentes sistemas que son: microsistema, mesosistema, exosistema y macrosistema (Bronfenbrenner, 1994) que a continuación se explicaran.



### **5.2.3.1 MICROSISTEMA**

El primero es el microsistema que se refiere a las diferentes actividades, relaciones y roles experimentados continuamente entre el individuo y su entorno habitual, el cual tiene unas características físicas y sociales determinadas que le dan forma al contexto bajo el que se relaciona. Este ambiente depende de las diferentes interacciones entre la persona en desarrollo y las condiciones que se generan en su entorno, pero que a pesar de generar una realidad casi que fija o veraz, estas pueden cambiar dependiendo de la percepción que se causen para el individuo.

La designación microsistema a pesar de saber que las personas están en un ambiente y espacio con múltiples factores que juegan diferentes papeles, solo tiene en cuenta el efecto que hay entre las relaciones directas entre la persona y su entorno (Bronfenbrenner, 1994).

### **5.2.3.2 MESOSISTEMA**

Después del microsistema aparece el Mesosistema, en donde la interacción del ser humano amplía su órbita e integra otros tipos de entornos con los cuales se relaciona activamente; de éste modo, se evidencia la relación que existe entre dos o más de éstos entornos mencionados anteriormente y entre los agentes que los componen (Bronfenbrenner, 1986).

La interacción de los entornos a la que hace referencia Bronfenbrenner en el Mesosistema es identificada bajo vinculaciones de orden indirecta, débiles, múltiple, duales, en donde cada orden corresponde al tipo de relación entre el ser humano y su entorno y quienes interactúan en ellas (Bronfenbrenner, 1987). Lo anterior se puede dar desde cualquiera de las dos direcciones con un solo sentido o con una dirección de reciprocidad. De ésta manera se puede evidenciar cómo por medio del individuo en desarrollo, dos o más entornos en los que él se desarrolla pueden tener una proximidad tan cercana hasta el punto de interactuar.

Para cada uno de las dos opciones anteriores, Bronfenbrenner las categoriza como vinculación débil y vinculación múltiple (Bronfenbrenner, 1987), que sin ser polarizadas, para el individuo es de mayor provecho la vinculación múltiple debido a que permite un desarrollo con mayor potencial ya que tendría la cooperación por parte de dos entornos además de enriquecer a esos componentes que intervienen y en sus propios entornos.

### **5.2.3.3 EXOSISTEMA**

Éste sistema comprende una secuencia entre los entornos los cuales no están tan próximos al individuo pero que repercuten en su comportamiento. Es decir, el Exosistema se refiere a cómo puede llegar a afectar a la persona en desarrollo las interacciones de los entornos lejanos a él, pero directos con algún agente dentro de su microsistema, (Bronfenbrenner, 1967).

En éste sistema, no sólo entran a influir las relaciones mencionadas en el párrafo anterior, sino también fuerzas externas que se ven marcadas por influencias socioeconómicas (Bronfenbrenner, 1975) pero no desde el punto de vista adquisitivo sino desde la posición que ocupa dentro de un ambiente y así mismo su modelo de acatar y ubicar su rol en el mismo. Lo anterior de una u otra forma tiene efecto no solo en el individuo sino en todo sus microsistemas en el que se haya venido desarrollando.

Del mismo modo, Bronfenbrenner plantea que estas influencias se pueden dar de adentro hacia afuera, es decir, las relaciones o interacciones del individuo pueden tener un efecto en los entornos lejanos donde el individuo no tiene relación activa y así en algún momento pueden crear una alta posibilidad de afectar los microsistemas (Bronfenbrenner, 1976), convirtiendo ese proceso en Exosistema pero teniendo como partida una influencia del individuo, que en la mayoría de los casos no es fácil de identificar y simplemente se atribuye al entorno de donde aparentemente proviene.

### **5.2.3.4 MACROSISTEMA**

El Macrosistema, es el sistema que aparentemente se encuentra más aislado del individuo en desarrollo, debido a que la interacción no se ve reflejada de manera directa de cara a éste individuo; las situaciones que entran a componer el Macrosistema, son situaciones con las que la persona se encuentra en su desarrollo; como lo son la religión, la cultura o las ideologías que entren a afectar su núcleo directo o las relaciones que éste tiene para con los demás entornos (Bronfenbrenner, 1987).

Éste sistema, afecta a todos los sistemas del modelo explicados anteriormente, ya que a partir de éste el individuo recibe las diferentes variables exógenas que le regulan su

comportamiento en los diferentes entornos y sistemas en los que interactúa y se desarrolla. Una de las principales condiciones que tienen esas variables es que no son controlables debido a que algunas son totalmente ajenas a las decisiones que pueda tomar el individuo (Bronfenbrenner, 1984).

## **5.3 FUNCIONALIDAD DE LOS SISTEMAS EN EL MODELO DE BRONFENBRENNER**

### **5.3.1 CONCEPTOS CLAVES EN LA RELACION DEL MODELO**

A nivel económico, financiero, empresarial, entre otros, se manejan diferentes conceptos y modelos sobre la organización y ubicación de las empresas. Algunos conceptos utilizados en la actualidad son clusters, sectores y sistemas, los cuales a pesar de parecer iguales tienen diferencias claras que permiten una mejor comprensión y utilización de ellos.

Refiriéndose inicialmente a los clusters, según Delgado, et al. (2011), éstos son conformados por una conglomeración de organizaciones en un espacio geográfico específico, donde la mayoría comparte una misma actividad económica o son pertenecientes al mismo sector económico pero con diferentes especializaciones, complementándose así unas a las otras, facilitando su interacción para obtener ventajas competitivas frente a otras empresas o grupos empresariales que no se encuentran en ellos (Tallman, Jenkins, Henry, & Pinch, 2004).

Partiendo de la definición anteriormente mencionada y la explicación del modelo de Bronfenbrenner, se puede establecer una relación asociando el “Exosistema” con los Clusters, debido a las situaciones particulares que influyen directa e indirectamente al desarrollo del individuo u organización (para el caso de clusters), relación la cual conlleva unas estrategias implícitas buscando siempre el beneficio mutuo teniendo en cuenta que los factores externos tienen una gran influencia sobre ellos. Para éste caso podría ser la economía de los otros países, e.g., La afectación en la economía de un país, o más específicamente de un Cluster de un país, por causas externas; en este caso cómo puede afectar al sector de autopartes el TLC firmado con México y cómo se moverá el comercio en este sector (Portafolio, 2013)

Con relación al concepto de sistemas, se encuentran múltiples definiciones las cuales se asemejan entre varios autores. Un ejemplo de ello, partiendo de una definición bastante general, es el sistema como un todo compuesto de varias partes, con continuas conexiones e interacciones entre sus elementos y/o el ambiente (Huamao & Fengqi, 2013) .Por otro lado, Bertoglio (1993) define sistemas como una interrelación de diferentes elementos de manera organizada, los cuales siempre tienen determinada función, resaltando que no siempre el total del sistema es igual a una sumatoria de sus organismos quienes lo componen. Así como Von Bertalanffy ratifica en su teoría de sistemas que un todo es más que la suma de sus partes, al referirse a Gestalt, a sistema como organismo, interacción o simplemente un todo conformado por unidades individuales que llegan a ser mayores que cuando estas mismas unidades se encuentran solas (Von Bertalanffy, 1950).

Visto desde diferentes autores, este concepto tiene relación con el modelo, es más, está inmerso en toda su explicación. En resumen, tanto para los autores que definen sistema como para Bronfenbrenner, son combinaciones, relaciones y conexiones que son interdependientes y se complementan unas con otras. Un claro ejemplo para aterrizar un poco esta relación y traerlo a la vida real de las empresas y la economía se puede acudir al sistema de salud que tiene un país y a cómo afecta esto a la economía a la sociedad, y por ende a las empresas, pasando a ser esta cadena un gran sistema con organismos interdependientes pero con afectación múltiple a todos sus subsistemas. En el sector salud muchas reformas y cambios que hay en un país tienen consecuencias que recaen en la parte política del país, en la parte productiva, las empresas entran a discutir dicho cambio, la educación influye en estas decisiones, y todo esto genera influencias que afectan a la economía así como la economía afecta a la salud (Neri, 1982).

Por último se encuentra el concepto sector, que basándose en la publicación de Sabeti & Fourth Sector Network Concept Working Group (1998), en la cual plantea la creación del cuarto sector, el concepto sector, es la relación de varios actores como: empleadores, académicos, miembros del sector público, legisladores, sociedades, empresarios, negocios entre otros; a través de los hospitales, colegios, librerías, agencias gubernamentales, etc. que son organizaciones creadas para resolver diferentes necesidades y que con la relación de los actores se interconectan para crear redes transversales e interdisciplinarias teniendo en común dos retos: Tener un visión común y la mutua colaboración para funcionar como uno solo.

Al hacer la misma relación del modelo ecológico pero ahora con el concepto sector, se puede ver su similitud en la relación y agrupación de individuos por parte de Bronfenbrenner en sus diferentes estudios (Bronfenbrenner, 1975).

Luego de la definición de sector, un ejemplo de esta interconexión que se maneja en este concepto es el “Plan Nacional de Desarrollo” de Colombia, en donde se evidencia el trabajo en conjunto que se requiere de los distintos sectores de una nación para llevar a cabo un plan de mejora en una variedad de ámbitos (Departamento Nacional de Planeación, 2011) y en donde como se dijo en la definición anteriormente mencionada todos estos trabajan bajo un mismo objetivo y un mismo direccionamiento.

Luego de entender la estructura del modelo de Urie Bronfenbrenner, se pretende relacionar éste análisis acoplándolo a la vida de una empresa y todo lo que a esta la afecta y de igual manera cómo afecta a la sociedad y demás actores importantes en la administración de empresas.

### **5.3.2 LAS EMPRESAS Y SU MICROSISTEMA**

Partiendo del hecho que en éste sistema el componente principal y en estudio tiene una relación directa con su entorno, para una empresa éste escenario puede estar conformado por elementos tan próximos como sus clientes, los proveedores, en caso de las empresas internacionales la casa matriz, la competencia o empresas del mismo sector, grupos a los que la empresa pertenece o se relaciona directamente, como lo son los gremios o sindicatos, ya que entre estos actores mencionados anteriormente, la empresa y la sociedad, existe una gran cantidad de flujo de información, hacen parte definitivamente de las decisiones tomadas por la empresa cotidianamente e influyen de manera importante en los resultados y desarrollo de cada uno de los participantes de estas relaciones (Alburquerque, et al., 2008, p. 17).

Para ilustrar de manera más clara este sistema en el entorno empresarial, mencionaremos un ejemplo claro en donde se evidencien estas relaciones y se pueda ver el efecto que causan en estos actores.

Virgin Mobile empresa de telecomunicaciones, utiliza la red de internet de Telefónica (proveedores), quien deben cumplir con obligaciones establecidas como lo son tiempos del servicio de conexión, calidad de red, medición de segundos, numeración (Comision de

Regulación de Comunicaciones, 2012), entre otros, para que finalmente el servicio de telefonía e internet por segundos (producto o servicio), pueda ser brindado con excelencia al consumidor final, quienes en este caso vienen siendo otro de nuestros actores principales en este proceso de relaciones más próximo a la empresa; de esta manera, cualquier acción o cambio de estos elementos, tiene una afectación directa en la empresa, ya sea exigencia del cliente, queja o reclamo, o cualquier incumplimiento del proveedor haciendo poner en riesgo el nombre de la empresa de cara al cliente.

### **5.3.3 LA EMPRESA Y EL MESOSISTEMA**

En este sistema, las influencias que recaen para la empresa, son las relaciones existentes entre dos o más componentes con los que la empresa tiene contacto directo, es decir entre cliente y proveedores, o entre competencia y clientes (Hitt, Black, & Porter, 2006), entre gremios y proveedores etc. Relaciones que finalmente van a provocar efectos en la empresa y por ende en la sociedad y los elementos que intervengan.

Para este ejemplo nos ubicaremos en una empresa del sector cementero y/o construcción Cemex Colombia (Gerencia de Desarrollo Sostenible Cemex, 2012, p. 6), empresa que tiene su centro de Call Center en Bogotá, Colombia pero que además de atender al país recibe las operaciones de América Latina, Centro América y Caribe. El proveedor que está encargado del centro de atención al cliente se llama HCC y es el que controla todas las operaciones bajo los parámetros de Cemex y es quien tiene el contacto con el cliente para dar soporte de Postservicio. (Reclamaciones, dudas, soportes operativos, entre otros) lo cual permite ver el primer ejemplo de un mesosistema.

En el mismo entorno es posible ver la relación que existe entre otros dos elementos de relación directa con Cemex. Argos es la empresa que en el momento tiene el primer lugar en participación de mercado en Colombia dejando a Cemex en el segundo lugar (Rivera, Archila, Figueroa, Leal, & Ortega, 2011, p. 6). A raíz de eso y como en cualquier negocio, tanto los clientes como el mercado objetivo vive en una constante relación con las empresas competidoras de Cemex. Esa relación se da desde la publicidad hasta la comparación de servicios, precios y productos, lo que permite que otras dos microsistemas de Cemex mantengan una relación y permitan que las influencias fluyan en los sistemas.

#### **5.3.4 LA EMPRESA Y EL EXOSISTEMA**

El Exosistema en el entorno empresarial puede hacer referencia a componentes aparentemente lejanos al sector en el que la empresa se mueve cotidianamente, o al sector geográfico en donde esta se encuentra ubicada; es decir, los efectos que puede causar en la empresa elementos que no son fáciles de percibir o que a simple vista no se encuentran relacionados con el actor principal (Fernández, 1997).

Situándonos esta vez en el sector del turismo, aterrizaremos este sistema en un ejemplo hipotético de una empresa de turismo; teniendo en cuenta que existe una estrecha relación entre el sector del turismo y el sector de transporte debido a que éste tiene una participación importante en la operación de la empresa del sector Turismo.

Podemos suponer un alza en el precio del combustible debido a dificultades en el sector de hidrocarburos, por ende, la empresas de transporte se ven obligadas a aumentar el precio de sus servicios teniendo un efecto importante en las agencias de turismo (García, 1990) que finalmente hacen que la empresa del sector turismo de igual forma realicen un ajuste a las tarifas de sus paquetes y esto pueda repercutir en sus clientes finales además de la percepción de agentes como clientes, mercados, inversionistas, etc.

#### **5.3.5 LA EMPRESA Y EL MACROSISTEMA**

En el entorno organizacional el macrosistema se compone de varios elementos que pueden tener afectación en toda la operación de la organización; elementos que definen tanto su identidad corporativa como su nicho de mercado, dependiendo el lugar en donde esta se desarrolle. Algunos de estos elementos en las empresas pueden ser la creencia, la cultura o la ideología y las leyes y normatividades (Muñoz, 2001) con las que se enfrentan en cada zona geográfica al que entran a abrir mercado.

De la misma forma como lo plantea Bronfenbrenner, elementos como la cultura o la religión son poco controlables para el ser humano en su desarrollo (Bronfenbrenner, 1984); así también lo es para las empresas. Un ejemplo para este sistema es el mercadeo y la publicidad que se debe desarrollar en cada región o en cada espacio cronológico, dependiendo su cultura y las

condiciones implantadas y arraigadas que éstas tengan en ese momento (Mortimer & Grierson, 2010).

## **5.4 UTILIDAD MODELO DE BRONFENBRENNER EN LOS ENTORNOS EMPRESARIALES**

### **5.4.1 CAMBIO DE TECNICAS DE MERCADEO (MERCADEO RELACIONAL)**

El marketing transaccional, o el mercadeo tradicional que se ha venido implementando por muchos años en las organizaciones, actualmente ya no presenta los mismos resultados para todos los mercados (Gronroos, 1994) o nichos que se desarrollen en ellos; es decir se ha venido buscando e investigando otra manera de realizar mercadeo llamada marketing Relacional, en donde la interacción con el cliente, pasa de ser de un actuar para el cliente, a un actuar con el cliente, además del valor que este tiene para la empresa es crucial para el objetivo de ésta (Valenzuela & Torres, 2008) y los resultados que se desee generar.

El mercadeo relacional, a diferencia que el tradicional, tiene un enfoque a largo plazo (Moon, 2000), es decir, busca afianzar la relación con las comunidades en un tiempo considerable para así tener conocimiento de su mercado objetivo, conocerlo, fidelizarlo y finalmente retenerlo, debido a que al lograr obtener la fidelización y lealtad de los clientes hace que primero no se vayan a la competencia y segundo creen un efecto de publicidad voz a voz con las relaciones que tienen con otros los clientes (Renart, 2004); mientras que el mercadeo transaccional, ésta relación mencionada anteriormente no era tan importante en el momento de gestionar y fijar sus objetivos, bastaba con la ayuda de la tradicional investigación de mercados y la comunicación a los medios o comunicaciones masivas en donde el cliente se informara y conociera el servicio o producto. Medidas que actualmente necesitan ser complementadas con las continuas interrelaciones con el cliente y la comunidad en donde este se desarrolla para lograr comprender el entorno en donde se están desarrollando y así obtener relaciones que creen valor a la empresa y a la sociedad. (Arenas, Sánchez, & Murphy, 2009).

Unos de los principales aspectos del mercadeo relacional, es la comunicación que existe permanentemente con el cliente, una comunicación que trata de ser personalizada buscando



conocer sus preferencias (Renart, 2004), en donde prima la mayor cantidad de información recolectada y así poder generar vínculos diferenciales entre las organizaciones y el individuo y por ende la comunidad.

A parte de la comunicación, también la fidelización y retención son altamente influyentes para las decisiones futuras de un individuo en el desarrollo de la organizaciones y en el ciclo de vida de un cliente (Emami, Lavejevardi, & Fakharmanesh, 2013), hay espacios y tiempos los cuales deben ser muy tenidos en cuenta a la hora de cómo fidelizar y retener a un cliente y cómo se debe seguir influyendo en el ciclo de vida de este en la organización, ya que está comprobado que es más costoso para las organizaciones adquirir uno nuevo que retenerlo (Emami, et al., 2013).

#### **5.4.2 ESTRATEGIAS COMUNITARIAS**

La manera de hacer marketing en las empresas actualmente ha venido cambiando y ha tomado un enfoque más relacional con los consumidores y demás líneas del negocio (Moon, 2000). Por esto, es preciso relacionar estos cambios y diferentes relaciones con el modelo de Bronfenbrenner (Bronfenbrenner, 1994) y sus interacciones. Las estrategias comunitarias (Juárez & Chacón, 2013a), son un claro ejemplo para hacer la relación con el modelo estudiado.

Los programas de desarrollo comunitario (Juárez & Chacón, 2013b) son una de las estrategias, la cual se relaciona con el modelo por lo diversos aspectos que son tenidos en cuenta como recursos de la comunidad importantes para su desarrollo (Juárez & Chacón, 2013b), que en términos de sistemas, se consideraría como una mirada global al Macrosistema, ya que entran a afectarse todos los sistemas más pequeños debido a las relaciones con los entornos del individuo que se encuentra en desarrollo (Bronfenbrenner, 1984), éstos recursos son cruciales para el desarrollo de la comunidad y así mismo para el entendimiento de las organizaciones en cuanto a cómo influyen todos estos aspectos en la toma de decisiones de determinada comunidad.

Otra estrategia comunitaria es el tratar de incluir a una comunidad aprendizaje de diferentes maneras (Juárez, 2011b), induciendo a los individuos a participar en actividades enriquecedoras para un continuo desarrollo.

He aquí en donde las organizaciones pueden llegar a tomar ventaja de esta estrategia, enfocando sus objetivos a la continua interacción y participación de sus clientes para la promoción de sus productos o servicios y más aún para la lealtad hacia la organización (Bedman, George, & Prince, 2013). Lo anterior en el modelo de Bronfenbrenner se relaciona con el Microsistema (Bronfenbrenner, 1994) en donde se evidencia la relación con uno de los actores más próximos al desarrollo de la empresa como lo son los clientes.

El capital social, es otra de las estrategias importantes en una comunidad; es el valor que se debe inculcar en una sociedad, en donde es necesario crear diferentes redes y grupos para fortalecer valores como la confianza, la cooperación y establecer relaciones recíprocas (Juárez & Chacón, 2013b). De este modo, esta estrategia se convierte en una estrategia experiencial (Cueva, 2010), en donde se evidencian las relaciones expuestas en el Mesosistema (Bronfenbrenner, 1986).

Otra de las estrategias que afianzan la relación con la comunidad es el liderazgo comunitario (Juárez & Chacón, 2013b), liderazgo que muy posiblemente influye de manera importante en las acciones de la comunidad, por esta razón, las organizaciones en el momento de planear sus objetivos y o estrategias debe tener muy en cuenta las características y personalidades de los líderes de las comunidades para así influir en ellos (Nurit Goren karp, 2007) y poder mantener una relación cliente – empresa que permita conocerse mutuamente y obtener un bien común. Esta estrategia abarca aspectos del mesosistema, cuando se refiere a las relaciones que tienen los líderes con la comunidad y como pueden ellos influir en los demás; pero también la relación directa con el cliente hace parte del microsistema del modelo de Bronfenbrenner (Bronfenbrenner, 1984).

Por último, existe otra estrategia comunitaria que permite la unión y el acercamiento de las organizaciones para con la comunidad; la coalición (Juárez & Chacón, 2013b) se refleja en el momento en donde la comunidad presenta ciertos problemas sociales que para las organizaciones es una gran ventana u oportunidad para poder establecer contacto directo con la comunidad y porque no, sus posible clientes potenciales; de esta manera, las situaciones crónicas de las comunidades permiten a las empresas claridad de información para establecer sus objetivos y satisfacer diversas necesidades a raíz de los problemas o diversas situaciones a mejorar en las comunidades (Prinsloo, 2008), para así encontrar la solución adecuada en conjunto.

### 5.4.3 EL RELACIONAMIENTO DE LAS COMUNIDADES Y LA ORGANIZACIONES

Teniendo en cuenta los conceptos y estrategias anteriormente mencionadas, es posible llegar a relacionarlos en situaciones medianamente cotidianas, viéndolo desde un punto de vista generalista y no puntual por la gran variedad de factores que intervienen tanto en las organizaciones como en la sociedad.

Hoy en día, a diferencia de años atrás, la relación que existe entre las organizaciones y la sociedad tiende a pasar de una relación a corto plazo a una de largo plazo, entendido por el cambio de mentalidad que han tenido las empresas en los últimos años en su forma de percibir a los clientes, proveedores, colaboradores y la comunidad para la creación de un valor social por parte de su organización (Murcio & Marcos, 2011).

Por ejemplo, a principios del milenio, en la India, se llevó a cabo la creación de una norma ambiental que reglamentaba el buen proceso de la manipulación, fabricación y desechos del plomo en empresas cuyas operaciones eran la producción de baterías para automóviles, aparatos de telecomunicación, entre otros. En la creación de la norma dos ONG de la India y OK International se asociaron con una de las empresas más importantes en la fabricación de baterías en la India, Amara Raja. Para realizar el planteamiento de ésta norma, hubo la necesidad de reunir alrededor de 20 organizaciones pertenecientes a las organizaciones grandes compradoras, expertos de la industria, y organizaciones de salud y medio ambiente, que estaban tanto directa como indirectamente presentes en el problema ambiental anteriormente mencionado y con los cuales era necesario interactuar y negociar para desarrollar la nueva norma (IFC Corporación Financiera Internacional, 2007).

En las reuniones previas al borrador final de la norma, existieron varias reuniones donde cada actor puso sobre la mesa las ventajas, desventajas, opiniones, aportes técnicos, entre otros; lo que permitió obtener a lo último un acuerdo entre ellos donde buscaron primero el bienestar de la comunidad que estaba siendo afectada por la manipulación del plomo, segundo, el encontrar mejores métodos de procesamiento y producción de sus organizaciones y tercero el poder establecer practicas optimas tanto para los productores como los proveedores. Entre esos actores también se buscó el beneficio para el sector salud ya que si la norma funcionaba, el costo de US

\$600 millones anuales por ese problema tenía que disminuir (IFC Corporación Financiera Internacional , 2007).

En el anterior ejemplo es posible evidenciar que las organizaciones tienen un impresionante contacto y efecto sobre las comunidades (International Food Policy Research Institute, 2003, p. 16), en donde las influencias que cada uno ejerce sobre el otro marca en gran proporción su espacio de actuación y además de ello evidencia que alrededor de una comunidad y un proceso de producción puntual, hay varios actores que siempre van a estar relacionados ya sea directamente o no. Punto en donde la teoría de Bronfenbrenner hace presencia y así mismo las estrategias comunitarias que las organizaciones optan por usar para poder coexistir con la población que está a su alrededor y mantener las relaciones recíprocas entre estos dos actores.

## 6 CONCLUSIONES

- Las organizaciones sin importar su tamaño, sector, industria u operación a la que se dediquen, se consideran sistemas abiertos tomando como referencia los elementos del macrosistema como la cultura o la religión, debido a que sin importar siempre tienen efectos e influencia sobre el entorno en que se presentan.
- Las relaciones recíprocas y las interacciones entre comunidad y organización, puede llegar a ser una de las claves del éxito para la consecución de objetivos organizacionales en una empresa; de igual manera, para los individuos de cierta comunidad, el tener un continuo contacto con las organizaciones permite que su entorno se vea beneficiado al poder manifestar conformismos e inconformismos y así mismo participar de las diversas actividades de mutua relación.
- Al ver la interdependencia que existe entre los sistemas y subsistemas planteado en el modelo de Bronfenbrenner, cualquier cambio que haya, sea voluntario o involuntario, en cualquiera de ellos influirá en el desarrollo de la organización y su entorno.
- La transformación que ha venido sufriendo el mercadeo a través de los años, es un claro ejemplo de la relación e influencias entre el entorno, los consumidores y las organizaciones; en donde actualmente se evidencia el impacto del mercadeo relacional, debido a grandes cambios en las exigencias y pensamientos del cliente (mesosistema), la relación a largo plazo y deseos de fidelización (microsistema), los cambios de los demás sectores y de la globalización (exosistema) y las influencias culturales y tecnológicas tan cambiantes hoy en día (macrosistema).

## 7 RECOMENDACIONES

- La utilidad del modelo de Bronfenbrenner en los entornos empresariales, se debería evaluar en el momento de plantear estrategias en las organizaciones, debido a la capacidad del modelo de abarcar dimensiones e inter- relaciones que muchas veces pasan desapercibidos por las organizaciones.
- Es importante concientizar a las organizaciones sobre la importancia de tener una visión global del escenario en el que se están desarrollando o lo piensan hacer, buscando siempre tener presente el concepto de interdependencia para no perder el enfoque de sistema.

## 8 BIBLIOGRAFÍA

- Alburquerque, F., Dini, M., & Perez, R. (2008). *Modulo 1. Guía de aprendizaje sobre integración productiva y desarrollo económico territorial*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Arenas, D., Sánchez, P., & Murphy, M. (2009). Principios fundamentales de la relación de la empresa con su entorno. En D. Arenas, P. Sánchez, & M. Murphy (Eds.), *Relaciones empresariales con comunidades locales y ONG* (pp.20-22). Barcelona.
- Barreto, R., & Uribe, O. (1963). Interacción Social y Educación. *Revista Mexicana de Sociología*, 25(2), 657-674.
- Bedman, N., George, A., & Prince, K. & Mahama, B. (2013). Relationship Marketing and Customer Loyalty: Evidence From the Ghanaian Luxury Hotel Industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22(4), 407-436.
- Bertoglio, O. (1993). Que es un sistema. En O. Johansen (Ed.), *Introducción a la teoría general de sistemas* (pp.53-66). Mexico, D.F: LIMUSA
- Bronfenbrenner, U. (1967). The Psychological Costs of Quality and Equality in Education. *Child Development*, 38(4), 909-925.
- Bronfenbrenner, U. (1971). Day Care USA: A Statement of Principles. *Peabody Journal of Education*, 48(2), 86-95.
- Bronfenbrenner, U. (1975). Reality and Research in the Ecology of Human Development. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 119(6), 439-469.
- Bronfenbrenner, U. (1976). The Experimental Ecology of Education. *Educational resercher*, 5(9), 13-83.
- Bronfenbrenner, U. (1984). The Changing family in an changing world: America first. *Peabody Journal of Education*, 61(3), 52-70.

- Bronfenbrenner, U. (1986). Ecology of the Family as a Context for Human Development: *Developmental Psychology*, 22(6), 723-738
- Bronfenbrenner, U. (1987). El Macrosistema y el Desarrollo Humano. En M. Cubi (Ed.), *La Ecología del Desarrollo Humano* (pp.235-282). Barcelona: Paidós Ibérica.
- Bronfenbrenner, U. (1994). Ecological Models of Human Development. En M. Gauvain, & M.Cole (Eds.), *Readings on the development of children* (pp.37-42). New York: Freeman.
- Bronfenbrenner, U. (1999). Environment in developmental perspective: Theoretical and operational models. En S. Friedman, & T. Wachs (Eds.), *Measuring Environment across the life span: Emerging methods and concepts* (pp.3-28). Washington D.C: American Psychological Association press.
- Bronfenbrenner, U., & Evans, W. (2000). Developmental Science in the 21<sup>st</sup> Century: Emerging Questions, Theoretical Models, Research Designs and Empirical Findings. *Social Development*, 9(1),115-125.
- Bronfenbrenner, U., & Morris, P. (2006). The Bioecological Model of Human Development. En W. Damon, & R. Lerner (Eds.), *Handbook of child psychology* (pp.793-828). New Jersey: John Wiley & Sons Inc
- Comision de Regulación de Comunicaciones. (2012). Por la cual se le asigna numeración a Telefonica para uso por parte del Operador Virgin Movile. *Resolución No. 3565* . Bogota.: Autor.
- Cozzani, M. (1991). El concepto de medio ambiente humano en geografía. *Revista de Geografía Norte Grande*, 18, 75-78.
- Cueva, M. (2010). New Directions for Adult and Continuing Education. *A living spiral of understanding: Community-based adult* (125),79-90.
- Da Silva, R. (2002). Las Organizaciones y su entorno. En P. Mascáro (Ed.), *Teorías de la Administración* (pp.44-77). España: Cengage Learning Editores.



- Dávila, C. (2001). Organización y Teorías Organizacionales. En L. Solano (Ed.), *Teorías Organizacionales y Administración, Enfoque Crítico* (pp.1-18). Bogotá: Mc Graw Hill.
- De Castro, G (2008). *Reputación empresarial y Ventaja Competitiva*. Madrid: ESIC.
- Delgado, M., Porter, M., & Stern, S. (2011). Clusters, Convergence, and Economic Performance. *National Bureau of Economic Research* (18250), 1-49.
- Departamento Nacional de Planeación. (2011). Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014. *Prosperidad para todos* . Bogota D,C.: Autor.
- Duran, M., & Lara, M (2001). Teorías de la Psicología Social. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología* 1(2), 23-44.
- Emami, J., Lavejevardi, M., & Fakharmanesh, S. (2013). An Integrated Model in Customer Loyalty Context: Relationship Quality and Relationship Marketing View. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(2), 399-407.
- Escuela de Administración de la Universidad del Rosario. (2012). Gerencia. *Documento descriptivo de las líneas de investigación*. Bogotá, Colombia.: Autor.
- Fernández, J. (1997). Análisis de la oferta. En G. Güel (Ed.), *Planificación Estratégica de Ciudades* (pp.167-196). Barcelona: Reverté.
- García, A. (1990). Los ferrocarriles: Un modelo de utilización monopólica, y su expresión territorial en México. *Estudios Mexicanos*, 6(1). 67-84
- Gerencia de Desarrollo Sostenible Cemex. (2012). Informe de desarrollo sostenible. *En este país creemos, y en el creamos*. Bogota. D.C.: Autor.
- Gifre, M., & Guitart, M. (2012). Consideraciones Educativas de la Perspectiva ecologica de Urie Bronfenbrenner. *ContextosEducativos*, 1(5), 79-92.
- Gronroos, C. (1994). From Marketing Mix to Relationship Marketing. *Managment Decision*, 32 (2), 4-20.

- Hitt, M., Black, S., & Porter, L. (2006). Evaluación de los ambientes externos. En F. Hernandez, & M. De anta (Eds.), *Administración* (pp.89-99). Mexico: Pearson Education.
- Hong, J., & Espelage, D. (2012). A review of research on bullying and peer victimization in school: An ecological system analysis. *Aggression and Violent Behavior, 17*(4), 311-332.
- Huamao, X., & Fengqi, W. (2007). Circular Economy Development Mode Based On System Theory. *Chinese Journal Of Population Resources and Environment, 5*(4) 92-96.
- IFC Corporación Financiera Internacional . (2007). Negociación y asociaciones. En D. Sequeira, & A. Sweeting (Eds.), *Relaciones con la comunidad y otros actores sociales* (pp.63-68). Washington, D.C.: Autor.
- International Food Policy Research Instiute. (2003). Caracterización de la muestra de comunidades. En H. Jansen, A. Rodríguez, & A. Damon (Eds.), *Determinantes de Estrategias Comunitarias de Subsistencia y el Uso De Prácticas Conservacionistas de Producción Agrícola en las Zonas de Ladera en Honduras* (pp.9-28). Washington.: Autor.
- Juárez, F. (2011a). An Ecological and Health Model of the Software Consultancy and Supply of Computer Software in Bogota, Colombia. En F. Tao (Ed.), *Advance Management Sciences*, (pp.31-35). Singapore: IACSIT Press.
- Juárez, F. (2011b). A critical review of relationship marketing: Strategies to include community into marketing in development contexts. *African Journal of Business Management, 5*(35), 13404-13409.
- Juárez, F. (2012). Documento de proyecto . *Relación de las organizaciones con el medio y marketing*. Bogotá: Autor.
- Juárez, F., & Chacón, A. (2013a). Community strategies that replace marketing in the relationship between continuing education organizations and the community. *Educational Research, 4* (3), 231-238.
- Juárez, F., & Chacón, A. (2013b). Relationship with the community instead of marketing:A continuing education case. *Educational Research, 4*(3), 239-248.

- Keneth, E., & Kendall, J. (2005). El estilo organizacional y su impacto en los sistemas de información. En G. Trujano (Ed.), *Análisis y diseño de sistemas* (pp.27-48). Mexico.
- Kotler, P. (2012). Guía académica. En Carvajal Educación , *Las preguntas más frecuentes sobre marketing* (pp.1-14). Bogotá: Norma.
- Martin, A., Anderson, J., Bobis, J., Way, J. & Vellar, R. (2012). Switching on and switching off in mathematics: An ecological study of future intent and disengagement among middle school students. *Journal of Educational Psychology*, 104(1), 1-18
- Montero, M. (1984). La psicología comunitaria: orígenes, principios y fundamentos teóricos. *Revista Latinoamericana de Psicología*.16(3), 387-400.
- Moon, Y. (2000). Tecnología interactivas y estrategias del marketing relacional. *Harvard Business School*,(9)14,1-15.
- Mortimer, K., & Grierson, S. (2010). The relationship between culture and. *Journal of Marketing Communications*, 16(3), 149-162.
- Muñoz, Y. (2001). *El Mercadeo Social En Colombia*.Medellin: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Murcio, R., & Marcos, M. (2011). El desarrollo de la comunidad como fin último de la empresa en Latinoamérica. *Universia Business Review*, 30,120-131.
- Neri, A. (1982). Salud y política social. Los criterios de la economía. *Desarrollo Económico*, 22(85), 99-116.
- Nurit Goren karp. (2007). Comportamiento del consumidor y líderes de opinión: un estudio aplicado a las marcas deportivas. *Investigación y marketing* (96), 69-75.
- Palacio, I. (2010). Aspectos generales del comercio internacional. En I. Palacio (Ed.), *Colombia Frente a la Globalización. Análisis Retro-prospectivo* (pp.17-24). Bogota D.C: Universidad del Rosario.
- Portafolio. (5 de Julio de 2013). *Temores de trampa en TLC con México*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de Portafolio.co: <http://www.portafolio.co/negocios/tlc-mexico>

- Porter, M. (1985). Competitive strategy: the core concepts. En Simon & Schuster (Eds.), *Competitive Advantages* (pp.1-26). New York: The Free Press.
- Prinsloo, M. (2008). Community-based participatory research. *International Journal of Market Research* , 50(3), 339-354.
- Renart, Ll. G. (2004). ¿Qué nos ofrecen los programas CRM? En G. Tonijuan (Ed.), *CRM: Tres estrategias de éxito* (pp.15-20). Barcelona: IESE.
- Rivera, H., Archila, H., Figueroa, L., Leal, C., & Ortega, F. (2011). Documentos de investigación. *Turbulencia empresarial en Colombia:el caso del sector cementero* . Bogotá: Universidad del Rosario.
- Rodriguez, J. (2003). Escuela de sistemas. En *Introducción a la administración con enfoque de sistemas* (pp.47-59). Mexico D.F: Thomson.
- Rodriguez, R. (2012). La Influencia Negociada en las Organizaciones. *Invenio*, 15(28), 65-90.
- Sabeti H. & Fourth Sector Network Concept Working Group. (1998). *The Emerging Fourth Sector*. Recuperado el 15 de 10 de 2013, de <http://www.aspeninstitute.org/publications/emerging-fourth-sector-executive-summary>
- Saravia, Á.(1995) Sistemas Cerrados. En M. Aleñar (Ed.), *La teoría General de Sistemas* (pp.45-52). Madrid: Isdefe
- Tallman, S., Jenkins, M., Henry, N., & Pinch, S. (2004). Knowledge, Clusters, and Competitive Advantage. *The Academy of Management Review*, 29(2), 258-271.
- Torrico, E., Santín, C., Villas, M., Menéndez, S., & López, M. (2002). El Modelo Ecológico de Bronfenbrenner como marco teórico de la Psicooncología. *Anales De Psicología*, 18(1), 45-59.
- Valenzuela, L., & Torres, E. (2008). Gestión empresarial orientada al valor del cliente como fuente de ventaja competitiva. Propuesta de un modelo explicativo. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 65-86.

Von Bertalanffy, L. (1950). An Outline of General System Theory. *British Journal for the Philosophy of Science*, 1(2), 134-165.