

ISSN: 2305-5790

Revista Científica de FAREM-Estelí

Medio ambiente, tecnología y desarrollo humano

Año 3 - Nº 12 - Octubre - Diciembre, 2014



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí
FAREM - Estelí

Estelí, Nicaragua

MA. Elmer Cisneros Moreira
Rector, UNAN-Managua

MSc. Ramona Rodríguez
Vicerectora general, UNAN-Managua

MSc. Luis Antonio Rodríguez Pérez
Vicerector de Investigación, postgrado y extensión universitaria, UNAN-Managua

MSc. Máximo Andrés Rodríguez Pérez
Decano, FAREM-Estelí, UNAN-Managua

MSc. Beverly Castillo Herrera
Coordinadora Editorial de la Revista Científica FAREM-Estelí

CONSEJO EDITORIAL

Dr. Manuel Enrique Pedroza Pacheco
Director de Investigación, UNAN-Managua

MSc. Eduardo López
Miembro del Consejo Universitario de FAREM-Estelí, UNAN-Managua

MSc. Alejandrina Herrera
Coordinadora Estación Experimental "El Limón".
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

MSc. Dayra Blandón
Coordinadora del Centro de Gestión Integral de Riesgos y Desastres (GIRD).
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

CONSEJO ASESOR

MSc. Sonia Tinoco Meza
Vicedecana de FAREM-Estelí, UNAN-Managua

MSc. Yasmina Ramírez Sobalvarro
Directora del Departamento de Ciencias Económicas.
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

MSc. Emilio Lanuza Saavedra
Director del Departamento de Educación y Humanidades.
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

MSc. Juan Alberto Betanco
Director del Departamento de Ciencia, Tecnología y Salud.
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

MSc. Deyanira Arauz
Coordinadora de Postgrado. FAREM-Estelí, UNAN-Managua

PUBLICACION

Lic. Marjorie Gómez
Traducción de resúmenes

Darwing Joel Valenzuela Flores
Responsable de Diseño y Diagramación

ISSN: 2305-5790 Versión electrónica

La Revista Científica de la FAREM Estelí: medio ambiente, tecnología y desarrollo humano, es una publicación electrónica en la web, de periodicidad trimestral, editada por la Coordinación de Investigación de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí, tiene el propósito de compartir las experiencias de investigación que desarrollan estudiantes y docentes. Este es un esfuerzo que pretende la articulación entre el quehacer de los docentes-investigadores y diferentes actores del sector público, sector privado, Organismos No Gubernamentales y población de Nicaragua.

Todos los derechos son reservados para su contenido, diagramas, fotos y resúmenes. Se autoriza la reproducción parcial o total por cualquier medio conocido, siempre y cuando sea con fines académicos. En caso contrario, se requerirá autorización expresa de la Coordinación de Investigación de la FAREM Estelí.

Los conceptos expresados en esta publicación periódica son producto de investigaciones debidamente fundamentadas. Sin embargo, los conceptos y opiniones expresados en cada artículo es responsabilidad de los autores y las autoras.

Contenido

Página

Estrategias Competitivas de la Ferretería Blandón Moreno N° 1 con respecto a las otras Ferreterías ubicadas en el Distrito N° 1 en la ciudad de Estelí año 2014

*Miguel Vásquez Gutiérrez
Geyner Emiliano Martínez Sevilla
Julio Jonatham Gutiérrez Rizo
Beverly Castillo Herrera*

3

Efectos de las estrategias empresariales de los AGENTES BANPRO en la SATISFACCION DE LOS CLIENTES en la ciudad de Estelí en el año 2014

*José Miguel González Navarrete
Keylin Haritza Ruíz Reyes
Mileyda Lisseth Ruíz González
Beverly Castillo Herrera*

14

Proceso de aceptación que experimentan padres y madres de hijos homosexuales ante el conocimiento de la orientación sexual

Franklin Solís Zúñiga

28

Del feminismo post colonial al dialógico. Implicaciones para construir una cultura de paz

*Beverly Estela Castillo Herrera
Mayela Josefina Vilchez*

42

What Do Teachers Need to Support English Learners?

*Marjorie N. Gomez
Nagnon Diarrassouba*

52

Prototipo didáctico de sistema de bombeo de agua con energía solar fotovoltaica

Edwin Antonio Reyes Aguilera

69

Resumen del conversatorio sobre Geopolítica: Los casos de Medio Oriente y Ucrania con el Dr. Augusto Zamora. Ex embajador de Nicaragua en España

Eduardo López

79

Turismo, niñez feliz y cultura: tres ejemplos de animación socio-cultural

Ana Teodora Tellez

81

Oportunidades existentes para proyectos de intervención socio-educativa en Nicaragua

Ana Teodora Tellez

83

Para muestra un botón: ejemplos de animación sociocultural

Graciela Farrach

85

Nuevos tiempos para proyectos de intervención socio-educativa en Nicaragua

Graciela Farrach

87

Editorial

En el número No.12, año No.3, de la REVISTA CIENTIFICA DE FAREM-Estelí se comparten con ustedes cinco artículos científicos provenientes de investigaciones de campo y documentales realizadas por docentes y estudiantes de pregrado de la UNAN-FAREM-Estelí, dos corresponden al Área de Ciencias Económicas, dos de Ciencias Sociales, uno de Educación y uno de Ciencias Energéticas. También se han incluido cuatro ensayos realizados por dos docentes-investigadores que estudian el doctorado en Educación e Intervención Social facilitado por la UNAN-Managua.

Uno de los artículos de Ciencias Económicas se titula: *Estrategias Competitivas de la Ferretería Blandón Moreno N° 1 con respecto a las otras Ferreterías ubicadas en el Distrito N° 1 en la ciudad de Estelí año 2014*. Esta investigación es cuantitativa y su objetivo fue evaluar y proponer estrategias que mejoren la competitividad de la empresa Blandón Moreno. Esta es una investigación de tipo cuantitativa, se aplicaron encuestas a propietarios y clientes de los negocios, así como entrevistas semi-estructuradas. Este estudio constituye un referente de la temática aplicada a negocios ferreteros de la ciudad de Estelí.

El segundo artículo de Ciencias Económicas se titula: *Efectos de las estrategias empresariales de los AGENTES BANPRO en la satisfacción de los clientes en la ciudad de Estelí en el año 2014*. Este estudio tiene un enfoque cualitativo. Se analiza a profundidad los aciertos y limitantes existentes al implementar esta estrategia empresarial por parte del Banco de la Producción. Se concluye que dos grandes limitantes para el crecimiento de estos agentes es la publicidad porque se desconoce este servicio y es inevitable su desconfianza al utilizarlo por primera vez; y la otra limitante es la ubicación del servicio dentro del local porque no garantiza la suficiente seguridad del cliente. Este estudio es un primer referente sobre la dinámica de funcionamiento de los Agentes BANPRO en los barrios de la ciudad de Estelí

En la temática de Ciencias Sociales, uno de los artículos se refiere al *Proceso de aceptación que experimentan padres y madres de hijos homosexuales ante el conocimiento de la orientación sexual*. Este artículo se realizó en el marco de la Maestría en Psicología, atención personalizada y desarrollo comunitario de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) en el período 2007-2010. El estudio se concentró en el proceso de aceptación que experimentan padres y madres de hijos homosexuales, tomando como muestra dos casos de familias, con el propósito de aproximarse a la comprensión del proceso de aceptación que experimentan padres y madres de hijos homosexuales ante el conocimiento de la orientación sexual. Los resultados más relevantes indican que la percepción intrafamiliar y social de los padres y madres respecto a la homosexualidad de sus hijos, está influenciada por mitos, prejuicios y estereotipos. Así como también, por las diferentes formas en las que la sociedad manifiesta la hostilidad del entorno hacia las personas de la diversidad.

El otro artículo de Ciencias Sociales es una investigación documental titulada: *Del feminismo post colonial al dialógico. Implicaciones para construir una cultura de paz*. Las autoras afirman que la cultura de paz en positivo está relacionada con la práctica de valores de amor, respeto, tolerancia, honestidad y equidad. No se puede ejercer paz en positivo cuando existe injusticia, cuando se carece de condiciones básicas para el desarrollo personal, cuando son “otras voces” las que se consideran poseedoras del conocimiento absoluto. En este artículo se realiza una interpretación crítica del feminismo, su devenir histórico desde la época postcolonial, hasta su concreción actual en el llamado “feminismo dialógico”; y la relación con el discurso y la paz. El feminismo dialógico es una propuesta que estimula el diálogo, la inclusión y el entendimiento para fortalecer la cultura de paz. Nicaragua es testimonio.

En el Área de Educación el artículo reflexiona sobre la pregunta: *¿Qué Necesitan los Maestros para Apoyar a los Estudiantes de Inglés?*. Este artículo se realizó en el contexto de la Maestría en educación con énfasis en la enseñanza del idioma inglés como segunda lengua, realizado por la autora en la Universidad de Grand Valley, Colegio de Educación. Michigan, USA. Se exploraron las percepciones de los maestros de preescolar hasta octavo grado en cuanto a su preparación y los desafíos que encontraron en la transmisión de instrucción a estudiantes diversos cultural y lingüísticamente. Usando un diseño de investigación mixto, los datos fueron recolectados a través de una encuesta basada en la web, de maestros en el estado de Michigan. Los resultados revelaron que las percepciones de la preparación de los docentes para enseñar diversos estudiantes lingüística y culturalmente se correlacionaron con la diversidad cultural o la falta de diversidad cultural en sus aulas, y los profesores señalaron que el entrenamiento sobre sensibilidad cultural no los preparó adecuadamente a integrar elementos culturales en sus prácticas educativas cotidianas.

En el Área de Ciencias Energéticas se comparte un artículo científico titulado: *Prototipo didáctico de sistema de bombeo de agua con energía solar fotovoltaica*. Esta investigación se realiza en el Centro de Investigación en Energía Renovable de FAREM-Estelí. Esta investigación es cuantitativa y aplicada. Para realizar el estudio se construyó un prototipo de bombeo solar fotovoltaico y para su validación se utilizaron equipos de medición de variables meteorológicas y de medición. Este estudio propone una guía para facilitar la enseñanza-aprendizaje en los estudiantes a fin de implementar sistemas que contribuyan a mejorar tanto las condiciones de vida como la formación de la población de los países con menor nivel de desarrollo tecnológico en cuanto a materia de abastecimiento de agua, como el nuestro.

Finalmente, en este número 12 de la REVISTA CIENTIFICA DE FAREM-Estelí, se incluyen cuatro ensayos de dos docentes que estudian el Doctorado en Educación e Intervención Social en la UNAN-Managua. Se abordan dos temáticas de la realidad de Nicaragua: la experiencia en dinámicas de animación cultural; y las oportunidades presentes en los proyectos de intervención socio-educativa.

MSc. Beverly Castillo Herrera
Coordinadora Editorial de la Revista Científica FAREM-Estelí

Estrategias Competitivas de la Ferretería Blandón Moreno N° 1 con respecto a las otras Ferreterías ubicadas en el Distrito N° 1 en la ciudad de Estelí año 2014¹

Miguel Vásquez Gutiérrez²

Geyner Emiliano Martínez Sevilla³

Julio Jonatham Gutiérrez Rizo⁴

Beverly Castillo Herrera⁵

RESUMEN

Esta investigación evalúa las Estrategias Competitivas de la Ferretería Blandón Moreno N° 1 con respecto a las otras ferreterías ubicadas en el distrito N° 1 en la ciudad de Estelí, con el fin de mejorar la situación actual de la empresa Blandón Moreno que refleje sus fortalezas y debilidades en cuanto a su gestión competitiva; así mismo se propondrá estrategias que potencien la competitividad de la misma. El enfoque de la investigación es cuantitativo. Se aplicaron entrevistas y encuestas para brindar veracidad a la información brindada en el documento. Se recomienda realizar un análisis de mercado, incentivar a los ejecutivos de ventas, capacitar a los recursos humanos, establecer el sistema de entrega a domicilio y ampliar su visión empresarial para reducir las debilidades y potenciar las fortalezas y oportunidades, que logren mejorar su competitividad con respecto a las demás ferreterías y atraer más clientes.

Palabras claves: Estrategias Competitivas, Ferretería, mercado, recursos humanos, cliente.

¹ Este artículo se basa en la investigación titulada Estrategias Competitivas de la Ferretería Blandón Moreno N° 1 con respecto a las otras Ferreterías ubicadas en el Distrito N° 1. Para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas de la UNAN-Managua, FAREM Estelí.

² UNAN-Managua FAREM-Estelí, Correo electrónico: vásquez_miggut@yahoo.com

³ UNAN-Managua FAREM-Estelí, Correo electrónico: martínezsevillageyner@yahoo.es

⁴ UNAN-Managua FAREM-Estelí, Correo electrónico: jj.guti90@gmail.com

⁵ Candidata a doctora en Ciencias Sociales por la Universidad del Zulia. Maestría en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Docente titular de la UNAN-Managua, FAREM-Estelí. Correo Electrónico: beverly.castillo@yahoo.com.

Competitive Strategies of the Hardware Store Blandon Moreno No. 1 with respect to the other Hardware Stores located in District No. 1 in the city of Estelí, year 2014

Miguel Vásquez Gutiérrez
Geyner Emiliano Martínez Sevilla
Julio Jonatham Gutiérrez Rizo
Beverly Castillo Herrera

ABSTRACT

This research evaluates the Competitive Strategies of the Hardware Store Blandon Moreno No. 1 with respect to the other hardware stores located in District No. 1 of the city of Estelí, in order to improve the current situation of the company, its main strengths and weaknesses are identified and strategies to enhance their competitiveness in relation to other hardware stores located in the same district are proposed. This research is quantitative. The study sample was of 26 hardware stores and 150 customers of the 10 most competitive hardware stores in District No.1. Surveys and semi-structured interviews were applied. At the end of the study a market analysis is recommended; encourage sales executives, training human resources, establish the system of delivery, and expand their business vision.

Keywords: Competitive Strategies, Hardware Store, market, human resources, customer.

INTRODUCCIÓN

La Ferretería Blandón Moreno nace un 15 de Octubre de 1979 en la ciudad de Estelí con el objetivo de comercializar productos ferreteros. Poco a poco comenzaron a crecer abriendo sucursales en otras ciudades del país, llegando a dictar los precios del mercado. Según el Licenciado Ismael Alejandro Castellanos Paguaga gerente de ventas de la sucursal ha visto sus ventas disminuidas en los últimos cuatro años hasta el 2013, debido a la amplia competencia que existe en el ramo ferretero, a pesar de que se impulsa estrategias de publicidad radial tratando de enfrentar los cambios del entorno, sin embargo no es suficiente para enfrentar a la competencia. Esta investigación es necesaria porque hace falta un estudio que demuestre la situación actual de la empresa Blandón Moreno que refleje sus fortalezas y debilidades en cuanto a su gestión competitiva, asimismo es conveniente para los trabajadores de dicha empresa para que se informen sobre lo que ocurre en su centro de trabajo.

El propósito de esta investigación es facilitar información y enriquecer los conocimientos de las ferreterías para aplicar acciones competitivas acertadamente en el mercado, además permitirá a la universidad (FAREM-Estelí) tener un documento que servirá como antecedente y apoyo a futuros estudiantes que deseen conocer o ampliar más sobre estrategias competitivas y distintos organismo podrán aprovechar este documento como guía para fomentar la competitividad en el mercado ferretero y crear conciencia entre los empresarios para hacer buen uso de estrategias para el crecimiento de su negocio.

Como objetivo principal se planteó, Determinar las principales estrategias competitivas que emplean las Ferreterías del Distrito N°1 para el diseño de líneas estratégicas enfocadas en la mejora del posicionamiento de la Ferretería Blandón Moreno N° 1 del municipio de la ciudad de Estelí en el 2014.

La hipótesis que guía esta investigación expresa: Una correcta aplicación de las estrategias competitivas influye positivamente en los volúmenes de ventas en las ferreterías del distrito N°1 de la ciudad de Estelí.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para llevar a cabo el estudio “Estrategias Competitivas de la Ferretería Blandón Moreno N° 1 con respecto a las otras Ferreterías ubicadas en el Distrito N° 1 en la ciudad de Estelí año 2014” se utilizaron fuentes primarias de carácter cuantitativo cuyo instrumento fueron encuestas aplicadas a los propietarios(as) y/o responsables de las ferreterías donde se extrajo información acerca de las estrategias competitivas utilizadas por las demás ferreterías y se aplicó encuestas a los clientes para ver la satisfacción del mismo. El universo de estudio son: 28 ferreterías ubicadas en el distrito N°1 de la ciudad de Estelí, con la realización de los cálculos correspondientes y teniendo un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, el tamaño de la muestra fue 26 ferreterías y para la obtención de mayor información se aplicó 180 encuestas a clientes con el fin de obtener mejores resultados, así mismo se aplicó entrevista al Lic. Francisco Rodríguez Blandón. También se hizo una revisión bibliográfica de diferentes libros y trabajos de curso para enriquecer y dar veracidad a la información obtenida durante esta investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta investigación se han definido tres ejes teóricos que se han determinado y que son la base conceptual de esta investigación: 1) Empresa; 2) Competitividad; y 3) Cliente.

Empresa se define como una institución en la que un conjunto de personas transforman diversos recursos en bienes y/o servicios que satisfagan necesidades humanas. Una empresa es, además, una unidad socio política, conectadas. Una empresa funciona porque en

ella trabajan, arriesgan, deciden y colaboran personas, es decir, es una unidad social. Además es una unidad política, porque las personas que tienen objetivos e intereses propios y, en ocasiones, no coincidentes con los de la empresa, tienen que conciliar sus objetivos e intereses con los empresariales, para que la empresa funcione como una unidad, tanto internamente como frente a su entorno. Por eso, las decisiones y objetivos se adoptan mediante procesos políticos, con los que se intenta lograr esa conciliación. Por último, la empresa es una unidad de decisión, creadora de bienes y/o servicios a través de transformación de recursos tangibles, intangibles y humanos, generando en ese proceso valor añadido, con el fin de lucrar a sus propietarios. (Coscollar, A.D; Dolz, C.D; Ortega, C.F & Juan, M.I. 2006, pág.25).

La competitividad es un concepto bien definido en relación con el mundo de las empresas, ya que pueden entenderse como la capacidad por parte de estas de mantener o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado. El hecho de que la ganancia de cuota de mercado, por parte de una empresa; deba ser necesariamente a costa de las demás empresas que operan en el mismo sector otorga a la idea de competitividad empresarial la connotación habitual de rivalidad en el logro de unos determinados resultados económicos. Por el contrario, resulta mucho menos clara la traslación del concepto de competitividad a una escala territorial, ya que se trate de un país o de una región. La razón estriba, en primer lugar, en la dificultad de encontrar un equivalente a escala nacional de la quiebra empresarial, o del desplazamiento del mercado de una empresa por razones derivadas de su pérdida de competitividad. El concepto de “competitividad”, si bien ampliamente utilizando, es controvertido proviene de la bibliografía sobre la administración de empresas en la que este concepto es la base para el análisis estratégico empresarial. Las compañías compiten para captar mercados y recursos, miden la competitividad según su participación relativa en el mercado o su rentabilidad y

utilizan la estrategia de la competitividad para mejorar su desempeño. (Martínez, 2007, pág.19).

Un comprador es toda aquella persona jurídica o natural que adquiere los productos y/o servicios gracias a las actividades de marketing, eso nos lleva a suponer que el concepto de comprador queda enmarcado en una visión estática y a corto plazo donde solo se busca el intercambio del bien o el servicio por efectivo (venta); “Mientras que el moderno concepto de cliente queda enmarcado en una visión amplia, dinámica a largo plazo y basada en una relación que implicara futuras transacciones”. En un nuevo intento por definir el concepto de cliente, podemos decir que el cliente es el comprador que paga y ejecuta el proceso de compra, y en muchos casos también puede ser el consumidor o usuario del producto o del servicio adquirido. Este cliente puede ser comprador y/o consumidor del producto o el servicio por primera vez o subsecuente. Un cliente es alguien cuyas necesidades y deseos deben ser satisfechos por el negocio que la empresa administra. En franca conclusión, el cliente es el núcleo en torno al cual debería girar la política de cualquier empresa. Superadas las teorías que sitúan el producto como eje central, la empresa debe evolucionar hacia la cultura de retención y fidelización del cliente, y verlo como el más grande y valioso recurso de la organización y que de sus necesidades y deseos dependan de todos los procesos, incluidos los referentes a la fabricación y selección de los productos y servicios que se ofertan y, por supuesto, la relación con el cliente. (Unión Europea, 2008, pág.16).

Datos generales de los propietarios de las ferreterías

A través del estudio de campo se obtuvieron datos que permitieron hacer un análisis acerca de la información brindada por parte de cada uno de los encuestados en el cual se obtuvo que el 42.31 % de los dueños de Ferreterías tienen entre 31 y 40 años de edad lo cual muestra que son personas que forman parte de la Población Económicamente Activa de la ciudad de

Estelí. El 15.38 % son personas jóvenes que están incursionando en el ramo ferretero de la ciudad de Estelí. El 50 % de los propietarios de las ferreterías han cursado alguna carrera universitaria. Muchos de ellos comentaron que es necesario iniciar una carrera universitaria para poder competir en el mercado ferretero ya que esta demanda de ciertos estudios para poder estar actualizado de alguna forma con la demanda del mercado de hoy en día, asimismo es por ello que el 34.62 % aún están cursando alguna carrera universitaria. Algunos, el 15.38% han optado por llegar hasta el bachillerato ya que el tiempo no le es suficiente para poder continuar con sus estudios y obtener un título universitario.

Estrategias de las Ferreterías del distrito N° 1

Se puede observar que el 73.08 % de la muestra de estudio es decir la mayor parte de negocios tienen de 1 a 10 años de operar, esto significa que los negocios están iniciando sus operaciones a partir del año 2000 debido al desarrollo económico que ha sufrido la ciudad de Estelí por parte del sector construcción y solamente el 19.23 % poseen más de 21 años en el mercado ferretero como son Ferretería La fe, Rufino González, Paint Center, EPCA y Blandón Moreno esto quiere decir que están muy bien posicionados en el mercado y por su antigüedad son estables y generaran las suficientes utilidades hoy en día, solamente 7.69% de las tienen de 11 a 20 años de haber iniciado operaciones y están actualmente colocándose como fuerte competidores dentro del mercado ferretero.

La toma de decisiones dentro de la empresa es muy importante es por eso que nuestro universo de estudio el 80.77% de los encuestados que representan los dueños son los que toman las decisiones que giran en torno a la misma, así mismo son ellos quienes deciden las inversiones que desean tomar, en que tiempo y forma hacerlo, solo un 19.23% restante comprende como tomadores de decisiones a los administradores de la empresa ya estos son a consideración de los socios

y/o dueños quienes deben tomar las decisiones de la misma para encaminar a la empresa hacia una mayor competitividad dentro el mercado ferretero.

Las estrategias competitivas para atraer a clientes potenciales o mantener a sus clientes permanentes, según nuestro universo de estudio el 84.62% de los encuestados prefiere dar un menor precio a sus productos para que así el cliente este satisfecho con la compra del bien ya que de esta manera el mismo puede optar a comprar una mayor cantidad del mismo, También el 65.38% piensa que ser amables con sus clientes es una estrategia muy importante ya que mediante la misma el cliente se siente cómodo de realizar cualquier consulta sin necesidad de realizar la compra en el momento, dejar una buena impresión hará que el cliente potencial regrese a comprar el bien a la ferretería, como también el 46.15% de los encuestados piensa que son buenas estrategias la entrega inmediata del producto ya que muchas veces los clientes necesita el bien para ser utilizado en el momento de la compra. Otro 46.15% piensa que ofertar un producto de calidad es una estrategia muy rentable para realizar sus ventas. Solo un 11.54% opinan que una estrategia importante dentro de su empresa es ofrecerle el transporte del mismo, así el cliente no se tomara la molestia de buscar algún vehículo o utilizar el suyo para el trasladado de los productos que adquiera dentro de la ferretería, solo un 11.54% piensa que poseer un amplio inventario podría ser una estrategia competitiva dentro del mercado ferretero.

El 15.38% ofrece créditos a sus clientes esto sucede ya que los clientes tendrían que ser permanentes y poseer historial de compra dentro de la misma empresa, existe 7.69% que poseen como estrategia un sistema de apartado en el cual el cliente puede abonar un porcentaje del bien a adquirir y dentro de un determinado tiempo cancelar el resto del bien para así poder adquirir el mismo. “Es importante ofrecer los mejores precios y la más alta calidad para que el cliente se sienta atraído” (Lic. Francisco Rodríguez Blandón Asesor de mercado de la ferretería Blandón Moreno).

Ventajas al utilizar estrategias competitivas

Utilizar estas estrategias trae beneficios para la empresa, según el 88.46% de nuestros encuestados la generación de las estrategias de ventas en el negocio le da como resultado mayores ventas en sus negocios, así mismo un 19.23% piensa que se obtiene una mayor rentabilidad de la misma y ayuda con la generación del lucro que es la finalidad de cada una de las ferreterías, el 15.38% opina que utilizar todas estas estrategias logra que la empresa vaya posicionándose dentro del mercado ferretero como una empresa competitiva. Y un 11.54% de nuestro universo de estudio opina que la generación de dichas estrategias ayuda al aumento del capital de la empresa y dar mayores beneficios a sus socios o dueños.

Destino de las ganancias

Actualmente el destino de las ganancias generadas por cada una de las empresas les ha permitido hacer una reinversión en su negocio tal como lo dice nuestro universo de estudio ya que un 88.46% de ellos ha decidido hacer reinversiones en su negocio, ya que ellos comentan que han prosperado en gran manera, no obstante solo un 7.69% de ellos destina sus ganancias para realizar nuevas inversiones y solamente un 3.85% ahorra las ganancias generadas ya que opina que su negocio es estable y el ahorro es más seguro que hacer una reinversión o intentar una nueva inversión.

Ventajas de la ubicación del negocio

Se puede observar que el 53.85% considera que una de las ventajas de la ubicación de su negocio es que existe un acceso a clientes ya que están ubicados en calles que se encuentran en buen estado y es fácil para la circulación, el 38.45% cree que la mayor ventaja que obtienen acerca de la ubicación de su negocio es que están ubicados dentro de un lugar céntrico lo cual genera la visita constante de clientes y asimismo la compra por parte de ello, mientras tanto solo el 7.69%

ve como una ventaja poseer un parqueo dentro de negocio ya que este ayuda para el aparcamiento de sus clientes y para carga y descarga de sus productos.

Ubicación influye en la afluencia de clientes

La ubicación geográfica juega un papel muy importante dentro de cualquier negocio tal es que nuestro universo de estudio está de acuerdo en su totalidad 100% de que la ubicación que tiene su negocio influye en la visita de los clientes muchos de ellos nos explicaban que por ser zonas céntricas ubicadas dentro del Distrito N°1 de la ciudad de Estelí la cantidad de clientes que acude a comprar sus productos es mayor ya que los visitan de otros distritos no meramente el mismo Distrito N°1 además de que son lugares históricamente conocidos por la ciudadanía de Estelí.

Crecimiento del número de clientes

También el crecimiento del negocio puede medirse por la nueva clientela que se ha acaparado, el 96.15% de los dueños de negocios afirman que en lo que va del año han aumentado sus clientes con respectos a sus ventas y con esos ingresos han podido diversificar su inventario en lo mayor posible, de igual manera afirman que esos clientes compran en mayor cantidad sus productos, solo un 3.85% dice que no ha notado un aumento de las los clientes ni de sus ventas ya que el comúnmente suele vender productos a clientes permanentes.

Análisis de estrategias competitivas

Estrategias competitivas correctas

Las estrategias varían en razón a lo que se desea lograr, así como los medios y recursos que se poseen, es por esto que el 92.31% de nuestros encuestados piensan que ellos utilizan las estrategias competitivas correctas para poder competir dentro del mercado ferretero del Distrito N°1 de la ciudad de Estelí, la puesta en práctica de dichas estrategias ha logrado crear cierta ventaja competitiva para que el producto sea atractivo al cliente, mediante la utilización de dichas estrategias

como lo son el menor precio, la amabilidad, la calidad la accesibilidad las empresas sienten que van por buen camino y pueden lograr obtener una mayor rentabilidad para su negocio, sin embargo un 7.96% opina que no utiliza estrategias competitivas correctas ya sea porque no posee la capacidad económica para ponerlas en práctica es decir la entrega inmediata o el transporte y piensan que deben mejorar en ese aspecto. “Creo en las aproximaciones sucesivas ya que el mercado es cambiante, dinámico e igual el entorno del negocio” (Lic. Francisco Rodríguez Blandón Asesor de mercado de la ferretería Blandón Moreno).

Importancia de la publicidad

Podemos describir a la publicidad como una forma de comunicación muy común en la actualidad que se utiliza para promocionar y vender un determinado producto. Es por eso que el 92.31% de nuestro universo de estudio considera a la publicidad una herramienta muy importante para el desarrollo de su empresa, ya que hoy en día ser conocidos no es suficiente, es importante la publicidad para ser reconocidos como una empresa líder en el mercado ferretero. Cada empresa realiza publicidad para ofrecer un producto distintivo y el cliente potencial decida preferirlos a ellos ya se de diferentes maneras pero consideran a la publicidad una herramienta importante para dar a conocer su empresa, no obstante el 7.69% de los encuestados piensa que la publicidad no es importante para ellos ya que ellos trabajan con clientes permanentes y no la necesitan. “Es importante porque identifica nuestros productos permite al cliente comparar precios y que el cliente tenga una idea de quienes somos” (Lic. Francisco Rodríguez Blandón Asesor de mercado de la ferretería Blandón Moreno).

Tipo de Publicidad que utiliza

En la encuesta se detallaron diversos medios de Publicidad tales como radio, volantes, periódico, televisión, pancartas de los cuales únicamente radio y

televisión son utilizados como medio de publicidad, la radio con un 34.62%, se utiliza este medio como una herramienta para la mejor divulgación del negocio y a través de este poder captar la atención de los clientes de toda la ciudad de Estelí y sus alrededores y la televisión, con un 19.23%, cabe destacar que el 34.62% de estas ferreterías no utilizan ningún tipo de publicidad aunque ellos lo consideran importante para el desarrollo de la misma, pero aducen los altos costos de la misma, estos no le permiten a la empresa tener una publicidad constante.

Promociones de ventas

Según la encuesta aplicada acerca de la promoción de ventas un 61.54% si las realizan esto con el fin de hacer rotar su inventario constantemente y darle un mejor precios los clientes de su producto en el mercado, todo con el fin de mover ciertos artículos que se le van quedando en el inventario y con ciertos descuentos o dándole valor agregado al producto este rotara más fácilmente además de que mediante estas promociones la empresa adquiere clientes nuevos, un 38.46% de los encuestados dice que no realiza porque no hay necesidad ya que sus precios son los más bajos del mercado y las demás empresas no pueden competir con ellos, entonces no existe una necesidad de realizar dichas promociones.

La competencia entre ferreterías del Distrito N° 1 nuestro universo de estudio indica que la ferretería EPCA es la empresa que considera que tiene mayor competencia dentro del distrito N°1 ya que estima que todas las ferreterías es decir el 100% compiten con ella ya que distribuyen el mismo material que venden ellos, ferreterías como López 38.46% y Castillo 26.92% consideran que según su ubicación geográfica las ferreterías que se encuentran cerca hacen competencia con ellos ya que los clientes no son tan permanentes.

En cambio la ferretería Blandón Moreno, Ferrecalle, El Calvario, El Hogar, La Popular y William con un 11.54% indican que no consideran competencia a todo el mercado ferretero ya que estas son empresas más específicas y sus precios no tienen competencia en relación a las demás ferreterías del Distrito N°1.

En cambio nos encontramos con 14 ferreterías que según ellos no consideran competencia a más del 10% del mercado ferretero ya que ellos ofrecen productos específicos y por ende no les afecta las demás empresas que están ubicadas en el mismo distrito. Dos ferreterías LENO y Zeledón 0% no consideran como competencia a ninguna empresa del distrito N°1 ya que ellos poseen clientes permanentes y son ferreterías que su inventario no es amplio y por ende no compiten con las demás ferreterías del mercado.

Incentivos sobre ventas

Mientras tanto las ferreterías que ofrecen incentivos que son 6 el 66.67% dan comisiones sobre ventas colocan una base imponible para hacer el caculo cada mes de cuanto obtendrá en concepto de comisiones sobre ventas y el 33.33%le ofrecen bonos a los trabajadores para que estos estén motivados con respecto a las ventas que se realiza en la ferretería.

Capacitaciones sobre estrategias

De nuestro universo de estudio el 42.31% de los propietarios de negocios han recibido capacitaciones en las que se abordan temas de interés para los dueños siendo estos de finanzas, administración, presupuesto, entre otros, para que estos desarrollen estrategias que impulsen el desarrollo de su empresa en el norte del país, el 57.69% dice no haber recibido alguna capacitación acerca de estrategias competitivas pero están abiertos a recibirlas en un momento que alguien interesado se la ofrezca ya que están conscientes que esto ayudara al desarrollo de su ferretería y los encaminara sobre el éxito.

Como potenciar la competitividad ***Estrategias para la satisfacción***

referido a las estrategias que utilizan las ferreterías para determinar la satisfacción de sus clientes obtuvimos que un 23.08% lo realiza mediante observación de sus clientes al recibir el bien que adquiere, un 7.69% lo hace mediante el levantamiento de encuestas para determinar en qué aspectos deben de mejorar con respecto a la las estrategias que se estén utilizando para realizar las ventas, igualmente un 7.69% coloca un buzón de sugerencias el cual cada cierto periodo es abierto para determinar que sugerencias son las que deben de tomar en cuenta de acuerdo a cada una de las necesidades que tienen los clientes, mientras tanto el 61.54% dice no utilizar ningún medio para medir la satisfacción de los clientes ya que comúnmente siempre ofrecen una atención y un producto de calidad y el mejor indicado es que el cliente siempre regresa a hacer más compras al local.

Clientes permanentes

Los clientes muchas veces no se caracterizan no por el nivel de compra sino más bien por la presencia que realizan con respecto a las compras es por eso que el 84.62% de los dueños de las ferreterías poseen clientes permanentes ya que estos prefieren la atención personalizada que se le brinda cada vez que lo visitan, dichos clientes sienten unas sensación de pertenencia al negocio, crean una amistad y se les da descuentos considerables, el restante 15.38% no poseen clientes permanentes más que todo son eventuales debido al tiempo que tienen de estar en el mercado no ha sido posible poseer ese tipo de clientes.

Estrategias para mantener clientes

Se puede observar que de las estrategias para mantener clientes la más fuerte es la buena atención, un cliente que se sienta satisfecho sin duda regresara a realizar otra compra, el cliente debe de sentirse cómodo y

seguro del producto que está adquiriendo y solo con una buena atención lograra sentirse así, también el 57.69% de los dueños de ferreterías opina que brindando buenos descuento el cliente permanecerá visitando la ferretería y por ende realizando compras, solo un 11.54% ofrece créditos a sus clientes pero estos deben de cumplir con ciertos requisitos uno de ellos la antigüedad tanto de conocerlo como de comprar en el local, el 11.54% restante aún no posee una estrategia definida para mantener sus clientes pero le interesaría mediante alguna capacitación poder aprender y ponerlas en práctica y así mismo aumentar la rentabilidad de la empresa.

Metas sobre ventas

Las metas sobre ventas son medidas usadas para determinar la rentabilidad de la empresa en el cuadro N°26 podemos observar que solo el 65.38% de nuestro universo de estudio se establece metas sobre ventas para medir la capacidad que tienen con respecto a los meses asimismo para replantear las estrategias y tratar de mejora las que no estén siendo optimas por unas que si lo pueden ser, el 34.62% nos dice que ellos no las establecen ya que no las necesitan porque no son grandes empresas y apenas están en crecimiento.

Estrategias utilizadas

Un alto porcentaje cree que de las estrategias utilizadas la venta directa es la más efectiva para llevar a cabo las metas sobre ventas 53.85% de ellos piensa que mediante la venta directa Vendedor-Cliente se lograra dichas metas, el 11.54% da en crédito su inventario ya que así el cliente tiene más tiempo para poder cancelar sus deudas y así el vendedor puede colocar mayor cantidad de productos en el mercado. solamente el 3.85% utilizan algún intermediario para lograr las metas sobre ventas esto lo hacen mediante algún distribuidor exclusivo de algún producto que ellos ofertan en el mercado, ninguno de ellos realiza llamadas telefónicas para captar clientes así como el 34.62% no utiliza

ninguna estrategia en específico para poder conseguir sus metas sobre ventas.

Valoración de los clientes

Según los datos procesados de encuesta el mayor porcentaje de personas que visitan las ferreterías son hombres ya que estos son los encargados de supervisar y/o hacer la obra, además que comúnmente son los que poseen mayor experiencia en cuanto a ferreterías se refieren, las mujeres que suelen visitar las ferreterías comúnmente lo hacen con el fin de llevar una cotización acerca del bien que piensan adquirir. las personas entre 31 a 50 años son las que comúnmente suelen visitar ferreterías ya que esto se aduce a la experiencia adquirida con respecto a materiales ferreteros solo un 11% son jóvenes entre 20 a 30 años que están empezando a laborar en el área de construcción o bien comenzando a construir sus casas.

Promedio de clientes que visita por día las ferreterías. Según datos brindados por los dueños y/o responsables de las ferreterías acerca del promedio de clientes que visitan el negocio por día, las ferreterías más visitadas del universo de estudio son Ferrecalle con un promedio de 37 clientes por día correspondiente al 20.60% y ferretería La Popular con un promedio de 28 clientes por día correspondiente al 15.6%, también se puede observar que las ferreterías Monterosa y EPCA son visitadas por 24 clientes por día siendo el 13.3% y las ferreterías menos visitadas que tienen un 13% y corresponden a las ferreterías Blandón Moreno, el Calvario, el Hogar, Castillo, López y Williams.

Estrategias competitivas utilizadas para los clientes

Según datos obtenidos de las encuestas las estrategias competitivas que los clientes prefieren por parte de las ferreterías es vender a un precio menor que la competencia con un 26.7% y tener amabilidad al momento que el cliente es atendido correspondiendo al 18.3%. La estrategia de tener un amplio inventario en

las instalaciones de la ferretería obtuvo un porcentaje de preferencia de 17.8% y la entrega inmediata de los productos un 14.3%. El 13.3% de los encuestados prefieren que las ferreterías utilicen la estrategia de servicio a domicilio y un 9.4% la calidad de los productos ofertados.

Atención a los clientes

La atención es un aspecto muy importante por los clientes al momento que visitan un negocio, según los datos procesado de las encuestas el 32.8% del universo de estudio son atendidos con agilidad por parte de los vendedores el 32.2% son atendidos con amabilidad y el 26.1% son atendido con respeto al momento del proceso de compra. El 8.9% de los encuestados opinan que no reciben ninguna atención por parte del personal de la ferretería al momento de visitar sus instalaciones.

Valoración de la atención al cliente

Según los datos recopilados de las encuestas el 57.2% y el 37.8% de los clientes se sienten satisfechos con la atención que les brindan los empleados de las ferreterías al momento que son atendidos debido a que se trata al cliente con respeto y amabilidad brindándole una asesoría sobre los producto que compra siendo una mayor satisfacción para el cliente y un 5% de los clientes encuestados valoran como mala la atención de parte de las ferreterías debido a que no son atendidos con agilidad por los empleados y no contar con el servicio de transporte del producto hacia sus viviendas.

El 23.9% de los clientes encuestados proponen que las ferreterías implementen la estrategia de capacitar a los trabajadores en técnicas de atención a los clientes y en los productos ferreteros que se ofertan en el mercado para brindar una asesoría técnica más eficiente al cliente al momento que este es atendido. El 17.8% de los encuestados proponen que se implemente la amabilidad en los empleados al momento de atender al cliente a través de capacitaciones sobre atención

al cliente, el 15% propone que las ferreterías tengan más rapidez al momento de entregar el producto a los clientes. El 14.4% de los encuestados proponen que las ferreterías implementen la estrategia de brindar el servicio de transporte de los productos ofertado hacia sus viviendas, el 11.7% proponen que implementen la estrategia de vender a precios más bajos que la competencia y realizar descuentos en ciertos productos el 10% propone que se implemente la variedad de productos ferreteros y de materiales de construcción para obtener mayores ventas y un 7.2% establecen que vendan productos de calidad.

CONCLUSIONES

Con el presente documento de investigación se llegó a la conclusión que la hipótesis planteada se acepta debido a que una correcta aplicación de las estrategias competitivas influye positivamente en los volúmenes de ventas en las ferreterías del Distrito N°1 de la ciudad de Estelí ya que si las pone en práctica lograra un posicionamiento como empresa líder dentro del mercado ferretero.

Las estrategias competitivas correctas deben de realizarse de una manera eficiente influyendo en toda la empresa y sus subordinados, con el fin de darle mayor rentabilidad a la misma.

A través de los resultados obtenidos mediante los instrumentos aplicados se llegó a la conclusión de que la publicidad es importante no solo para ser conocidos sino reconocidos dentro del mercado esta misma debe ir de la mano con las necesidades que presenta los potenciales clientes para lograr lo mismo deben de realizar un análisis de mercado y así realizar las estrategias que permitan el mejor funcionamiento de la empresa asimismo solucionar las debilidades que afectan a la misma.

Mediante el análisis de los resultados se elaboró un análisis FODA de la empresa para proponer

estrategias competitivas que permitirán a la Ferretería Blandón Moreno N°1 lograr un equilibrio empresarial y reorientar o innovar sus estrategias hacia las necesidades de los consumidores. Estas estrategias se basaron en las debilidades y oportunidades.

RECOMENDACIONES

- A fin de la presente investigación sea de gran utilidad para los miembros de la Ferretería Blandón Moreno N°1, se le recomienda:
- Redefinir las estrategias competitivas y las políticas de ventas para una obtener una mayor rentabilidad dentro de la empresa.
- Realizar un análisis de mercado para ver la situación actual en el mercado ferretero de la ciudad de Estelí e incentivar a los ejecutivos de ventas para tener un servicio al cliente más eficiente y tener mejores ingresos por ventas y a la vez un proceso de venta eficiente y eficaz.
- Capacitar al recurso humano al momento de la aplicación de nuevas tecnologías y la introducción

de nuevos productos.

- Realizar una política publicitaria que se incluya medios radiales, televisiva e internet.
- Establecer el sistema de entrega a domicilio por las ventas realizadas.
- Realizar visitas a clientes potenciales a su domicilio así como llamadas telefónicas.
- Fijar buzón de sugerencias o llenado de encuesta para determinar la satisfacción del cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- Coscollar, A. D., Dolz, C. D., Ortega, C. F., & Juan, M. I. (2006). *Fundamentos de Dirección de Empresas*. Madrid: Ediciones Paraninfo S, A.
- Martinez, E. R. (2007). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. Madrid: Fundacion BBVA.
- Union Europea. (5 de Agosto de 2008). *Dirección general de industria y de la pequeña y mediana empresa España*. Obtenido de <http://www.ipyme.org/Publicaciones/ManualTecnicasComerciales.pdf>.

Efectos de las estrategias empresariales de los AGENTES BANPRO en la SATISFACCION DE LOS CLIENTES en la ciudad de Estelí en el año 2014¹

José Miguel González Navarrete²

Keylin Haritza Ruíz Reyes³

Mileyda Lisseth Ruiz González⁴

Beverly Castillo Herrera⁵

RESUMEN

El presente trabajo determina los efectos de las estrategias empresariales de los agentes BANPRO para diseñar propuestas que mejore la satisfacción de los clientes y agentes en la ciudad de Estelí en el año 2014. El desarrollo de este estudio se hizo tomando en cuenta el enfoque cualitativo. El universo de estudio fue 23 agentes los cuales se encuentran ubicados en el municipio, con un tipo de muestreo no probabilístico porque los sujetos de consulta son elegidos en base a criterios selectivos como: Propietarios de establecimientos bancarios, clientes de BANPRO que usan este servicio, disponibilidad de las personas en brindar la información.

Los instrumentos utilizados en el estudio fue la entrevista, guía de observación y por carácter del segundo objetivo se aplico encuestas dirigidas a clientes. Una limitante para el crecimiento de estos agentes es la publicidad muchos clientes desconoce este servicio y es inevitable su desconfianza al utilizarlo por primera vez, otra es la ubicación del POS dentro del local porque no garantiza la seguridad del cliente, haciendo que los usuarios recurran a las sucursales bancarias para realizar sus pagos.

Es fundamental al que BANPRO diseñe planes estratégicos para mejorar las limitantes que tienen como diseñar ventanillas para estos establecimientos y la importancia de invertir en publicidad para dar a conocer lo que se oferta.

Palabras claves: Banco, BANPRO, Estrategia Empresariales, Satisfacción de clientes, Estelí

1 Este artículo se basa en la investigación titulada Efectos de las estrategias empresariales de los AGENTES BANPRO en la SATISFACCION DE LOS CLIENTES en la ciudad de Estelí en el año 2014. Para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas de la UNAN-Managua, FAREM Estelí.

2 UNAN-Managua FAREM-Estelí, Correo electrónico: gonzalez.n.josem@yahoo.com

3 UNAN-Managua FAREM-Estelí, Correo electrónico: reyes.keling10@yahoo.com

4 UNAN-Managua FAREM-Estelí, Correo electrónico: miley.ruiz@yahoo.com

5 Candidata a doctora en Ciencias Sociales por la Universidad del Zulia. Maestría en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Docente titular de la UNAN-Managua, FAREM-Estelí. Correo Electrónico: beverly.castillo@yahoo.com.

Effects of business strategies of BANPRO AGENTS in CUSTOMER SATISFACTION in the city of Estelí in 2014

José Miguel González Navarrete
Keylin Haritza Ruíz Reyes
Mileyda Lisseth Ruiz González
Beverly Castillo Herrera

ABSTRACT

The present study determines the effects of corporate strategies of BANPRO Agents (Bank of Production) to design proposals to improve customer satisfaction and agents' service in the city of Estelí in 2014. This study is qualitative. The study group was 23 agents located in the city of Estelí. The sampling was non-probability, considering the following criteria: owners of banking establishments, customers using this service, and availability of people to provide information. Interviews, surveys and observation guides were applied.

This study shows that the lack of publicity is one of the main constraints for the growth of BANPRO agents since many customers are unaware of this service and it is inevitable their distrust when using it for the first time. Another limitation is the location within the buildings because it does not ensure customer safety. It is recommended that the bank designs strategic plans to improve the constraints they have such as to design windows for these establishments, and the importance of investing in advertisement to make notorious what it is offered.

Keywords: Bank, BANPRO, Business Strategy, Customer Satisfaction, Estelí

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, multitud de empresas de diversos sectores económicos han adoptado tecnologías de la información y la comunicación como el teléfono, Internet o los teléfonos móviles, con ello, se han lanzado a la conquista de nuevos espacios, creando, sin saberlo, nuevos canales de comunicación con los clientes, logrando la plena “satisfacción del cliente” siendo requisito indispensable para ganarse un lugar en la “mente” de los clientes y por ende, en el mercado meta.

Con la visión hacia un futuro BANPRO como entidad bancaria se ha diferenciado de su competencia en brindar nuevos canales de interacción con los clientes sin que estos visiten la sucursal.

La presente investigación se enfoca en el servicio que ofrece el Banco de la Producción, que son los “Agentes BANPRO”. Como un nuevo canal de atención que permite a los clientes realizar diversas transacciones bancarias, ubicadas en negocios comerciales en los diferentes barrios de la ciudad de Estelí y serán plenamente identificados con la marca institucional del Banco.

Los objetivos de los Agentes Bancarios se enfocan en: Bancarización a pequeños y medianos comercios, atender a los clientes del Banco de la producción de una forma conveniente, sin visitar una sucursal tradicional, así también ampliar la cobertura del servicio del Banco de la producción.

Las transacciones que se puede realizar en los Agentes BANPRO incluye: Consulta de saldo, retiros, depósitos, pago de tarjeta de crédito, venta de tiempo aire, pago de servicios básicos, remesas y pagos de financiamientos.

La trascendencia de la investigación beneficia al Banco para analizar el desarrollo de este nuevo

servicio y las problemáticas que posiblemente han ocurrido, para darse cuenta si los objetivos propuestos se han logrado y plantear nuevas estrategias para su crecimiento y aceptación del servicio por los clientes.

Entre los principales limitantes que tiene este servicio son: la publicidad que se le da a los agentes BANPRO no es la adecuada para la comprensión del usuario, para que este se sienta en confianza al usarlo, la seguridad a la hora de realizar la operación ya que no existe un espacio adecuado dentro del local para realizarla, los problemas con el sistema para realizar pagos de servicios básicos (agua, luz, teléfono), la necesidad de reimpresión del voucher por problemas que se presente, y la incorporación de otros pagos y servicios que se pueda realizar.

Esta investigación beneficia a los estudiantes para adquirir nuevos conocimientos sobre el manejo estratégico que el banco utiliza para satisfacer y atraer a clientes actuales y nuevos. A los agentes bancarios para implementar estrategias partiendo desde los problemas que se han observado detalladamente, y a la sociedad para brindarle conocimientos necesarios para que utilice el servicio y sea de confiabilidad y de facilidad para el usuario.

Es de gran importancia el estudio de los Agentes BANPRO, ya que se va conociendo la realidad del campo profesional y los problemas que estos enfrentan al lanzar al mercado un nuevo producto o servicio.

Entre los ejes teóricos de la investigación son:

Bancos son las instituciones financieras autorizadas como tales, dedicadas habitualmente a realizar operaciones de intermediación con recursos obtenidos del público en forma de depósitos a cualquier otro título, y a prestar otros servicios financieros. (Blandón García, Sergio (2008). Pág. 3).

La estrategia empresarial es la determinación de la posición futura de la empresa, en especial frente a sus productos y mercados, su rentabilidad, su tamaño, su grado de innovación y sus relaciones con sus ejecutivos, sus empleados y ciertas instituciones externas. Esta posición estratégica debe equilibrarse mediante la planeación estratégica de la empresa partir de tres actividades básicas (Chiavenato. I. 2002. pág. 116).

Los consumidores intercambian recursos, normalmente en forma de dinero, por los productos y servicios de la organización. Un cliente puede ser una institución, por ejemplo una escuela, hospital u oficina de gobierno; puede ser otra empresa, por ejemplo un contratista, distribuidor o fabricantes; o una persona física. Por regla general, un gerente de mercadotecnia analiza a los consumidores potenciales, así como las condiciones de mercado, y dirige una campaña de mercadotecnia con base en dicho análisis. (Stoner. J. Freeman. E. Gilbert. D. 1996. Pág. 296).

Satisfacción de los clientes es la percepción que tiene el individuo sobre el desempeño del producto o servicio en relación con sus expectativas. Los consumidores tendrán expectativas bastante diferentes cuando visitan un restaurante francés caro y cuando visitan McDonald's aunque ambos formen parte de la industria restaurantera. El concepto de satisfacción de consumidor es una función de las expectativas del cliente. Un consumidor cuya experiencia este por debajo de sus expectativas (como recibir frías las papas fritas en un McDonald's o cuando los platos usados no se retiran con la prontitud suficiente en un restaurante caro) quedaran insatisfecho. (Schiffman. L. Kanuk. L. 2005. Pág. 14).

MATERIALES Y MÉTODOS

Para llevar a cabo el estudio se utilizaron fuentes primarias de carácter cualitativo cuyo instrumento fueron principalmente la entrevista y guía de

observación porque se profundiza sobre el estudio de caso. Se aplicó tres entrevistas semi-estructuradas dirigidas una a los diferentes establecimientos Agentes BANPRO, el Banco y los clientes, así como las encuestas a los usuarios del nuevo servicio. Se realizó durante todo el mes de Junio- 2014. Para el éxito de esto se hizo un proceso de inducción a cada uno de los participantes de entrevistas y encuestas explicándoles cual era el objeto de la investigación y solicitándoles su colaboración, las entrevistas duraron un período de 15 a 25 minutos.

Se aplicaron 18 entrevistas en los diferentes establecimientos BANPRO, 25 entrevista clientes y una entrevista a Alcides Ramón Ruíz Técnico de los agentes BANPRO. Se aplicaron 360 encuestas en las áreas geográficas localizadas cerca de los agentes BANPRO ubicados en la ciudad de Estelí. De igual manera se aplicó una guía para conocer el entorno a este nuevo servicio de agentes BANPRO.

También se hizo una revisión bibliográfica de diferentes libros y trabajos de curso para enriquecer y dar veracidad a la información obtenida durante esta investigación.

RESULTADOS Y DISCUSION

Antecedente de BANPRO

El Banco de la Producción, S.A. (Banpro) es una sociedad privada fundada el 11 de noviembre de 1991, con el propósito de intermediar depósitos del público para invertirlos en una amplia variedad de negocios de los sectores productivos y de servicios, para servir como agente de desarrollo al país.



De los bancos que hoy en día forman parte del Sistema Financiero de Nacional, Banpro fue el primer banco en abrir sus puertas en Nicaragua cuando en el país se reiniciaron las condiciones para el desarrollo de la inversión privada. Fue inaugurado con el aporte de 133 socios de las más diversas actividades productivas del país.

En el transcurso de todos estos años desde su fundación, BANPRO Grupo Promerica ha experimentado un crecimiento sostenido de sus activos, de los depósitos que se captan del público y de su patrimonio, hasta convertirse en el banco más grande de la nación, y en relación a los bancos de América Central y su tamaño se ubica dentro de los 20 más grandes en cuanto a activos se refiere. Para lograr esta posición privilegiada Banpro ha desarrollado una estrategia de crecimiento basada en servicio con valor agregado a los clientes.

Actualmente el Banco de la Producción S.A cuenta con más de 70 sucursales alrededor de Nicaragua para garantizar mejores condiciones para los clientes.

Sus principales productos son: las tarjetas de créditos, cuentas, préstamos. Entre los servicios: asesoría, caja de seguridad, etc. BANPRO es una gran empresa, cuenta con un número de (250-1000 trabajadores).

Agente BANPRO

Constituye un nuevo canal de atención de BANPRO, que permite a los clientes realizar diversas transacciones bancarias, a través de negocios comerciales ubicados a nivel nacional y identificado con la marca institucional del banco.

Los objetivos de los Agentes BANPRO

La bancarización a pequeños y medianos comercios, atender a los clientes de una forma conveniente, sin visitar una Sucursal tradicional, y ampliar la cobertura de Servicio de Banco de la Producción.

Las transacciones Soportada de los Agentes son:

Pago de financiamiento, consulta de saldo, retiros, depósitos, pago de tarjeta de crédito, venta de tiempo aire y remesas.

Ventaja de los Agentes BANPRO para los clientes

- Conveniencia: Más puntos de atención, reduciendo tiempo y costo de traslado.
- Economía: Transacciones libres de comisiones.
- Accesibilidad: Mayor horario de atención ajustándose al del establecimiento.
- Atención “cara a cara”: Más amigable y cercana que otros medios electrónicos
- Elimina la necesidad de trasladarse a localidades donde existen instituciones financieras

Ventaja de los Agentes BANPRO para los comercio

- Aumenta la oferta de servicios para sus clientes.
- Tráfico: Incrementa número de personas que ingresan al comercio; posibilitando la venta cruzada y mayores ingresos.
- Diferenciación: Mejora imagen y prestigio al ser aliada de una acreditada institución financiera del país.
- Compensación económica: Recibe una comisión según el número de transacciones que atienda por día.

Desventaja de los Agentes BANPRO para los comercio

- Competencia del Banco y la Ventanilla.
- Competencia de los demás agentes BANPRO.
- No se puede realizar todas operaciones que se hacen en la entidad financiera.
- Problema en cargar algunos servicios (Luz, Agua),
- Reimpresión del voucher.
- Publicidad no concreta sobre este nuevo servicio

Operaciones del Agente BANPRO

El horario de Atención la establece el negocio, el personal que utiliza este sistema es capacitado en el manejo del mismo, BANPRO provee del material publicitario para la identificación del comercio de parte del Banco, todas las transacciones de agente (efectivo y tarjeta) se computarán a través de los pos y al momento del cierre se imprimirá el detalle de las operaciones por lote del POS.

Limites en efectivo no mayores a C\$4,000.00 por transacción Por el valor máximo para realizar la transacción dicen: El monto no ha sido inconveniente, ya que se ha presentado el caso en que personas exceden el monto de 4000 y simplemente se divide uno, dos o tres transacciones y genera más ganancias al agente, pero es algo que no se da mucho para no atrasar al cliente. (Ramiro Figueroa, Dueño de distribuidora Figueroa, Entrevista 16 de Junio del 2014).

Por lo que el monto máximo de transacción no ha sido inconveniente en mi negocio, por tanto los clientes siempre se van satisfechos y a gusto con el servicio. (Dueña de la pulpería JEAR, entrevista 15 de Junio 2014).

Existe un monto que establece el Banco a inicio que es de 4000 pero no tengo un monto establecido de transacción ya que va en dependencia de la disponibilidad de dinero que tenga y en mi negocio se hacen transacciones mayores al monto de 4000. (Encargado en la Ferretería Palace, entrevista 16 de Junio 2014)

Valoración de los cliente que usan los Agentes BANPRO

Se aplicó una encuesta donde obtuvo que el 59.44% de los clientes que utilizan el nuevo servicio agentes BANPRO son del sexo femenino y el 40.56% de los clientes son del sexo masculino lo que quiere decir

que estos negocios son comúnmente más visitados por mujeres.

Los principales clientes que utilizan el nuevo servicio agentes BANPRO se encuentra entre un rango de edad de 20 a 30 años, con un porcentaje de 46.39% representado la mitad de las personas que visitan estos lugares. Un propietario de estos establecimientos comento *“En mi establecimiento los jóvenes frecuenta más ya que la mayoría bien a pagar servicio básico y a compra de tiempo aire siendo esto el motivo de sus visitas”*. (Don Julio Gutiérrez - Seudónimo, Entrevista 15 de Julio del 2014).

En segundo lugar ocupa un 27.22% las personas en un rango de edad de 31 a 40 años. Siguiendo con un 21.67% las personas entre 41 a 50 años (Doña Flor Zeledón-Seudónimo, Entrevista 15 de Julio del 2014) dueña de uno de lo establecimiento Comento: *“las señoras cuando viene hacer sus compras para cocinar aprovecha a pagar los recibos”*.

Estrategia empresariales de los Agentes BANPRO

De los 360 asociados en la encuesta 159 de ellos representado el 35.57% nos comentaron que la publicidad por la cual ellos se dieron cuentan de la existencia de los agentes BANPRO, es la que ha hecho los propios propietarios de los negocios ya que el banco no ha enfatizado en este punto. (Ramón Canales, Propietario de la Pulpería Olga- Entrevista 16 Junio del 2014). En la visita que se nos comentó que elaboraron sus propios volantes publicitarios reflejando cuales son las transacciones que se pueden hacer en su establecimiento. Así como la información genera de su establecimiento.

Una cliente comento *“si no es por ellos que nos dicen sobre ese servicio no nos diéramos cuenta de su existencia”* (Doña Lourdes López- Seudónimo, Entrevista 15 de Junio del 2014). El 33.56% que equivale a 150 personas la publicidad por el cual

se dieron cuenta es por el comercial en televisión de los agentes BANPRO, un señor comentó *“vi el comercial pero no es muy claro sobre este servicio ya que sale un señor con otro hablando sobre esto, pero no refleja nada”*. El 11.41% que son 51 personas respondieron la radio que ellos escucharon que uno de los establecimientos se anunciaba en este medio. El 50% se dieron cuenta de los Agentes BANPRO por los volantes un joven nos comentó *“la pulpería Olga elaboro sus propios volantes lo cual es innovador ya que utiliza publicidad para que su establecimiento sea frecuentado”*. (Julio Martínez- Seudónimo, Entrevista 17 de Junio del 2014).

La estrategia que estos propietarios emplearon comentaron: Como agente no utilizo ninguna estrategia para atraer a los clientes ya que el porcentaje que me genera el banco es tan bajo que no me es de mucho interés debido a que la ferretería me genera mucho más dinero y la única estrategia para atraer a los clientes es la genera el banco que son afiches, banners y volantes de publicidad. (Dueño de Ferretería Estelí, entrevista 17 de Junio del 2014).

Como iniciativa propia hicimos volantes donde refleja las transacciones que se puede realizar para dar a conocer más mi negocio (Doña Olga, Pulpería Olga, entrevista 19 de Junio del 2014).

La publicidad que se le da a este nuevo servicio ofrecido por el Banco no es la más adecuada ya que existes personas cercanas al negocio que desconocen los servicios que se ofrecen en el local, es el mismo agente Bancario que se encarga de dar a conocer este servicio, comunicándole a los clientes que lleguen hacer sus compras, las transacciones que pueden realizar desde su local y los beneficios que le genera al ahorrar tiempo y dinero.

La publicidad que genera el Banco al local son rótulos, afiches, volantes y banners lo cual no ha sido lo suficiente para que los clientes se sientan 100% confiados.

Se observó que los establecimientos que gozan de una publicidad más presentables son los ubicados en las calles centrales como farmacias y agentes de telefonía celular, estos establecimientos tienen una publicidad amplia, banners considerables dentro y fuera del negocio y un espacio muy significativo dentro del establecimiento donde está el agente Banpro con su POS listo para atender a sus clientes Banpro. En los demás establecimientos como pulperías y reposterías la publicidad no es tan buena dentro y fuera del establecimiento, el uso de banners brochurs y mantas no es muy común, el rotulo que el banco les otorga a todos es muy pequeño y no siempre se tiene una buena visibilidad y algunos no se pueden apreciar de una manera correspondiente. (Datos de observación)

De los 360 asociados el 41.19% representado 201 de las personas utilizan este nuevo servicio por que se ahorran tiempo una profesora nos comentó *“por mi trabajo no me queda tiempo ir al banco a realizar mis operaciones por lo cual me facilita a mi estos lugares ya que ellos tienen horario que uno puede visitar a cualquier hora, además los domingos trabajan”* (Doña Vanessa Orozco- Seudónimo, Entrevista 16 de Junio del 2014). y un 23.77% prefieren realizar sus transacciones en los agentes BANPRO porque pagan todos los servicios básicos un señor nos comentó *“sería mejor que se pudiera realizar todo lo que se hace en el banco en los agentes bancarios ya que no puedo cambiar cheque, ni retirar remesa”* (Don Mauricio Pérez- Seudónimo, Entrevista 18 de Junio del 2014). El 28.89% dijeron porque el acceso al lugar esta cerca de sus hogares.

Así como un 6.15% refiriendo otras variables como: horario adecuado, trabaja los Domingos. Otros no le satisface mucho ya que no pueden realizar todas sus operaciones.

Los problemas más frecuentes presentados son los del sistema ya que han tenido diferentes circunstancias en la cual ha generado conflicto y se han solucionado con respecto y educación.

Según la pregunta si el establecimiento bancario es seguro el 72.78% representado 262 personas considera que el establecimiento bancario si brinda seguridad. Como iniciativa de algunos establecimientos bancario la Pulpería Olga instalo sus propias oficinas para mayor seguridad del cliente ya que la separo de la venta. Igual que otros establecimientos.

El 27.22% representado 98 personas sus respuestas fueron que no es seguro. Una señora comento *“al establecimiento que visito cuando llego hacer una operación no me gusta ya que la hago frente a las demás personas porque no lo tiene en otro lugar”*. (Doña Perla Molina- Seudónimo, Entrevista 17 de Junio del 2014).

Infraestructura y condiciones del lugar

En los diez y ocho establecimientos que se visitaron se observó que el lugar donde se encuentra establecidos los Agentes BANPRO, el 30% no presentan las condiciones favorables ya que los negocios son grandes y con infraestructura muy pequeña no la adecuada para agregarle este nuevo servicio, el 70% de estos locales presentan buenas condiciones al ofrecer sus servicios en un lugar amplio y agradable, además estos establecimientos, están bien definidos ya que son lugares donde es muy concurrido y conocido por los usuarios, porque donde están ubicados son puntos clave para la ejecución de este servicio.

La cantidad de personas que visitan estos establecimientos varía según las fechas de pago, debido a que la transacción que tiene más demanda según los agentes es el pago de servicios básicos estos establecimientos realizan más transacciones a final de mes y como negocios de productos básicos tienen una clientela variada y constante, podría decirse que hay una buena afluencia de clientes que podrían utilizar los servicios del agente Banpro al enterarse de su existencia en ese negocio. Se observó que los establecimientos donde están ubicados son casas seguras, aunque los

lugares donde están ubicados los Agentes Banpro, no están respaldados por un agente de Seguridad (Datos de observación de los establecimientos bancarios)

Satisfacción de los clientes

Debido al punto de cada agente Banpro y la afluencia que este recibe el tiempo de cada transacción realizada por cada cliente Banpro varía.

Muchos clientes llegan y son atendidos por el agente y este tarda de 5 a 7 minutos como máximo en cada transacción

Un punto muy importante es con el monto de transacción ya que en algunos establecimientos si llegan depósitos que exceden el monto máximo de transacción el agente dividió el depósito en 2 o 3 transacciones y esa transacción quita más tiempo al cliente, pero es de ganancia para el agente ya que en cada transacción gana más.

Cabe recalcar que sucedió que en algunas transacciones el tiempo de atención fue de 15 minutos como 20 minutos máximo, esto fue debido a que el cliente hizo más de una transacción y esto está sujeto a decisión de cada agente de acuerdo al establecimiento si es ético hacer este tipo de transacciones por cliente, el banco debe revisar de forma minuciosa este tipo de estrategia utilizada por algunos agentes Banpro y decidir si es viable y si conveniente.

La mayor importancia y la estrategia especial del servicio de los agentes Banpro en estos puntos estratégicos es la de minimizar el tiempo y maximizar la afluencia de clientes Banpro, ahorrándoles tiempo en sus transacciones y evitar las grandes filas en el banco y la distancia que se encuentran de él. Así que el tiempo de atención debe de ser la prioridad.

En general de acuerdo a lo observado en las encuestas realizadas a los clientes y las entrevistas a los agentes

estos tienen un tiempo específico de atención por cada transacción y tiene una duración de 4 a 5 minutos en el 90% de los agentes Banpro.

Satisfacción del cliente al usar el servicio

De manera total, todos los agentes Banpro distribuidos en los diferentes puntos de la ciudad de Esteli cumplen con los estándares la atención y explicación del servicio a todos sus clientes en sus transacciones.

La mayoría de estos establecimientos son puntos estratégicos y esto ha llevado una mayor satisfacción a los habitantes y clientes de Banpro por el gran beneficio de poder hacer sus transacciones y pagos de servicios básicos como son el pago de agua, luz y depósitos.

La satisfacción de estos clientes es más que positiva y agradecida, lo cual evita la caminata de más de 1km hasta el centro de la ciudad muchas veces bajo el sol o el pago del transporte público que muchas veces resulta muy costoso y aún más evitar las inmensas largas filas de personas en la central es más que satisfactoria para ellos.

Se observó que los clientes se sienten con más seguridad, por lo que los Agentes Banpro se encuentran cerca de sus casas y en su mismo barrio y la seguridad de que están haciendo la transacción como que estuvieran en el banco pues esto ha ayudado a que el cliente vuelva a llegar al agente Banpro.

Según las encuestas realizadas como se refleja en la tabla uno de los principales problemas que tiene la población con los agentes BANPRO es no poder realizar todas

Se me capacito sobre el uso del sistema y el encargado siempre esta disponible para cualquier problema o falla del POS, pero en mi caso no e tenido ningún inconveniente con el servicio o el uso del sistema,

obteniendo satisfacción por parte de mis clientes. (Propietario Tienda 3D, entrevista 16 de Junio 2014).

Visita constate del capacitador y el manual de funciones (Karina Gallo, Pulperia Karina, entrevista 16 de Junio 2014.)

Tabla N°1: Problemas con los agentes BANPRO. Universo: 360 encuestas

Variables	Frecuencia	%
No pagar todos los servicios.	278	77.22%
Pago no correspondiente	20	5.56%
Mala atención	57	15.83%
Otros	5	1.39%
Total	360	100%

Fuentes: Datos primarios de la encuestas Junio 2014.

En resumen la personas contestaron que solo se le brinda una capacitación de la utilización del servicio no obstante los encargos de los agentes BANPRO se encuentra en constante seguimiento sobre problema que se presenta con lo mismo.

Los problemas más frecuentes presentados son los del sistema ya que han tenido diferentes circunstancias en la cual ha generado conflicto y se han solucionado con respeto y educación.

Entre los servicios ofrecidos por los agentes BANPRO el más utilizado por los usuarios es el pago de los servicios básicos como vemos reflejado en tabla con un porcentaje de 44.08% depósitos con un 21.93%. Una señora comento que *“Yo lo utilizo solo para pagar servicios básicos”* (Doña Juana Cruz-Seudónimo, Entrevista 12 de Junio del 2014). Entre lo menos que se encuentra es el pago de tarjeta con 6.58% y consulta de saldo con un 5.70%.

Tabla N°2. Servicios de los agentes BANPRO.**Universo: 360 encuestas**

Variables	Frecuencia	%
Pago de servicio	201	44.08%
Depósitos	100	21.93%
Tempo aire	99	21.71%
Pago de tarjeta	30	6.58%
Consulta de saldo	26	5.70%
Remesas	0	0%
Cambio de cheque.	0	0%

Fuentes: Datos primarios de la encuestas Junio 2014.

Lo que es remesas y cambio de cheque no lo realiza los agentes BANPRO. Según el Banco primero para las remesas necesita una configuración especial para la conexión además algunas agencias del extranjero trabaja con claves que le sería muy difícil trabajarla con loa agentes. Pero se encuentra en prueba piloto acerca de las remesas buscando una forma para que se pueda realizar. Con los cheques no se puede ya que para pagarlo necesita conocimientos básicos, que es fácil de capacitarlo pero no tiene un sistema para que los dueños de los agentes revisen si el cheque tiene fondo o no. Y además entre algunos problemas que se presenta con esta operación por lo que no se puede implementar con los agentes.

Las transacciones que se realizan en estos Agentes Banpro varían en algunos establecimientos se realizan de 4 a 5 transacciones por día aunque en otros establecimientos se dan de 30 a 35 transacciones por día esto se da porque existe mayor afluencia de clientes y puede influir el tiempo que tiene los agentes de prestar este nuevo servicio ya que no tienen el mismo tiempo. Dentro de los servicios de mayor demanda se encuentra el pago de servicios básicos y deposito, estos establecimientos son más visitados por personas que desean un servicio rápido.

Se observó que con la existencia de estos Agentes Banpro los dueños de los negocios le dan mayor publicidad a su establecimiento lo cual se puede decir

que es una estrategia que genera mayor demanda de clientes logrando el Banco una mayor satisfacción de clientes e incorporando a personas que quieren tener una mayor experiencia aunque trabajen por cuenta propia pero su representación es el banco y ellos mismos como Agentes Bancarios, por lo cual logran una mayor confiabilidad y respeto de parte de los usuarios. (Datos de observación en los establecimientos bancarios).

Estrategia actual de BANPRO para su Potencialización

Los diferentes dueños de establecimiento bancarios nos comentaron sobre el medio que utilizo el banco para que ellos se asociara fueron: *El banco es quien localiza el negocio mediante un promotor quien nos visitó y explico de lo que trataba el nuevo servicio y los requisitos que se requerían para ser un agente bancario, entre los más relevantes fue que contáramos con disponibilidad de dinero ya que cada transacción que se iba realizar se trabajaría con dinero propio, de igual manera que el negocio estuviese matriculado y fuese conocido y con mucho movimiento, después de cumplir con los requisitos se me crearon dos cuentas, y se me capacito sobre el uso del sistema y aunque no se me volvió a brindar más capacitaciones el encargado de los Agentes Banpro me visita constantemente para verificar no haya algún problema o fallas en el POS.* (Dueño de Ferretería Estelí, entrevista 17 de Junio del 2014).

El Banco realizo un sondeo de los establecimientos concurrido siendo claves para la ejecución de este servicio y se verificó si cumple los requisitos como son: negocio propio, capital disponible para realizar las transacciones ya que se trabaja con dinero propio, tener una edad aceptable para poder manejar correctamente la máquina, negocio estuviera matriculado y cumpliendo con los impuestos, se procedió a apertura una cuenta en el Banco, se brindaron las capacitaciones debidas.

En la tabla No.3 Según los resultados de las encuestas realizadas como la tabla lo refleja el 42.36% de las personas asociadas comenta que la mejor estrategia para dar a conocer el nuevo servicio de los agentes BANPRO es darle más publicidad por parte del Banco. Así como se comentó anteriormente algunas de las personas conocieron este servicio por los mismos dueños de los establecimientos.

Un 23.40% respondieron que deben de mejorar el sistema ya que se tarda en cargar algunas operaciones tanto para realizarla como para bajarla del sistema. Un 15.02% dijeron que es ampliar las opciones disponibles de operaciones pero anteriormente se dejó claro que no se puede porque algunas requieren de mayor supervisión y procesos para realizarla.

Tabla N°3. Estrategia que debería aplicar el Banco Universo: 360 encuestas.

VARIABLES	Frecuencia	%
Publicidad	172	42.36%
Mejorar el sistema	95	23.40%
Ampliar opciones de servicios	61	15.02%
Capacitación de atención al cliente	69	17.00%
Otros	9	2.22%

Fuentes: Datos primarios de la encuestas Junio 2014.

Un 17% dijeron que sería capacitar al personal que maneja este sistema. Pero el encargado de este servicio por parte del Banco comento “no se puede ya que sería un costo que el banco no lo tienen presupuestado, ya que a ellos solo se le capacita de cómo manejar el sistema” (Alcides Ramón Rivera Ruiz, Técnico BANPRO, Entrevista 12 de Junio del 2014). Un 2.22% de las personas dijeron otros como que necesitan de un lugar específico en la cual se ubica el área donde se va atender el servicio.

mi única estrategia para atraerlos es diciéndole cuando vienen hacer sus compras las ventajas que tienen de pagar en mi negocio y se sienten más cómodos, aunque he tenido el problema de que los Boucher de luz y teléfono no se me imprimen y se ha tenido que estar llamando al encargado de lo que son estos locales y él tiene llamar a las sucursales para que se imprima el reporte.

Análisis FODA servicio del Agente BANPRO

En base a la información anterior se realizó un análisis a los agentes BANPRO para identificar las principales fortalezas, debilidades y así mismo detectar las posibles oportunidades y enfrentar las amenazas para su desarrollo.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Cartera de cliente amplia. • Producto fiable y disponible. • Producto de última tecnología de atención al cliente. • Más punto de atención a los clientes. • Mayor horario de atención al cliente ajustando por el establecimiento. • Fácil uso del sistema para realizar las operaciones en los agentes BANPRO. • Seguimiento y resolución de los problemas que se presenta al realizar algunas operaciones (Servicios básicos). • La mayoría de los propietarios tiene un alto nivel académico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cobertura en otros nichos de mercados. • Demanda creciente del mercado. • BANPRO provee del material de publicidad necesario al establecimiento. • Credibilidad en la institución financiera. • Beneficio económico obtenido a través del Banco. • Facilidad en el otorgamiento de productos y servicios para los dueños de los agentes bancarios (otorgamiento préstamo).

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Espacio reducido para atender la demanda. • Falta de capacitaciones del Banco para mejorar la atención a los clientes en estos establecimientos. • Competencia de otros establecimientos. • Problemas que se pueda presentar al realizar pago de servicios públicos. • Reimpresión de voucher. • Mejorar la utilización de medios publicitarios masivos para atraer nuevos cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de nuevos Agentes BANPRO. • Los agentes están limitados con algunas operaciones que se realizan. • Mantener estándares de calidad en la atención de clientes en estos establecimientos. • El negocio se expone a robos al ver que hay bastante influencia por parte de los clientes a realizar operaciones.

Planteamiento MECA del Agente BANPRO

Para empezar a precisar la estrategia se suele responder al análisis DAFO con las aplicaciones MECA, lo que nos sirve de orientación estratégica:

Mantener las Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> • Concientizar en el uso de productos que sustituya el manejo de efectivo. • Seguir transformando los Producto de tecnología de atención al cliente. • Mejorar la experiencia del cliente con un trato correcto, profesional y amable. • Diseñar más sistema fácil para el uso adecuado del usuario. • Responder a los problemas de la misma manera a la que se ha ido solucionado. • Tecnificar más a los propietarios de estos establecimientos con seminario no solo de atención de clientes.
Explorar oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Crear y mejorar la estrategia de agrupamiento, según la cual las organizaciones se establecen en las cercanías de sus competidores para aprovechar la propagación de los conocimientos. • Diseñar un plan de publicidad estándar para todos los agentes BANPRO. • Para explotar la credibilidad hay que tener mayor contacto con el cliente para que este conozco y se acuerde al momento de utilizar el servicio. permitiendo mejorar la interacción conociendo sus necesidades para poder ofrecerle la solución. • Como agente bancario hacer uso de las facilidades que pueda tener con el banco para desarrollar más su negocio.
Corregir las Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un modelo de ventanilla o cubículo para estos establecimientos • Diseñar un plan de incentivos para los agentes BANPRO para mejorar la competitividad y estos se esmere para ampliar su cobertura de atención. • Mejorar el sistema para prevenir los problemas que actualmente presenta estos agentes BANPRO. • Permitir la reimpresión de voucher.
Afrontar las Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer normas de seguridad que resguarde la seguridad de los clientes y del propio establecimiento.

Líneas estratégicas para mejorar las estrategias empresariales actuales del servicio Agente BANPRO.

Después de haber establecido el análisis FODA, la estrategia que se propone se basa en la redacción de sus debilidades para mejorar las formas de las estrategias actuales ya usada en el nuevo servicio del banco Agente BANPRO.

Línea N° 1: Diseño de Publicidad

Línea N° 2: Capacitación a los propietarios de los negocios

Línea N° 3: Condicionamiento de la ubicación del agente BANPRO

CONCLUSIONES

Al finalizar el presente estudio investigativo en la institución financiera BANPRO, nuestro objetivo fue determinar el efecto de las estrategias empresariales de los Agentes BANPRO, para la propuesta de estrategias en mejora de la satisfacción de los clientes. En base a esto se concluye:

La principal estrategia que utilizaron fue localizar puntos claves donde se encuentran ubicados los Agentes Bancarios, son establecimientos muy reconocidos y con mucha afluencia de clientes, además de esto ampliarse en el mercado y a la vez brindarle un mejor servicio a sus clientes al facilitarle los pagos y dando mas accesibilidad a los usuarios.

Se valoro las ventajas y desventajas de los Agentes Bancarios con respecto a la satisfacción de los clientes, siendo la principal ventaja que ofrecen una variedad de transacciones que los clientes pueden realizar cuando lleguen hacer sus compras y cualquier día. Como principal desventaja es la publicidad, no es reconocido por toda la población y la población no esta

bien informado de su uso por lo que muestran un poco de inseguridad y prefieren seguir haciendo sus pagos en la sucursal.

Y por ultimo se definieron unas propuestas para mejorar este servicio, y se destacan mejorar la publicidad de este nuevo servicio, para mayor confiabilidad, asistencia y satisfacción de los usuarios.

RECOMENDACIONES

A fin de que la presente investigación sea de gran utilidad para los Agentes BANPRO, población, Banco, la Facultad Regional Multidisciplinaria, en base a lo planteado en este estudio y la problemática de los efectos del nuevo servicio que ofrece BANPRO, se les recomienda:

A los agentes BANPRO, Establecer este servicio en un lugar específico dentro del mismo local para una mejor ubicación y comodidad. Hacer sentir al cliente seguro y confiable en cada transacción que realice al momento de usar este servicio. Brindar publicidad a cada cliente nuevo que se presente al establecimiento. Así mismo en la utilización del POS, si presenta algunos problemas dar respuesta sin hacer esperar mucho al cliente.

A la población en general, Cada vez que visiten un Agente Banpro deben estar seguros y confiables de que la transacción que realicen es segura. Que hagan uso de este nuevo servicio ya que el banco lo ha implementado con el fin de que los usuarios se les haga más fácil realizar sus transacciones, lo cual les ahorra tiempo y menos costo.

A BANPRO, al momento de ubicar a los Agentes Bancarios verificar estos no estén tan cerca de otros ya que estos causa competitividad y la demanda o asistencia de los clientes es poca. Así mismo establecer nuevas formas de publicidad para que el usuario tenga más conocimiento sobre el uso de este nuevo servicio.

A la Facultad Regional Multidisciplinaria, que siga creando profesionales de alta calidad, motivándolos a realizar trabajos investigativos innovadores que les ayude en la obtención de conocimientos para su formación profesional.

BIBLIOGRAFIA

Blandón García, Sergio (2008). Legislación bancaria y Financiera de la república de Nicaragua. 1ª ed. Managua, Nicaragua. Grupo Editorial Acento. Pág. 3. Fecha de consulta: 13/04/14

Chiavenato. (2002). Editorial tercera edición por McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A., Bogotá, Colombia (consultor), Administración. Proceso Administrativo. Tercera edición, pág. 116.

Stoner. J. Freeman. E. Gilbert. D. (1996). Administración 6ª. Ed. Editorial: PRENTICE HALL HISPANOAMERICANA, S.A. México. Pág. 296.

Schiffman. L. Kanuk. L. (2005). Comportamiento del consumidor. Área: Marketing. 8ta. Edición. Editorial: PEARSON EDUCACION, México. Pág. 14.

Proceso de aceptación que experimentan padres y madres de hijos homosexuales ante el conocimiento de la orientación sexual

Frankling Solís Zúñiga¹

RESUMEN

La experiencia de investigación que aquí se presenta está orientada al desarrollo de los procesos familiares ante el conocimiento de la orientación sexual de los hijos, específicamente se concentró en el proceso de aceptación que experimentan padres y madres de hijos homosexuales, tomando como muestra dos casos de familias. El estudio se llevó a cabo en la ciudad de Estelí, durante el periodo 2009-2010, con el propósito de aproximarse a la comprensión del proceso de aceptación que experimentan padres y madres de hijos homosexuales ante el conocimiento de la orientación sexual.

Se realizó a partir de un enfoque metodológico cualitativo, exploratorio y de corte transversal, aplicando la metodología del estudio de casos. Las técnicas aplicadas para la recolección de la información fueron: la entrevista en profundidad, la observación directa y el cuestionario. La información obtenida se analizó en función de los objetivos formulados y según su naturaleza cualitativa, haciendo uso de diferentes procedimientos de análisis. La misma fue organizada por ejes temáticos cuyos análisis fueron sustentados con los relatos de los y las informantes. Los resultados más relevantes indican que la percepción intrafamiliar y social de los padres y madres respecto a la homosexualidad de sus hijos, está influenciada por mitos, prejuicios y estereotipos. Así como también, por las diferentes formas en las que la sociedad manifiesta la hostilidad del entorno hacia las personas de la diversidad. Las vivencias personales de los padres y madres durante el proceso de aceptación, llevan consigo reacciones que van desde el shock emocional inicial, hasta la reorganización familiar, que constituye el tercer proceso para llegar a la aceptación plena y el apoyo incondicional. Como parte de las vivencias del proceso, también existen preocupaciones y temores los cuales son producto de una realidad cultural compartida por ambas familias y sobre todo de la interiorización que los padres y madres hacen del estigma asociado a la homosexualidad. Se identificaron cinco recursos y/o estrategias utilizadas por los padres y madres como formas de afrontamiento durante el proceso de aceptación, las cuales en su mayoría contribuyeron a facilitar el proceso. Finalmente se concluye que la aceptación y el apoyo familiar son muy importantes para la salud y el bienestar de las personas diversas en orientación sexual.

Palabras clave: Proceso de aceptación, orientación sexual, homosexualidad, procesos familiares, homofobia social, apoyo familiar.

¹ Egresado de la Maestría: Psicología, atención personalizada y desarrollo comunitario. Psicólogo-Docente. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí. Email: franksolis23@yahoo.com

Acceptance Process Experienced by Parents of Gay Children to the Acknowledgement of their Sexual Orientation

Frankling Solís Zúñiga

ABSTRACT

The research experience presented hereby is focused on the development of family proceedings in the knowledge of the sexual orientation of children, specifically focused on the acceptance process experienced by parents of gay children, taking as sample two family cases. The study was conducted in the city of Estelí, during the period 2009-2010, in order to approach the understanding of the process of acceptance experienced by parents of gay children to the knowledge of their sexual orientation. It was made from a qualitative, exploratory methodological approach and cross-section attention, using the methodology of case study. The techniques used for data collection were: in-depth interviews, direct observation and the questionnaire. The data were analyzed in terms of the stated objectives and according to their qualitative nature, using different methods of analysis. Information was organized by themes and analyzes were supported with the accounts of male and female respondents.

The most relevant results indicate that family and social perception of parents regarding their children's homosexuality is influenced by myths, prejudices and stereotypes. Equally, it is influenced by the different ways in which society expresses environment hostility toward people of such diversity. The personal experiences of parents during the acceptance process carry reactions ranging from initial emotional shock to family reorganization, which is the third process to reach full acceptance and unconditional support. As part of the experiences of the process, there are also concerns and fears which are the product of a cultural reality shared by both families, and especially the internalization that parents make of the stigma attached to homosexuality. Five resources and / or strategies used by parents as a way of coping during the acceptance process were identified, which largely contributed to facilitate the process. Finally, it is concluded that the acceptance and family support are very important to the health and welfare of diverse people regarding sexual orientation.

Keywords: sexual orientation, homosexuality, family processes, social homophobia, family support.

INTRODUCCIÓN

La familia se le conoce como la célula básica de la sociedad, la cual está formada por un grupo de personas que generalmente tienen un parentesco, un vínculo de sangre, vínculo afectivo, cuyas funciones básicas no ha cambiado mucho a lo largo de la historia. La familia sigue jugando un papel muy importante tanto como para el desarrollo de las personas que en ella se forman, como para la vida en sociedad. A nivel social, la familia es una agencia de sociabilización y protección de las personas y a nivel personal es una fuente de nutrición afectiva y de valores. (Lacayo y Tenorio, 2005). Por norma los padres y madres son las personas de relación más importantes para sus hijos/as, a quienes proporcionan la seguridad necesaria para afrontar situaciones difíciles. La aceptación de la orientación sexual es una de estas situaciones. Cada vez más, los/as jóvenes hacen pública su homosexualidad en casa y, además, a edades más tempranas. Frecuentemente comentan a sus padres y madres sus sentimientos sin haber aceptado todavía su orientación sexual.

Debido a la cultura homofóbica que existe en Nicaragua, en la mayoría de los casos la noticia suele ser un shock para la familia. Ante esto, Marengo (2010), plantea: dada la condición de homofobia que caracteriza a la gran mayoría de los y las nicaragüenses, resulta terriblemente desconcertante y vergonzoso para un padre conocer que su hijo tiene una orientación sexual diferente. Asimismo, hace mención en que la homosexualidad es vista como una debilidad o una enfermedad, que ninguna familia se siente orgullosa de cargar y que este tipo de pensamiento lo que hace es que el proceso de aceptación ante la inclinación sexual de sus hijos, sea doloroso y en algunos casos estresante.

Según la Asociación Familias por la diversidad (2008), muchos padres y madres consideran que sus hijos/as necesitan ayuda psicológica porque deben curarse. No obstante, se debe tener claro que los

sentimientos no se curan porque no son nunca una enfermedad y que en estos casos, la ayuda profesional debería asumirse para que ésta contribuya a la autoaceptación personal. Por su parte, la Asociación de Madres y Padres de Gays, Lesbianas, Bisexuales y Transexuales (AMPGYL), (2007), considera que los padres y madres pueden colaborar a este proceso admitiendo que sus hijos/as deben desarrollarse en armonía con sus sentimientos, sus pensamientos y sus intereses y, además, acompañándolos con amor, independientemente del desarrollo “normal” o “divergente”, hetero u homosexual. Sin embargo, esto se dice fácilmente, pero en realidad, es un proceso difícil y muchas veces doloroso.

Los estudios realizados acerca de los procesos que atraviesan las familias ante el conocimiento de la homosexualidad de un hijo o de una hija, demuestran que las reacciones no son siempre las mismas en todas las familias y los progenitores, ante esta situación, cada uno responde de un modo particular. En este sentido, la sexóloga Rinna Riesenfeld, autora del libro *Mamá, papá, soy gay* (2000), explica que los padres saben que existe gente homosexual, pero nunca se esperan que dentro de su familia la historia aparezca. Además, expresa que esta situación puede pasar en cualquier hogar ya que una de cada diez personas en el mundo nace con esta preferencia sexual. Según esta autora, no hay una forma única de reaccionar ante la noticia de que un hijo o hija es gay, sino que cada persona responde de modo particular, aunque en ocasiones no sea de la mejor manera.

La Licenciada Samira Montiel, abogada de la procuraduría para la defensa de los derechos humanos de la diversidad sexual de Nicaragua (2010), manifiesta que generalmente los padres tienen como primera reacción la negación, una vez que pasa la primera impresión lamentablemente reaccionan la mayoría con violencia, golpeándolo/a, puede ser que en un momento determinado lo echen de la casa”. También explica que no todas las reacciones son

iguales, la reacción varía en cada una de los casos; tiene que ver con las particularidades de cada identidad sexual.

En un estudio internacional dirigido por Ryan (2009), se demuestra cómo las reacciones de los padres y madres afectan a sus hijos/as Lesbianas, Gay, Bisexuales y Transexuales (LGBT), que las familias, los padres y los padres adoptivos, pueden ejercer un impacto dramático en los/as niños/as LGBT. También, se descubrió que la aceptación familiar promueve el bienestar y ayuda a proteger a los/as jóvenes LGBT contra los riesgos; por el contrario, el rechazo familiar tiene un grave impacto en el riesgo de que un joven homosexual o transgénero, tenga problemas de salud física y mental.

Según datos de un estudio nacional realizado en el año 2010, por el grupo estratégico por los derechos humanos de la diversidad sexual (GEDDS), en Nicaragua, la mitad de las personas de la diversidad sexual sufren discriminación y violencia en el seno de su propia familia, debido a su identidad sexual; esta violencia y discriminación es expresada de manera física, psicológica y sexual. Tal situación es directamente proporcional al grado de visibilidad de la identidad sexual. Ante esta realidad una parte de las personas de la diversidad sexual se ven obligadas a abandonar sus hogares para poder vivir y expresar libremente su identidad sexual. En igual sentido, el estudio revela que dos de cada cinco personas de la diversidad sexual no son aceptadas en el seno familiar por sus hermanos/as, madre y/o padre, y que en la familia, la “aceptación” es un proceso que acostumbra a iniciar con la negación, el odio, y en la mayoría de los casos avanza hasta una situación de “aceptación” mientras no se hable del caso y se invisibilice. Es decir, la identidad sexual condiciona las relaciones familiares, y por tanto, el desarrollo personal se ve afectado.

El estudio también demuestra que no hay apertura a los temas de derechos humanos y diversidad sexual

en el sistema educativo y que las autoridades escolares tienen una actitud homo-lesbotransfóbica. Por tanto, manifiesta la importancia de trabajar para cambiar actitudes a través de la educación, con el fin de reducir la discriminación y la exclusión social.

Considerando lo anterior, el trabajo de investigación que aquí se presenta, es el resultado de la experiencia particular de dos familias que fueron seleccionadas para realizar el estudio de casos. Dicho estudio contiene información relevante acerca del proceso de aceptación que experimentan padres y madres de hijos homosexuales, pretendiendo ofrecer una pequeña aportación a esta línea de investigación emergente. Se realizó con el objetivo de aproximarse a la comprensión del proceso de aceptación que experimentan padres y madres de hijos homosexuales ante el conocimiento de la orientación sexual. Cabe señalar, que la elección de estas familias no ha sido arbitraria, todo lo contrario, responde a la necesidad de comprender sus procesos familiares, logrando con ello sensibilizar a la sociedad en general acerca de la importancia de la aceptación y el apoyo familiar para la salud y el bienestar de las personas diversas en orientación sexual.

Este estudio proporcionará a los padres y madres y sociedad en general, información veraz sobre la homosexualidad, logrando con ello que los padres y madres conozcan los procesos familiares a los que muchas familias se han visto abocadas debido principalmente al desconocimiento de la realidad sobre la homosexualidad. En este sentido, el estudio enfatiza la necesidad que existe en la sociedad de dar atención a las necesidades de muchas familias, principalmente para aquellas, que por factores tanto sociales como personales se les hace difícil afrontar adecuadamente el proceso de aceptación de la orientación sexual dentro del seno familiar. Asimismo, se espera que sus resultados sirvan de base para que las instituciones que trabajan en pro de la defensa de los derechos humanos de las personas de la diversidad sexual,

puedan gestionar la organización de una asociación de padres, madres y familiares cercanos de jóvenes diversos sexualmente; dentro de la cual se ofrezca información y se trabajen estrategias constructivas de actuación para superar el miedo, la vergüenza, la culpa y la violencia que han experimentado dentro del núcleo familiar y de esta manera evitar males posteriores en los/as hijos/as, así como también puedan hacerle frente a la homofobia social.

MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio está planteado como una investigación básicamente cualitativa de corte transversal. La metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Taylor y Bogdan, 1992). A su vez, este estudio cumple las características de un estudio exploratorio. Según Sampieri (2003), los estudios exploratorios se efectúan normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. En este sentido, se encontró que en nuestro contexto, no existen estudios referidos a esta temática.

Se trata de un estudio de casos centrado en las experiencias particulares de dos familias, el cual fue basado desde una perspectiva etnográfica donde se elaboraron historias de vida a través de la entrevista en profundidad, lo que permitió enfocarse en un caso concreto e identificar los procesos familiares que intervienen en él. Los/as participantes con los cuales se realizó el estudio conformaron una muestra por conveniencia de 2 casos de familias; identificadas como caso A y caso B, por razones de garantizar la confidencialidad de los y las participantes. Se tomaron como informantes a miembros representativos de ambas familias; en el caso de la familia A, se entrevistó a la madre e hijo, en la familia B, solamente se pudo acceder al hijo. El proceso de selección de

los/as participantes se realizó mediante el muestreo no probabilístico, modalidad intencional u opinático, ya que no todos los padres y madres tenían la misma posibilidad de ser seleccionados para formar parte del estudio, por lo que se eligió a aquellos padres y madres que estuvieran dispuestos/as a ser entrevistados/as, tomando en cuenta los siguientes criterios de selección:

- Padres y/o madres con hijos homosexuales.
- Padres y/o madres que tienen conocimiento de la orientación sexual de sus hijos y que mantienen una relación cercana con ellos.
- Padres y/o madres con cierto nivel de aceptación de la homosexualidad de sus hijos, es decir, padres y/o madres que ya habían superado de cierto modo el proceso de aceptación de la homosexualidad de sus hijos.

Las técnicas aplicadas en el presente estudio fueron: La entrevista no estructurada de tipo en profundidad (enfocada), la observación directa no estructurada y el cuestionario o entrevista estructurada. Con anterioridad al primer encuentro con los/as participantes, se elaboraron las guías de entrevista que sirvieron para ordenar las temáticas de análisis, las cuales se desarrollaron en cuatro apartados, asimismo, fueron estudiadas para evitar su consulta directa en el transcurso de la conversación. A través de la entrevista en profundidad se elaboraron historias de vida que recogen la narración de las experiencias vividas por los/as informantes y expresadas con sus propias palabras. Esta es una técnica cualitativa de carácter descriptivo en la que el relato del informante adquiere la mayor importancia.

La guía de observación sirvió para registrar información relevante acerca de acontecimientos relacionados a los procesos familiares vivenciados por los participantes y que de alguna manera, reflejan aspectos referidos a la aceptación familiar. También sirvió para interpretar algunas conductas y actitudes al momento de ser entrevistados que podían enriquecer

el análisis de resultados. Para ello se diseñó una guía que contenía diversos aspectos a observar. El cuestionario fue aplicado a una muestra de expertos nacionales, los que fueron seleccionados tomando en cuenta su amplia experiencia en el campo de la diversidad sexual. Dicha muestra estuvo conformada por una psicóloga/sexóloga y tres actores clave de instituciones que trabajan la temática de la diversidad sexual en Nicaragua. Este cuestionario constaba de diez preguntas las cuales estaban referidas a aspectos de interés para el objeto que se estudia. Se aplicó con el objetivo de obtener información complementaria por parte de expertos y actores clave, para comprender el proceso de aceptación que experimentan los padres y madres ante el conocimiento de la orientación sexual de sus hijos/as. Cabe destacar que la información obtenida se utilizó como fuente documental.

Una vez obtenidos los datos, en primer lugar se hizo una transcripción fiel de las entrevistas grabadas, posteriormente se hizo una lectura y relectura de las transcripciones y notas de campo, a partir de las cuales se procedió a la redacción del conjunto de datos. La información obtenida fue analizada en base a un sistema de categorías de análisis previamente establecido de acuerdo a los objetivos formulados y por medio del análisis de contenido. Los datos obtenidos fueron ingresados al software de datos cualitativos ATLAS-ti, el cual es una herramienta informática cuyo objetivo es facilitar el análisis cualitativo de, principalmente, grandes volúmenes de datos textuales. En el se realizaron análisis textuales y análisis conceptuales; con este método se trabajó sistemáticamente a través de cada transcripción, asignando códigos a las características específicas dentro del texto. Varias de las citas textuales se incluyeron en el texto, sustentando de esta manera el análisis de los resultados.

Con el objetivo de dar mayor confiabilidad al estudio, también se hizo uso del principio de la triangulación para verificar si los datos obtenidos

a través de las diferentes fuentes de información guardan relación o discrepan entre sí. En este sentido, se iba realizando un análisis comparativo de los relatos de cada uno de los informantes y posteriormente fueron interpretados. Los resultados se organizaron por ejes temáticos según los objetivos y fueron contrastados con la teoría, para luego extraer las respectivas conclusiones.

RESULTADOS

Percepción intrafamiliar y social de los padres y madres respecto a la orientación homosexual de sus hijos.

El análisis de la información obtenida en este estudio permite decir que los padres e hijos tienen conocimiento respecto a la homosexualidad, no obstante, sus construcciones de la realidad están basadas en aspectos socioculturales, creencias personales, que sin duda alguna influyen en sus formas de concebir la homosexualidad. En este sentido, los padres y madres consciente o inconscientemente siempre buscan una explicación sobre la causa de la orientación sexual de sus hijos, atribuyendo la misma a creencias erróneas, mitos, prejuicios y estereotipos, cuestión que puede considerarse normal como parte del proceso.

“Con respecto a mis primeras manifestaciones homosexuales al principio ellos le tomaban como gracioso, ellos decían: “él es así porque es el mimado, porque mucho lo han mimado”, entonces mi familia así lo tomaba cuando yo era chiquito”.

(Manifiesta el joven del caso B)

“A veces he escuchado en la mayoría de los casos de las personas que tienen esa atracción hacia personas de su mismo sexo es de que ellos dicen que es porque han sido violados y entonces fue el caso de mi hijo dentro del hogar, él dijo que fue abusado por su mismo padrastro y entonces ese fue el problema que se dio”.

“Yo pienso que eso es su manera de sentir, su manera de pensar, él es atraído hacia personas de su mismo sexo y por lo tanto yo pienso que debemos de ser respetuosos en ese sentido”. (Expresa la madre del caso A)

Por otro lado, Aunque en la experiencia de vida de estas dos familias no se reflejan vivencias de rechazo, lo manifestado por los/las informantes deja comprobado el daño psicológico que puede ocasionar la no aceptación y el rechazo familiar en las personas homosexuales. Ante esta situación la madre del caso A expresó:

“Aceptar que nosotros tenemos esos hijos y ellos tienen esa atracción y nosotros debemos de apoyarlos y ayudarlos más bien a que ellos no se sientan discriminados, sino que se sientan que también ellos son acogidos por su familia principalmente que es el apoyo que ellos necesitan más, el apoyo familiar para ellos poder salir adelante porque muchas veces ellos pueden sentirse frustrados al ver que su familia los desprecia, se sienten vacíos, se sienten solos”.

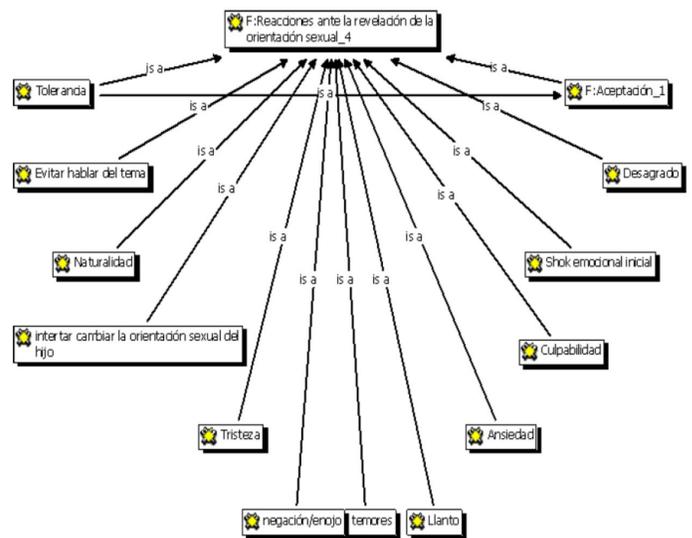
“A los padres se les debería ayudar en explicarles, por ejemplo, ¿qué es la homosexualidad? Que no es que el hijo es un ser de otro planeta, que simplemente la diferencia es sexual, pero que sus hijos son los mismos, lo único diferente es su comportamiento sexual, de ahí el resto es igual, entonces ahí es donde necesitan ellos que se les explique de qué se les está hablando, para que se den cuenta que no es el fin del mundo, no es para tirarlos a la calle, no es para que se les diga: “no sos mi hijo” “no sos mi hija”. (Hijo del caso A)

“Mi mayor temor cuando uno se sale del closet y lo afronta con la familia, que la familia es a la última que uno confronta, era que me corrieran de la casa, con tantas experiencias que he oído de chavalos que son gay y que los corren de su casa y los dejan a la intemperie, ese era mi gran temor”. (Joven del caso B)

Vivencias personales de padres y madres durante el proceso de aceptación de la orientación homosexual de sus hijos.

Ante el conocimiento de la homosexualidad de los hijos, los padres y madres pueden reaccionar de diferentes maneras. El gráfico que se presenta a continuación (Figura 1) permite visualizar de manera general las principales reacciones experimentadas por los padres y madres durante el proceso de aceptación de la homosexualidad de sus hijos, en base al sistema de análisis realizado en Atlas.ti. Como puede apreciarse, se encontraron 13 categorías (positivas y negativas) asociadas a las reacciones de los padres y madres.

Figura 1. Reacciones de los padres/madres ante el conocimiento de la homosexualidad de sus hijos.



“Yo lo tomé de manera natural porque yo pensé: “si es así pues de hecho él sigue siendo mi hijo, eso no me lo va a arrebatar de mi lado porque yo tengo que aceptarlo tal y como es él”. (Madre del caso A)

“Pensé yo que quien lo iba a tomar de la peor forma era mi papá y de la mejor forma mi mamá. Mi papá me dijo: “hijo eso yo ya lo sabía hace mucho tiempo

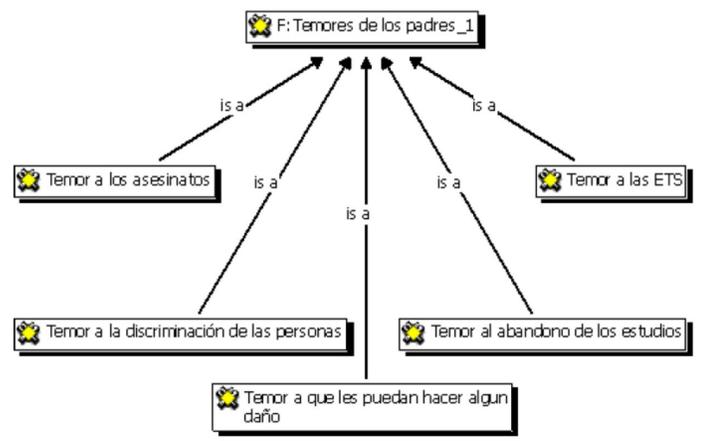
atrás que vos eras gay, y yo te quiero y te acepto a como sos, solo por el hecho de que vos seas gay no va a cambiar lo que siento por vos”. “Mi mamá si lloró, paso dos o tres días que no me quería hablar, pero ya después se le pasó lo aceptó...”
 (Joven del caso B)

mayores temores que a ellos les dan y que hablamos con mi mamá, entonces mi mamá siempre me dice: “cuando salgas cuidate ve con quien vas con quién andas”.
 (Joven del caso B)

Como parte de estas vivencias del proceso, también existen preocupaciones y temores:

Entre los principales temores de los padres y madres se encontraron 5 categorías asociadas: temor a los asesinatos, temor a la discriminación de las personas (homofobia social), temor a los daños que les puedan hacer, temor a que el hijo abandone los estudios y temor a las enfermedades de transmisión sexual.

Figura 2. Principales temores de los padres/madres respecto a la homosexualidad de sus hijos.

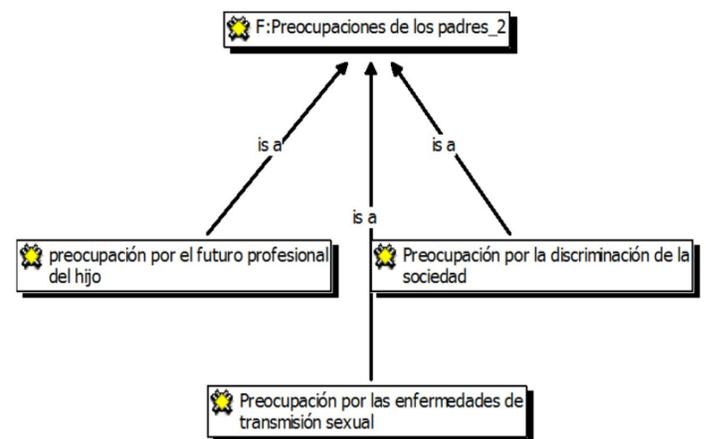


....” entonces a veces ese es el temor de que uno puede sentir, de que alguien me lo discrimine o alguien vaya a querérmele hacer daño, porque como le digo no todos tenemos la misma ideología”.
 (Madre del caso A)

...”entonces me dice mi mamá: “lo que más me duele es que vos tengas que vivir con esto que tengas que vivir insultos, mi temor es que te vayan a hacer algo que te vayan a golpear a herir”, ese es uno de los

En relación con los temores de los padres y madres también se encontraron 3 preocupaciones bastante sentidas por estos: Les preocupa la discriminación de la sociedad, el futuro profesional del hijo y las enfermedades de transmisión sexual.

Figura 3. Preocupaciones más sentidas por los padres/madres ante la homosexualidad de sus hijos.

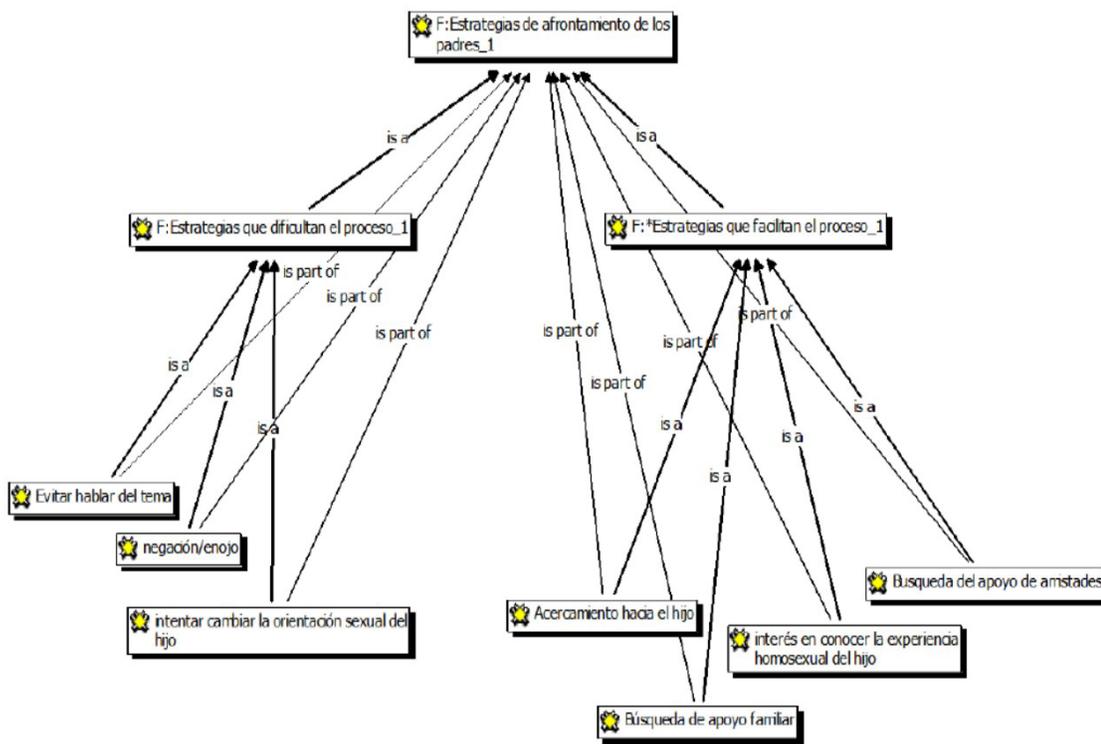


“Mi mayor preocupación ha sido la forma como la sociedad los discrimina, eso sí porque en el transcurso de vida que yo tengo, que tengo 51 años, he visto siempre los atropellos y las barbaridades que les hacen a las personas que tienen ese problema, que se interesan por las personas de su mismo sexo, entonces miramos que hay muchos que llegan hasta asesinarlos y hacerles todas esas cosas”.
 (Madre del caso A).

Recursos y/o estrategias utilizadas por los padres y madres durante el proceso de aceptación de la orientación homosexual de sus hijos.

Durante el proceso de aceptación, los padres recurrieron a realizar acciones por si mismos para afrontar la situación, las cuales en su mayoría contribuyeron a facilitar el desarrollo de sus procesos familiares.

En el gráfico que se muestra a continuación (Figura 4) se reflejan las principales estrategias de afrontamiento utilizadas por los padres. Dichas estrategias se clasificaron en estrategias que facilitan el proceso y estrategias que dificultan el proceso.



“simplemente de que yo quería saber realmente, cuál era su manera de pensar, si era verdad de que el sentía atracción hacia las personas de su mismo sexo, entonces simplemente eso pues y conversar con él y darle mi apoyo porque como madre eso era lo que yo pensaba, apoyarle porque a veces los padres cometen esos errores de que a veces al hijo lo discriminan y entonces muchos terminan a veces hasta quitándose

la vida porque sienten que son rechazados hasta por su propia familia”.
(Madre del Caso A)

Al día siguiente hablamos del tema y ella me dijo de que: “Me quería igual que nada cambiaba porque igual soy su hijo y que eso no iba a cambiar las cosas”. Y creo que lo asimiló con madurez, no me corrió de la casa, nada de eso, simplemente lo aceptó de inmediato, considero que ella ya lo sabía, pero así como yo sentía que lo sabía y como conocía que tipo de madre era, yo sabía que no iba a haber rechazo, porque así como los padres nos conocen a nosotros, uno también conoce a sus padres.
(Hijo del caso A)

Mi mamá si lloró, paso dos o tres días que no me quería hablar, pero ya después se le pasó lo aceptó y yo desde ese entonces desde que ya les dije a ellos sentí un gran alivio porque mi mamá siempre me decía: ¿cuándo vas a tener novia? y a veces me ponía yo así: tengo que decirles porque yo no voy a tener novia nunca.
(Joven del caso B)

DISCUSIÓN

El objetivo de este estudio era aproximarse a la comprensión del proceso de aceptación que experimentan padres y madres de hijos homosexuales ante el conocimiento de la orientación sexual. Los resultados permiten comprobar que existe conocimiento acerca de lo que implica la homosexualidad, sin embargo, la percepción intrafamiliar y social de los padres y madres respecto a la homosexualidad de sus hijos, está influenciada por mitos, prejuicios y estereotipos. Así como también, por las diferentes formas en las que la sociedad manifiesta la hostilidad del entorno hacia las personas de la diversidad, situación que genera temores y preocupaciones en los padres y madres. Esta situación se ve reflejada en ambos casos al atribuir la causa de la homosexualidad a las experiencias de abuso sexual en la historia de vida de los jóvenes homosexuales y a la sobreprotección durante la crianza de los mismos.

En igual sentido, lo manifestado por los/las informantes deja comprobado las consecuencias que puede ocasionar la no aceptación y el rechazo familiar en la salud mental de las personas homosexuales. Lo cual es coherente con los descubrimientos del estudio de Ryan (2009), en el que se demuestra que las reacciones de los padres y madres afectan a sus hijos/as LGBT, y que la aceptación familiar promueve el bienestar y ayuda a proteger a estos jóvenes contra los riesgos; por el contrario, el rechazo familiar tiene un grave impacto en el riesgo de que un joven homosexual o transgénero, tenga problemas de salud física y mental. Esto viene a confirmar la importancia del apoyo familiar, la ayuda profesional y la necesidad de que en Nicaragua, existan grupos alternativos de apoyo para padres, madres y familiares cercanos de personas LGTB. Así lo demuestra lo expresado por los informantes clave y expertos al consultarles sus apreciaciones sobre la implementación de algunas estrategias de actuación para afrontar adecuadamente el proceso.

Los estudios realizados acerca de los procesos que atraviesan las familias ante el conocimiento de la homosexualidad de un hijo o de una hija, demuestran que las reacciones no son siempre las mismas en todas las familias y los progenitores, ante esta situación, cada uno responde de un modo particular. Los resultados encontrados en este estudio, también son indicativos de que ante el conocimiento de la homosexualidad de los hijos, los padres y madres pueden reaccionar de diferentes maneras; encontrándose que las vivencias personales durante el proceso de aceptación, llevan consigo reacciones que van desde el shock emocional inicial; donde se da una mezcla de emociones y sentimientos tales como la negación, enojo, desagrado, resentimiento, tristeza y culpabilidad, hasta la reorganización familiar; que constituye el tercer proceso para llegar a la aceptación plena y el apoyo incondicional.

Estos datos también son coherentes con los planteamientos de Riesenfeld, (2000), quien explica que los padres saben que existe gente homosexual, pero nunca se esperan que dentro de su familia la historia aparezca. Según esta autora, no hay una forma única de reaccionar ante la noticia de que un hijo o hija es gay, sino que cada persona responde haciendo su mejor esfuerzo, aunque en ocasiones no sea de la mejor manera. Por su parte, Montiel (2010), también manifiesta que generalmente los padres tienen como primera reacción la negación y que no todas las reacciones son iguales, la reacción varía en cada una de los casos; tiene que ver con las particularidades de cada identidad sexual.

Como parte de estas vivencias del proceso, también existen preocupaciones y temores los cuales son producto de una realidad cultural compartida por ambas familias y sobre todo de la interiorización que los padres y madres hacen del estigma asociado a la homosexualidad. En este sentido, las preocupaciones y temores más sentidos por los padres y madres giran en torno a la discriminación de la sociedad, a

las enfermedades de transmisión sexual y al futuro profesional del hijo. Ante esto, podría decirse que quizás a los padres y madres lo que les preocupa tanto, no es que sus hijos sean homosexuales, sino la creencia de que por ello, están mucho más expuestos a ser víctima de las injusticias de la sociedad homofóbica en la que les ha tocado vivir; por tanto, les angustia el hecho de que el hijo pueda ser asesinado, que pueda contraer alguna enfermedad de transmisión sexual, en especial el VIH/SIDA, así como también les preocupa su futuro profesional.

Al respecto, Marengo (2010), confirma, que dada la condición de homofobia que caracteriza a la gran mayoría de los y las nicaragüenses, resulta terriblemente desconcertante y vergonzoso para un padre conocer que su hijo tiene una orientación sexual diferente. Asimismo, hace mención en que la homosexualidad es vista como una debilidad o una enfermedad, que ninguna familia se siente orgullosa de cargar y que este tipo de pensamiento lo que hace es que el proceso de aceptación ante la inclinación sexual de sus hijos, sea doloroso y en algunos casos estresante.

En el estudio también se reflejan algunas formas de afrontamiento a las cuales recurrieron los padres y madres. Para efectos de análisis, estas se consideraron como estrategias y/o recursos que facilitaron el proceso y estrategias y/o recursos que dificultaron el proceso. Entre las estrategias y/o recursos que facilitaron el proceso se destacan: el acercamiento hacia el hijo, el interés en conocer la experiencia homosexual del hijo, la búsqueda del apoyo de familiares y amistades. Cabe mencionar que estas estrategias se visualizan en ambos casos. En lo que se refiere a las estrategias y/o recursos que dificultaron el proceso únicamente se encontraron las siguientes: Evitar hablar del tema, esto en el caso de la madre del joven de la familia B, y el intento por parte del padre del joven de la familia A de querer cambiar la orientación sexual de su hijo al llevarlo a experimentar con mujeres trabajadoras sexuales.

En relación a las formas de afrontamiento de los padres y madres conviene aclarar que estas no pueden generalizarse, pues ello depende de factores socioculturales y no tanto de que si es el padre o la madre, si bien, la madre es la primera en darse cuenta, dada la mayor proximidad cotidiana que tiene con los hijos tal y como se da en algunas familias y en el caso de la madre de la familia A. Cabe mencionar que lo referido a las formas de afrontamiento es confirmado por los expertos entrevistados y sustentado por los/as informantes.

Por otra parte, llama la atención que según datos de un estudio nacional realizado en el año 2010, por el grupo estratégico por los derechos humanos de la diversidad sexual (GEDDS), en Nicaragua, dos de cada cinco personas de la diversidad sexual no son aceptadas en el seno familiar, por sus hermanos/as, madre y/o padre, y en la familia, la “aceptación” es un proceso que acostumbra a iniciar con la negación, el odio, y en la mayoría de los casos avanza hasta una situación de “aceptación” mientras no se hable del caso y se invisibilice.

Si analizamos los resultados de este estudio, el punto de vista de los/as expertos entrevistados y la literatura consultada, vemos que la aceptación de la homosexualidad de un hijo lleva su tiempo, es parte de un proceso, pues no siempre los padres y madres lo comprenden y aceptan de inmediato. Sin embargo, en los casos estudiados lo expresado por los/as informantes demuestra lo contrario: aceptación inmediata; esto podría atribuirse al hecho de que estos padres y madres ya tenían conocimiento de la situación desde antes que los hijos les confirmaran su preferencia sexual, ante lo cual se deduce que desde entonces lo venían asimilando, lo que pudo haber influido positivamente facilitando el proceso, además, del tiempo transcurrido desde el momento de la revelación. Aun así, lo cierto es que la aceptación con normalidad, raras veces ocurre en las familias nicaragüenses por las influencias socioculturales antes mencionadas.

En este sentido, si bien es cierto, se encontraron actitudes favorables que indican aceptación, se podría decir que estas se derivan del amor que los padres y madres sienten por sus hijos, situación que pudo haber evitado el rechazo y la incompreensión dentro del seno familiar, a diferencia de otras familias. Algunas de estas actitudes también se evidenciaron en la observación.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos permiten concluir que al menos en este estudio, la percepción intrafamiliar de los padres y madres respecto a la orientación homosexual de sus hijos, se encuentra asociada a creencias personales que han sido influenciadas por factores socioculturales característicos del contexto, los cuales convierten sus formas de pensar en mitos, prejuicios y estereotipos en lo que a la naturaleza de la homosexualidad se refiere. Por su parte, la percepción social de los padres e hijos, está ligada a las diferentes formas en las que la sociedad manifiesta la hostilidad del entorno hacia las personas de la diversidad sexual.

Las vivencias personales de los padres y madres durante el proceso de aceptación, lleva consigo reacciones que van desde el shock emocional inicial, hasta la reorganización familiar, que constituye el tercer proceso para llegar a la aceptación plena y el apoyo incondicional. Ante esto cabe destacar que cada progenitor/ra responde de manera particular y que las reacciones no son siempre las mismas en todos los casos. En este sentido, los casos reflejan una aceptación inmediata, cuestión que no siempre ocurre en las familias y menos en las familias pertenecientes a culturas homofóbicas como la nicaragüense. Sin embargo, se reflejan actitudes favorables de los padres/madres hacia los hijos en ambas familias que indican la presencia del apoyo y unidad familiar y por consiguiente cierto grado de aceptación. Es importante mencionar que en la medida que la sociedad en general y sobre todo los padres y madres se vayan informando, se derribarán prejuicios y habrá mayor aceptación para las personas homosexuales.

Como parte de las vivencias de este proceso de aceptación, también existen preocupaciones y temores los cuales son producto de una realidad cultural compartida por ambas familias y sobre todo de la interiorización que los padres y madres hacen del estigma asociado a la homosexualidad. Las preocupaciones y temores más sentidos por los padres y madres giran en torno a la discriminación de la sociedad, a las enfermedades de transmisión sexual y al futuro profesional del hijo.

Se identificaron cinco recursos y/o estrategias utilizadas por los padres y madres como formas de afrontamiento durante el proceso de aceptación, las cuales se clasificaron como recursos y/o estrategias que facilitaron el proceso y recursos y/o estrategias que dificultaron el proceso. Cabe destacar, que en su mayoría, estas estrategias contribuyeron a facilitar el desarrollo de sus procesos familiares. Por último, se comprueba que la aceptación y el apoyo familiar son muy importantes para la salud y el bienestar de las personas diversas en orientación sexual.

En base a los hallazgos de este estudio se cree necesario la realización de otros estudios que amplíen y los resultados aquí informados. En este sentido, se sugieren las siguientes líneas de avance:

Estudiar las explicaciones y justificaciones de los comportamientos o las opiniones homófobas que realizan los nicaragüenses, teniendo en cuenta cada contexto. Desde ahí, proponer propuestas de formación, de creación de opinión pública o de opinión científica, que permitan desmontar las creencias, las falsedades, sobre las que se sustentan buena parte de los comportamientos de exclusión.

Se considera necesario realizar un estudio específico acerca de los efectos del rechazo familiar en los/as jóvenes diversos sexualmente y en género, a fin de visibilizar el daño psicológico que esta situación les ocasiona, logrando con ello sensibilizar a la sociedad en general y reflejar la necesidad de realizar un trabajo integral a nivel familiar.

Sería sumamente importante que las instituciones que trabajan en pro de la diversidad sexual, retomaran los resultados de este estudio, ampliando el mismo a un número mayor de casos, en los cuales se incluya a toda la diversidad sexual (gay, lesbianas, bisexuales y transexuales), con el fin de poder profundizar y generalizar a partir de los casos estudiados y con ello valorar la posibilidad de formar un grupo de apoyo para padres y madres con hijos/as homosexuales, donde se trabajen estrategias de actuación conjuntamente con los padres, hijos/as y familiares cercanos, y de esta manera luchar por la erradicación de la homofobia social.

Como una futura línea de trabajo de continuidad, también sería importante elaborar recomendaciones para las familias con miembros diversos sexualmente, principalmente para aquellos padres y madres que se encuentran en proceso de aceptación de la orientación sexual de sus hijos/as, así como también a los propios jóvenes que están en proceso de aceptación de su identidad sexual y que temen el rechazo de sus familiares y sociedad en general.

“El camino para bregar con una sociedad homofóbica nace en el hogar que estando consciente, informado y preparado para enfrentarla, será menos tortuoso y complicado para todos” “Educar a la sociedad comienza por educar a la familia”.
Marenco (2010).

RECONOCIMIENTOS

El autor que presenta esta comunicación intervino como facilitador de esta experiencia, bajo la dirección y colaboración del profesorado de la Maestría: Psicología, atención personalizada y desarrollo comunitario. En este sentido, quiero expresar mi gratitud para todo el profesorado, en particular para mis directoras de tesis: Dra. Lourdes Molina y Dra. Pepi Soto, por su asesoría, ánimos y paciencia.

Al Lic. Bruno Ferreira. Psicólogo-Sexólogo-Investigador del Centro de Estudios de Género y Diversidad Sexual de Uruguay, a la presidenta de la Asociación Familias por la Diversidad de padres y madres con hijos e hijas homosexuales de Andalucía: Isabel Martínez. A la Asociación de Madres y Padres de Gays, Lesbianas, Bisexuales y Transexuales de Cataluña (AMPGYL). Quienes a través de su conocimiento y experiencia, me brindaron orientaciones de manera generosa para enriquecer el estudio, por haberme transmitido su pasión por el tema de la diversidad sexual.

A la Dra. Marcia Castillo Sequeira y a la Maestra Beverly Castillo, por sus valiosos aportes para mi estudio.

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación de Madres y Padres de Gays, Lesbianas, Bisexuales y Transexuales (AMPGYL) (2007), 25 Respuestas frecuentes. Consultado el 23 de junio 2009. Artículo disponible en línea en: http://www.ampgyl.org/index.php?option=com_content&view=article&id=42&Itemid=20&lang=es
- Familias por la diversidad (2008), Qué hacer cuando un hijo o una hija nos dice “mamá, papá, soy gay”; “papá, mamá, soy lesbiana”, Guía para padres y madres, Edita: Familias por la diversidad. La Asociación andaluza de madres y padres con hijas e hijos, homosexuales, bisexuales y transgénero. Disponible en línea en: http://www.familiasporladiversidad.es/files/objetos/guia_para_padres_y_madres.pdf
- Gutiérrez. N (2010, mayo 31), Comunicación vía email sobre “Desarrollo de los procesos familiares ante el conocimiento de la orientación sexual de los hijos/as”. (Entrevista realizada por Franklin Solís). Managua, Nicaragua.
- Grupo estratégico por los derechos humanos de la diversidad sexual (2010). Una mirada a la diversidad sexual en Nicaragua. 1ra ed. Managua-Nicaragua. 84 Págs. Consultado el 10 de Julio 2010 en el sitio web: <http://www.prevensida.org.ni>: http://www.prevensida.org.ni/index.php?option=com_

- k2&view=item&id=108:una-mirada-a-la-diversidad-sexual-en-nicaragua&Itemid=4
- Hernández Sampieri. R (2003). Metodología de la Investigación. Tercera edición. Editorial Mc Graw Hill Interamericana México.705 Págs.
- Lacayo, M. A. Tenorio, L. (2005). Educación en población y de la sexualidad (modalidad no formal) en Guía educativa para promotores y promotoras juveniles. 1ª. Ed. Managua: Secretaria de la Juventud de la Presidencia de la República (75-80 págs.).
- Marengo, A. (2010, mayo 5), Comunicación vía email sobre “Desarrollo de los procesos familiares ante el conocimiento de la orientación sexual de los hijos/as”. (Entrevista realizada por Franklin Solís) Managua, Nicaragua.
- Montiel S. (2010, junio 10), Comunicación vía email sobre “Desarrollo de los procesos familiares ante el conocimiento de la orientación sexual de los hijos/as”. (Entrevista realizada por Franklin Solís) Managua, Nicaragua.
- Riesenfeld, R. (2000). Papá, Mamá, soy gay: Una guía para comprender las orientaciones y preferencias sexuales de los hijos. Primera Edición. Edit. Grijalbo. México D.F. (16-17 págs.).
- Ryan, C. (2009), Niños saludables con el apoyo familiar. Ayuda para familias con hijos e hijas lesbianas, gays, bisexuales y transgénero. Proyecto en Familia, San Francisco State University. Blog de información para padres y madres de LGTB. Consultado el 25 de mayo 2010 en el sitio web: <http://familiadiversidad.wordpress.com/2010/04/21/ninos-saludables-con-el-apoyo-familiar/>
- Taylor y Bodgan (1992). Introducción a los Métodos Cualitativos de investigación. Buenos Aires: Paidós.

Del feminismo post colonial al dialógico. Implicaciones para construir una cultura de paz

Beverly Estela Castillo Herrera¹

Mayela Josefina Vílchez²

RESUMEN

La cultura de paz en positivo está relacionada con la práctica de valores de amor, respeto, tolerancia, honestidad y equidad. No se puede ejercer paz en positivo cuando existe injusticia, cuando se carece de condiciones básicas para el desarrollo personal, cuando son “otras voces” las que se consideran poseedoras del conocimiento absoluto. Esta investigación, de carácter documental-descriptivo, intenta demostrar la vinculación entre la problemática de género, vista como una construcción social, donde confluyen la cultura, y las relaciones de poder, y los esfuerzos realizados en nuestro continente por alcanzar la cultura de paz. Se realiza una interpretación crítica del feminismo, su devenir histórico desde la época postcolonial, hasta su concreción actual en el llamado “feminismo dialógico”; y la relación con el discurso y la paz. El feminismo dialógico es una propuesta que estimula el diálogo, la inclusión y el entendimiento para fortalecer la cultura de paz. Nicaragua es testimonio.

Palabras clave: feminismo postcolonial y dialógico, discurso, cultura de paz.

¹ Candidata a doctora en Ciencias Sociales por la Universidad del Zulia. Maestría en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Docente titular de la UNAN-Managua, FAREM-Estelí. Correo Electrónico: beverly.castillo@yahoo.com.

² Universidad de Zulia. Correo electrónico: mayelavilchez@gmail.com

From Post-Colonial to Dialogic Feminism. Implications for Building a Culture of Peace

Beverly Estela Castillo Herrera
Mayela Josefina Vílchez

ABSTRACT

A positive culture of peace is related to practicing values of love, respect, tolerance, honesty and equality. Positive peace cannot be practiced when there is injustice, when basic conditions for personal development are lacking, when “other voices” consider themselves the owners of absolute knowledge. This documentary-descriptive research attempts to demonstrate the link between gender issues, viewed as a social construction, where culture, power relations and the efforts made on our continent to achieve a culture of peace converge. A critical interpretation of feminism is carried out from its historical development in the postcolonial era to its current concretization in so-called “dialogic feminism” and its relationship with discourse and peace. Dialogic feminism is a proposal that encourages dialogue, inclusion and understanding to strengthen the culture of peace; Nicaragua testifies to this process.

Keywords: postcolonial feminism, dialogic feminism, discourse, culture of peace.

INTRODUCCIÓN

Durante mucho tiempo las mujeres del tercer mundo han visto callar sus voces por los discursos colonialistas alienantes, encasillados en descripciones universales de identidades signadas como víctimas arquetípicas. Hoy el feminismo en los países del “tercer mundo” tiene mucho que decir porque existe una multiplicidad de voces. Este trabajo se estructura en tres partes, la primera se refiere a la representación de las mujeres del “tercer mundo” en el discurso feminista colonial, la segunda parte se enfoca en las expresiones feministas en América Latina en el siglo XXI, ¿cómo se están produciendo procesos de reflexión y descolonización identitaria desde las sujetas oprimidas e invisibles para establecer una cultura de paz en positivo?, y ¿cómo el feminismo dialógico contribuye a unir la diversidad de voces del feminismo latinoamericano?. La tercera parte ejemplifica la experiencia de Nicaragua y la promoción de la cultura de paz al aplicar políticas públicas con enfoque de género. La base metodológica de la investigación es documental-descriptiva.

Planteamiento e interpretación conceptual

En el contexto socio-político, económico y cultural de una nación, resulta un tanto difícil escribir en torno al feminismo, su filosofía, interpretación, aplicación y alcances, si quien escribe, tan solo toma la pluma y aborda el tema aislándolo de la paz y la cultura de paz, como si no fuesen éstos los escenarios en donde tiene cabida la interpretación y actuación de lo que es el feminismo en toda su extensión. En ellos se vivencia, juzga y valora el feminismo como tal; pues son la paz y la cultura de paz, dos términos ligados entre sí, que por su naturaleza no se pueden desvincular del ser y actuar del individuo a nivel personal, familiar y social.

El investigador y politólogo noruego Johan Galtung es uno de los autores que más ha contribuido a la

conceptualización de la “paz verdadera”, la paz definida en sentido positivo, como un estado a nivel social o personal, en el cual se encuentran en equilibrio y estabilidad las partes de una unidad, y en sentido negativo, como ausencia de inquietud, violencia o guerra. Se habla también de paz social como entendimiento y buenas relaciones entre los grupos, clases o estamentos sociales dentro de un país. En el plano individual, la paz designa un estado interior, exento de cólera, odio y de sentimientos negativos. Expresa el fin de una guerra o ausencia de violencia.

Para Naciones Unidas, el término “cultura de paz”, se define como un conjunto de valores, actitudes, comportamientos y estilos de vida que rechazan la violencia y previenen los conflictos atacando a sus raíces a través del diálogo y la negociación entre los individuos, los grupos y los estados¹.

Partiendo de su significación y representatividad, la paz y la cultura de paz, considerando la forma en que se viva e interprete, son conceptos que pueden ser elementos de desarrollo en igualdad de oportunidades con equidad y respeto a los derechos humanos; o por el contrario, pueden generar atraso al reproducir los esquemas de exclusión, y concibiendo como normal, los procesos que perpetúan desigualdades y violencia. Esto pudiera ocurrir porque la cultura de paz se construye, se vive y se expresa. Se construye con la asunción y práctica de valores y de principios de amor, respeto, tolerancia, honestidad y con el ejemplo; se vive en las relaciones armónicas e interpersonales a nivel personal, familiar, laboral y social; y se expresa en las buenas acciones, obras y la convivencia con respeto y tolerancia.

Martínez y Mirón (2000,128) señalan:

No puede haber paz mientras todas las personas no puedan expresar y llevar a cabo sus aspiraciones en un mundo libre e igualitario. No puede haber

¹ Esta definición fue aprobada por las Naciones Unidas el 13 de septiembre de 1999. Disponible en : http://www.fund-culturadepaz.org/spa/DOCUMENTOS/InformeMundial_CulturadePaz_2001-10.pdf

paz mientras se oprima y se impida el desarrollo pleno de la mitad de la humanidad, las mujeres. No se puede vivir la paz en positivo cuando existe injusticia, cuando se carece de condiciones básicas para el desarrollo personal, o cuando son “otros” quienes se consideran poseedores de la verdad. Esto les ha sucedido a las mujeres de los países del “tercer mundo”, cuando sus voces han sido apagadas por relaciones de dominación en una sociedad patriarcal, y también por “otras voces” que se creen poseedoras del conocimiento absoluto.

El feminismo postcolonialista

En el contexto postcolonialista resulta difícil hablar de cultura de paz vista desde la óptica de las mujeres de la época. No se puede hablar de cultura de paz si en nuestra sociedad se piensa y trata a la mujer en los mismos términos en que lo hacen las feministas de occidente; tal como lo expresa Talpade (2008,5), “El feminismo postcolonialista visibiliza la concepción universal que le han asignado las feministas occidentales como mujeres del tercer mundo”.

Es ilustrativo este párrafo:

Esta mujer promedio del tercer mundo lleva una vida esencialmente truncada debido a su género femenino y su pertenencia al tercer mundo (léase ignorante, pobre, sin educación, limitada por las tradiciones, doméstica, restringida a la familia, víctima, etc.). Esto, sugiero, contrasta con la auto representación (implícita) de la mujer occidental como educada, moderna, en control de su cuerpo y su sexualidad y con la libertad de tomar decisiones (idem).

En este artículo el postcolonialismo² se remite a la propuesta epistemológica de descolonizar el conocimiento y evidenciar como los sujetos sociales

construidos “como los otros” por el imperio colonial se convierten en una forma de colonialismo discursivo por cuanto han pretendido construir una realidad que promueve la superioridad. (Suarez y Hernández, 2008).

Mignolo (2010,15) afirma:

El vuelco des-colonial es un proyecto dedesprendimientoepistémico en la esfera de lo social (también en el ámbito académico, por cierto, que es una dimensión de lo social), mientras que la crítica post-colonial y la teoría crítica son proyectos de transformación que operan y operaron básicamente en la academia Europea y Estadounidense. De la academia desde la academia.

Al respecto, las feministas postcolonialistas como la vietnamita Trinh T. Minh-ha, y las indias Chandra Mohanty, Sara Suleri y Gayatri Spivak, han evidenciado que el colonialismo discursivo proveniente de la academia europea y norteamericana, describen a la mujer promedio del tercer mundo como víctima, limitada al espacio doméstico, pobre, ignorante, religiosa, atada a la tradición, y subyugada a la cultura machista, representada por el hombre. Mientras la académica se ubicaba en el lado opuesto, reafirmandose como la “otra mujer diferente”, la imagen a alcanzar y que es construida en otros contextos y en base a imaginarios diferentes.

Lo más impactante de este discurso es que lo han reproducido muchas académicas y funcionarias, quienes desde sus espacios de poder (léase universidades, centros de investigación, organismos y agencias de desarrollo) se han autonombrado “voceras” de estas mujeres, interpretando sus realidades con base a sus propias concepciones del mundo y además les imponen estas formas de interpretar la realidad.

² La acepción epistémica del postcolonialismo se relaciona con las teorías postcoloniales que surgen en los años ochenta en Inglaterra y los Estados Unidos. Mignolo (2010) considera: “Colonialidad y descolonialidad introducen una fractura entre la postmodernidad y la postcolonialidad como proyectos a medio camino entre el pensamiento postmoderno francés de Michel Foucault, Jacques Lacan y Jacques Derrida y quienes se reconocen como la base del canon postcolonial: Edward Said, Gayatri Spivak y Hommi Bhabba” (p.14). Y en Latinoamérica con: Walter Mignolo (Argentina) y Silvia Rivera Cusicanqui (Bolivia).

Spivak (2010,176) afirma:

Los intentos de construir la «Mujer del Tercer Mundo» como significante nos recuerdan que la definición hegemónica de literatura está de por sí atrapada en la historia del imperialismo. [...] una ideología extranjera establecida como Verdad única y un conjunto de ciencias humanas ocupadas en instituir al «nativo» como otro que consolida al sí-mismo.

Talpade (2008), precisa algunas limitantes metodológicas producidas por este discurso occidental que usan el término mujeres como categoría de análisis para encontrar casos de grupos de mujeres “sin poder” y concluir que las mujeres como grupo no tienen poder. Se define a la mujer como víctima arquetípica, y a toda sociedad en dos grupos, los que detentan el poder (hombres) y las que carecen de poder (mujeres). También se asume que hombres y mujeres se constituyen como sujetos político-sexuales antes de su entrada al escenario de las relaciones sociales. El origen del estatus socioeconómico de la mujer es arrogarse que son sujetos político-sexuales antes de entrar en la familia, son efecto de las estructuras familiares; y son construidas, definidas, dentro y por el grupo.

Francesca Gargallo (2006,4), expresa su desacuerdo con las feministas occidentales porque estos discursos mediatizan la lucha feminista en Latinoamérica:

[...] ese tipo de mediatizadoras que, en el momento necesario, pueden convertirse en sus represoras. Con el agravante que las expertas de género se afirman en la escena política en un momento agresivo del capitalismo financiero imperialista que globaliza su derecho a la ganancia.

A pesar de ello, muchas mujeres de colonias populares, campesinas, e indígenas desarrollan su propia lucha cotidiana por la equidad, por los derechos humanos y contra la violencia, sin estar mediatizadas por

fundaciones, organismos o la academia; porque el efecto de este discurso colonialista provoca que muchas se nieguen a llamarse feministas, y hasta llegan a rechazar este movimiento.

Hernández (2008), preocupada por esta interpretación del feminismo occidental, destaca tres reflexiones metodológicas de los feminismos postcoloniales y que son pertinentes de considerar en la práctica. Confrontar los discursos universalizantes de algunos feminismos académicos porque se traducen en prácticas políticas excluyentes.

Considerar la cultura como un proceso histórico para evitar los esencialismos culturales, que en nombre de la igualdad de género se niega el derecho a la equidad, pero también evitar el relativismo cultural que en nombre del derecho a la diferencia justifica la exclusión y marginación femenina. Es importante reconocer que las luchas locales están insertas en procesos globales capitalistas, por ello se deben contrarrestar los discursos globales que tratan de convencer que justicia significa venganza, democracia, autoritarismo; que guerra significa preámbulo de paz, que libertad significa sumisión.

Feminismos en el Siglo XXI en Latinoamérica

Latinoamérica a fines del siglo XX y principios del Siglo XXI muestra una diversidad de movimientos de mujeres, como resultado de la amplia participación política y social que han tenido las mujeres en etapas anteriores, pero sobre todo son los sectores marginales que se pronuncian por las secuelas del colonialismo, neoliberalismo y la cultura de depredación.

Estos movimientos han surgido en respuesta al feminismo occidental; pues como lo analiza y expresa Carosio (2011,15):

El pensamiento feminista desde las mujeres ha llamado la atención sobre la diferencia, cuestionando lo que se constituye como diferencia

y cómo lo diferente se equipara como lo periférico, lo deficiente –frente a lo universal y lo central, conformándose así relaciones asimétricas de poder. Frente a la idea de un sujeto político-moderno las feministas latinoamericanas van descolonizando identidades y produciendo reflexiones desde las sujetas oprimidas e invisibles. Así tienen lugar los feminismos afrodescendientes, indígenas, populares, comunitarios, entre otros.

La primera década del XXI encuentra a los movimientos feministas con fuertes debates internos entre sus integrantes y que se ha visibilizado en los encuentros feministas. Se reconocen tendencias cuya principal diferencia está en su comprensión de la democracia.

Montaño y Sanz (2009,93) explican:

Por un lado están las llamadas “autónomas”, de escasa presencia pero con significativo impacto en el debate, enfrentadas a sectores más amplios del feminismo, que expresan distintas herencias ideológicas y políticas y buscan la transformación a través de la incidencia y las alianzas con los partidos políticos y las instituciones del Estado.

Independientemente de estas corrientes lo importante es la contribución que se realiza desde diferentes espacios, y con diversas iniciativas que van construyendo un feminismo propio, basado en las especificidades históricas, socio-culturales y políticas de esta región. Además, existe una agenda pendiente de reclamos insatisfechos, lo cual puede generar sinergias para los feminismos y para otros movimientos sociales, especialmente porque convergen en la lucha por los derechos humanos y la construcción de la cultura de paz en positivo, basada en un mundo más justo e igualitario, que respete el medio ambiente y los contextos culturales diversos.

El feminismo dialógico: pluralidad de voces

Todas las corrientes feministas latinoamericanas demuestran la no existencia de un único feminismo;

más bien es un movimiento de movimientos que a veces dialoga, se enfrenta o se ignora su existencia. Para unir esta pluralidad de voces ha surgido una propuesta que aboga por incluir a todas las mujeres en el debate feminista y constituir un movimiento que tenga en cuenta todos los léxicos.

Benhabid (2011) afirma que el discurso feminista contemporáneo está fuertemente polarizado, por un lado por la preocupación liberal sobre la igualdad y los derechos de las mujeres en contextos multiculturales y son acusadas de eurocentristas e insensibles frente a otras culturas, y por otro lado los teóricos multiculturales de ambos géneros que son acusados de relativismo cultural, defensa del patriarcado y poner en peligro los derechos de las mujeres para preservar la pluralidad de tradiciones. En su obral as reivindicaciones de la cultura (2006) aboga por dialogo multicultural complejo para crear espacios multiculturales discursivo-deliberativo compatibles con los principios de reciprocidad igualitaria, autoadscripción voluntaria y libertad de salida y asociación.

El feminismo dialógico es propuesto por la Dra. Lidia Puigvert Pallart y tiene su base teórica-metodológica en las teorías de aprendizaje dialógico de Jurgen Habermas (1987) sobre la acción comunicativa y de Paulo Freire (1994, 2005), ambos asumen que el sujeto mediante el diálogo es capaz del entendimiento y de trabajar para transformar los contextos y las relaciones. Uno de los conceptos básicos del feminismo dialógico es la igualdad de las diferencias, estimulando la acción coordinada sin discriminación por edad, clase social y raza, para alcanzar los derechos de la mujer. Según Puigvert (2006, 134):

El planteamiento central del feminismo dialógico está en defender una radicalización de los procesos democráticos para elaborar entre todas una teoría que permita una sola definición de la feminidad, no entendida como homogeneizadora, sino que sea inclusiva, dinámica e igualadora de todas las voces. Es decir, que tenga presente las diferencias

de género en lugar de fomentar su desaparición y que sea sensible al contexto en lugar de indiferente a las situaciones.

Lardone (2006) propone la mediación teórica feminista dialógica como síntesis cultural que se daría simultáneamente con la investigación temática -cuantitativa y cualitativa-, para superar las acciones opuestas, emprendidas por los discursos opresores. Iría más allá de la inducción, porque trata de la fuerza del discurso feminista como acto creador con “otra” visión de mundo distinta a la que se impone. Esta propuesta sustenta lo dialógico en realidades a conocer y propone el método científico y las ciencias como forma de explicación, la metodología comunicativa con la investigación para facilitar el debate de las ideas, y el seguimiento y control de los resultados como utilidad social. Es dialogar para reformular la concepción masculina del mundo, e instalar las construcciones feministas en el imaginario colectivo.

Para avanzar en una cultura de paz con equidad de género es imprescindible el entendimiento humano y solidario que permita contribuir a deconstruir la relación patriarcal entre géneros, y se concrete con políticas públicas y programas que motiven el trabajo conjunto de mujeres y hombres.

Nicaragua: Cultura de paz, políticas públicas y género

En el año 2007 asume el Gobierno de Nicaragua el presidente Daniel Ortega Saavedra. Desde su campaña en 2006 se ha definido como el gobierno de Unidad y Reconciliación Nacional (GRUN). La propuesta del gobierno para el período 2007-2012 es el Modelo del Poder Ciudadano. En este modelo se está trabajando para impulsar en la sociedad valores basados en la fe, la confianza, la familia, la comunidad, en valores cristianos, socialistas y solidarios, en una cultura de paz en positivo. El valor de la palabra como compromiso,

acción y voluntad de cumplimiento.

El enfoque de género implementado por el Gobierno de Nicaragua está relacionado con la ejecución de políticas públicas enfocadas en la equidad entre hombres y mujeres, como una práctica de derecho humano y justicia social que va encaminada a lograr la igualdad de género.

El concepto de equidad de género significa incorporar acciones que compensen las ventajas históricas que han tenido los hombres sobre las mujeres, se pretende restituir los derechos de las mujeres mediante tres tipos de acciones: 1) Diseño y aprobación de leyes; 2) Empoderamiento político; 3) Empoderamiento económico y social. Del 2007 al 2012 se han aprobado diversas leyes que pretenden restituir los derechos de las mujeres en materia económica, social y laboral como: Ley de responsabilidad paterna y materna, ley del Código Penal (Ley 641), Ley de Igualdad y Derechos de Oportunidades (Ley 648), Ley creadora del Fondo para la Compra de Tierra con Equidad de Género, Ley de Protección a la Familia de Partos Múltiples, Ley Integral contra la Violencia hacia la Mujer (Ley 779) y reformas a la Ley Electoral y la Ley de Municipios (dispone que el 50% de candidatos a diputados, Parlamento Centroamericano y dirección de 153 gobiernos municipales sean mujeres).

Algunos resultados de estas leyes se reflejan en los indicadores de participación de las mujeres en cargos de elección popular³. “El 4 de noviembre del 2012 se eligieron alcaldes y vice alcaldes en los 153 municipios del país, de ellos el 50%son mujeres alcaldesas y el otro 50%son alcaldes hombres. Para cumplir con la equidad, las alcaldesas tienen como vicealcalde a un hombre y viceversa” (GRUN, 2012a).

En la Asamblea Nacional la representación de la mujer pasó de 20.6% en el período 2007-2011 a 39% en 2012. La Junta Directiva de la Asamblea está representada por 4 mujeres diputadas (57%) del total

³ En Noviembre del 2011 se ratifica a Daniel Ortega Saavedra como presidente para un nuevo período 2012-2016, y esto significa continuidad a la política promovida por su Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN).

de 7 miembros. En las entidades estatales se promueve la participación en el 50% de los cargos públicos, así de los 12 Ministerios, 6 lo dirigen mujeres. (GRUN, 2012b, p. 92).

En 2012, el Foro Económico Mundial (2012) publicó su informe anual sobre la Brecha de Género –una medición cuantitativa de la equidad de género a nivel de país, y los resultados fueron exitosos para Nicaragua, que fue el único país en Latinoamérica ubicado entre los 10 mejores, muy por encima de los Estados Unidos, que ocupa el sitio 22.

Clancy (2012, 13 Diciembre) asevera:

De los 135 países en dicho informe, Nicaragua se encuentra en la posición número 5 en el mundo en cuanto a la igualdad de género en la dimensión de empoderamiento político una ponderación combinada del porcentaje de mujeres en la asamblea (donde Nicaragua goza del 40%) y cargos ministeriales (en la cual Nicaragua cuenta con más del 50%). Esta clasificación fue gran parte en función a la legislación aprobada en mayo de 2012, la cual requiere que el 50% de los candidatos de los partidos políticos sean mujeres.

Consideraciones finales

En definitiva, podemos afirmar que en el discurso feminista de la época colonial, la mujer era representada como un ser doméstico, que respondía a los estereotipos de la sociedad machista colonizadora. Es indudable que la discriminación de género es quizás una de las formas primarias de dominación humana. Este artículo evidencia la necesidad de revelar el derecho que tienen las mujeres de Latinoamérica, más allá de los encasillamientos y confrontaciones del discurso colonial feminista, para desentrañar sus propias concepciones y formas de interpretar la realidad.

La posición crítica del postcolonialismo ha evidenciado la importancia de desarrollar un feminismo desde los países del Sur, considerando su propio desarrollo histórico, recuperando las voces que han sido apagadas

por un discurso hegemónico, rescatando el compromiso por la transformación social, y desarrollando un feminismo inclusivo donde tengan cabida diferentes razas, clases, sexualidades emergentes, y juventudes, desde el anti neoliberalismo y la promoción de una economía para la vida.

La experiencia de lucha feminista en Latinoamérica de fines del siglo XX y principios del siglo XXI refleja una amplia participación política y social, y una diversidad de movimientos con diferentes intereses y demandas, como reflejo de las limitantes estructurales de los sistemas colonialistas y neoliberales. Compartimos el enfoque del feminismo dialógico que plantea una posición inclusiva, de igualdad en la diferencia, y de sumar voces y experiencias. Este feminismo constituye una propuesta política necesaria para la acción porque surge de las interacciones sociales, del diálogo, del consenso, del respeto a las diferencias y de la convergencia.

La paz no se logra solamente con la no violencia, sino con acciones en las que se valore y se dé a la mujer espacios de participación en igualdad por tanto, una sociedad comprometida con la cultura de paz requiere trabajar para que exista acceso a la educación, salud, justicia social, equidad de género, derechos humanos, entre otros. Consideramos que la interpretación y actuación de la problemática feminista es un contexto necesario para dimensionar el concepto de paz. En él se vivencia, juzga y valora el feminismo como tal; pues son la paz y la cultura de paz, dos términos ligados a la primera forma de dominación, que por su naturaleza no pueden separarse.

Es evidente que el Gobierno de Nicaragua tiene el compromiso por contribuir en la construcción de una sociedad más justa y equitativa, ejemplo es su política de género para la restitución de los derechos de las mujeres, y junto a ello el impulso de políticas públicas y leyes encaminadas a garantizar que hombres y mujeres tengan las mismas oportunidades y beneficios.

REFERENCIAS

- BENHUBID, Seyla (2011). Las reivindicaciones de la cultura. Igualdad y diversidad en la era global. Traducido por Alejandro Vassallo. Título original *The claim of culture. Equality and diversity in the global Era*. Princeton University Press. 2002.
- CAROSIO, Alba (2011). Seminario pensamiento feminista latinoamericano. Programa. [En línea]. Consultado (11 Enero 2013). Disponible en: <http://cem-ucv.org.ve/uploads/seminario-pensamiento-feminista-2012.pdf>
- CLANCY, Susan (2012, Diciembre 13). Nicaragua, ¿Nuevo líder mundial en Empoderamiento Femenino? [Opinión]. *El Nuevo Diario*. [En línea]. Disponible en: <http://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/271929-nicaragua-nuevo-lidermundial-empoderamiento-femenino>
- GARGALLO, F (2006). Las expertas de género y el feminismo en tiempos de globalización. Una llamada de alerta desde América Latina, en Horacio Cerutti Guldberg y Carlos Mondragón (coord.), *Resistencia popular y ciudadanía restringida, Colección política, economía y sociedad en América Latina y El Caribe No.1*, UNAM, 2006, 467 pp., pp. 263-279.
- Gobierno de Nicaragua. GRUN (2012a). Alcaldías 2013-2017 con más mujeres alcaldesas y concejalas en período 2008-2012. *Boletín Nicaragua Unida Triunfa No.87*. Nicaragua. [En línea]. [Consultado: 10 diciembre, 2012]. Disponible en: www.tortillaconsal.com/nicaragua_triunfa_87.doc
- Gobierno de Nicaragua. GRUN (2012b). Plan Nacional de Desarrollo Humano. 2012-2016. [En línea]. [Consultado: 10 diciembre, 2012]. Sitio web: www.pndh.gob.ni/documentos/pndhActualizado/pndh.pdf
- HERNÁNDEZ Castillo, R (2008). De Feminismos y Poscolonialismos: Reflexiones desde el Sur del Río Bravo publicado en Suarez, Liliana; y Hernández, Aída (ed.). *Descolonizando el Feminismo: Teorías y Prácticas desde los Márgenes*, España. [En línea]. [Consultado: 10 diciembre, 2012]. En: http://historia.ihnca.edu.ni/ccss/dmdocuments/Bibliografia/CCSS2009/adicional/De_Feminismos_Poscolonialismos.pdf
- LARDONE, L. M (2006). Producción de conocimiento en el feminismo: La mediación teórica como política para la acción. *Reflexiones*, vol. 85, No. 1-2, pp. 361-372. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. [En línea]. [Consultado: 12 diciembre, 2012]. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=72920817024>
- MARTÍNEZ, C; MIRÓN, M.D (2000). La paz desde la perspectiva de los estudios de género: una aportación fundamental para construir un mundo más igualitario, justo y pacífico en Rodríguez, F. Javier (ed.) *Cultivar la paz. Perspectivas desde la Universidad de Granada*. España, pp. 125-132. [En línea]. [Consultado: 9 de Diciembre 2012]. Disponible en: <http://www.ugr.es/~eirene/eirene/eirene14cap5.pdf>
- MARTÍNEZ, U; MORENO, J (1999). *Descolonización y Tercer Mundo. Cuadernos de Historia Contemporánea. No.2*, Págs. 47-60. [En línea]. [Consultado: 10 diciembre, 2012]. Disponible en: <http://ebookbrowse.com/gdoc.php?id=296662281&url=b4889126d3f0ae140adb3ce7ef65d5c0>
- MIGNOLO, W (2010). *Desobediencia epistémica: Retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad*. [En línea]. [Consultado: 10 diciembre, 2012]. Disponible en: <http://horizontesur.com.ar/archivo/desobediencia-epistemica.pdf>
- MONTANO, S; SANZ, M (2009). *Movimientos Sociales de Mujeres. El Feminismo en Fernando, C. Movimientos socioculturales en América Latina. Ambientalismo, feminismo, pueblos originarios y poder empresarial. Cuaderno de Gobernabilidad Democrática 4*. pp. 81-129. [En línea]. [Consultado: 28 de Septiembre 2013]. Disponible en: http://papep-undp.org/sites/default/files/user/movimientossocioculturales_0.pdf

- PUIGVERT, L (2006). Relaciones dialógicas en las estructuras familiares del siglo XXI en Revista ARXIUS de Ciencias Sociales. No. 15, Diciembre. Págs. 123-141. [En línea]. [Consultado 10 diciembre, 2012]. Disponible en: <http://www.uv.es/~sociolog/arxius/arxius15.pdf>
- SPIVAK, G (2010). Crítica de la razón poscolonial. Hacia una historia del presente evanescente. Traducción del Título original: A Critique al Postcolonial Reason. [En línea]. [Consultado 20 Septiembre, 2013]. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/103605682/Spivak-Gayatri-Chakravorty-Critica-de-La-Razon-Poscolonial>
- SUÁREZ, L; HERNÁNDEZ, R. Editoras (2008). Descolonizando el Feminismo: Teorías y Prácticas desde los Márgenes. Editorial Cátedra. España. [En línea]. [Consultado: 12 diciembre, 2012] Disponible en: <http://webs.uvigo.es/pmayobre/textos/varios/descolonizando.pdf>
- TALPADE, CH (2008). Bajo los ojos de occidente. Academia Feminista y discurso colonial, en: Suarez, L.; y Hernández, A. (ed.): Descolonizando el Feminismo: Teorías y Prácticas desde los Márgenes, ed. Cátedra, Madrid, España. [En línea]. [Consultado: 15 diciembre, 2012] Disponible en: <http://inquietudesfeministas.wordpress.com/tag/feminismo-postcolonial/>
- World Economic Forum (2012). The Global Gender Gap Report. Harvard University and the University of California, Berkeley. Geneva Switzerland. Sitio Web: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GenderGap_Report_2012.pdf

¿Qué Necesitan los Maestros para Apoyar a los Estudiantes de Inglés?

Marjorie N. Gomez¹
Nagnon Diarrassouba

RESUMEN

Este estudio exploró las percepciones de los maestros de preescolar hasta octavo grado en cuanto a su preparación y los desafíos que encontraron en la transmisión de instrucción a estudiantes diversos cultural y lingüísticamente. Usando un diseño de investigación mixto, los datos fueron recolectados a través de una encuesta basada en la web, de maestros en el estado de Michigan. Los investigadores utilizaron pruebas de chi-cuadrado para investigar la relación entre la ‘preparación de los maestros y su conocimiento en cuanto a las necesidades de aprendizaje diversas de sus alumnos. Se examinaron los comentarios cualitativos, se organizaron, y se resumieron para ilustrar temas clave en cada argumento bajo estudio. Los resultados revelaron que las percepciones de la preparación de los docentes para enseñar diversos estudiantes lingüística y culturalmente se correlacionaron con la diversidad cultural o la falta de diversidad cultural en sus aulas. Mientras que los maestros declararon que se sentían preparados para enseñar clases heterogéneas, se encontraron con dificultades en la aplicación de instrucción para estudiantes de inglés. Además, los profesores señalaron que entrenamiento sobre sensibilidad cultural no los preparó adecuadamente a integrar elementos culturales en sus prácticas educativas cotidianas.

Palabras clave: Estudiantes de inglés, educación multicultural, formación del profesorado

¹ Department of Leadership and Learning, College of Education, Grand Valley State University, USA. Correo Electrónico: marjoriegt@gmail.com

What Do Teachers Need to Support English Learners?

Marjorie N. Gomez
Nagnon Diarrassouba

ABSTRACT

This study explored K-8 teachers' perceptions of their preparation and the challenges they encountered in delivering instruction to culturally and linguistically diverse learners. Using a mixed method research design, data were collected through a web-based survey from teachers in the state of Michigan. Researchers used chi-square tests to investigate the relationship between teachers' preparation and their knowledge of their diverse learners' learning needs. Qualitative comments were examined, organized, and summarized to illustrate key themes in each question under study. Findings revealed that teachers' perceptions of their preparation to teach linguistically and culturally diverse students were correlated with cultural diversity or lack of cultural diversity in their classrooms. Whereas teachers stated they felt prepared to teach heterogeneous classes, they encountered challenges in delivering instruction to English learners. In addition, teachers stated that cultural awareness training did not adequately prepare them to integrate cultural elements in their daily instructional practices.

Keywords: English learners, multicultural education, teacher training

INTRODUCTION

Researchers in education and language teaching have shown that many educators are not adequately prepared to teach culturally and linguistically diverse students (Gay, 2002; Hutchinson & Hadjioannou, 2011; Verdugo & Flores, 2007; Echevarria, Vogt, & Short, 2007). Empirical studies have indicated that English language learners (ELLs) continue to academically lag behind their native English-speaking peers. One reason often put forth by researchers to explain ELLs' academic underachievement relates to content-area teachers' inadequate preparation to teach culturally and linguistically diverse learners (Santoro, 2007).

Classroom teachers' attitudes, behaviors, and perceptions have been shown to have a significant influence on students' attitudes toward learning and academic performance (Banks, 2005). Also, researchers have demonstrated that being sensitive to and comprehending various cultures enables teachers to be effective (Gay, 2002; Johnson, 2003). It has become a necessity for K-12 teachers in the United States to be adequately prepared regarding cultures as the number of ELLs has significantly increased. In 2011, a comparative study conducted by the National Clearinghouse for English Language Acquisition (NCELA) showed that the number of ELLs registered in U.S. schools from pre-kindergarten through 12th grade increased by 51% between 1999 and 2009 (National Clearinghouse for English Language Acquisition, 2011).

Estimates of teachers who have participated in professional development related to teaching in heterogeneous classes are difficult obtain. In a national survey, the NCELA (2008) revealed that less than one sixth of colleges offering pre-service teacher preparation included training for working with ELLs. In that survey, 80% of the teachers stated that they had participated in professional development related to their state or district curriculum, but only 26% had

received professional development workshops that focused on working with ELLs.

Furthermore, approximately 57% of the teachers reported that they needed more training to provide effective instruction for ELLs. So it is crucially important to continue investigations into teachers' perceptions of their preparation and the challenges they encounter in teaching culturally and linguistically different learners.

THEORETICAL FRAMEWORK AND LITERATURE REVIEW

Multicultural education has become, over the years, the most popular term used to describe educational programs that integrate different ethnic, linguistic, and cultural aspects in curricula and instructional practices. Multicultural education is a theory and a philosophy whose advocates uphold the ideals of freedom, justice, and equality to help develop the intellectual competencies of children from various social-cultural groups who have been historically marginalized (Sleeter, 2008; Nieto, 2002).

The works of Banks (2005), Gay (2000, 2002, 2010), and Nieto (2000, 2002) on multiculturalism have been widely used by educational organizations to develop programs, courses, and projects in multicultural education.

They have been fervent advocates of an education that incorporates the ideals of democracy, social justice, pluralism, and equality. J. Banks and C. Banks (1997) have argued that school reforms that incorporate ideologies of pluralism and equality have the potential to contribute to broader social reforms, empowering all individuals. Such reforms should be unbiased and reflect understanding and acceptance of all students, considered within parameters of critical pedagogy and based on high expectations for all learners (J. Banks & C. Banks, 1997; Nieto, 2002).

Banks (2005), Gay (2000), and Nieto (2002) have argued that multicultural education plays an important role in preparing teachers to meet the challenges in diverse classrooms. Banks has focused on curricula, Gay has focused on pedagogy, and Nieto has focused on education for social justice. Over time, Gay (2010) and Nieto (2000, 2002) have demonstrated that culturally relevant and responsive practices hold great potential for shaping academic outcomes for all students.

The preparation of teachers to work with ELLs has been well documented. However, most literature has focused on the preparation of language specialists such as English as a second language (ESL) or bilingual teachers (Lucas, Villegas, & Freedson-Gonzalez, 2008; Arias, Garcia, Harris-Murria, & Serna, 2010). Conversely, little research has been collected about the kind of preparation received by mainstream and disciplinary teachers who teach ELLs, and the knowledge they have regarding the educational needs of this diverse student group (Lucas et al., 2008).

Culturally Responsive Teaching

Research has conclusively shown that teachers who have developed multicultural competency are likely to be more successful at meeting heterogeneous learners' academic needs. Findings from empirical studies have been consistent regarding four major themes: (a) the development of culturally responsive teaching, (b) understanding of diverse learners' backgrounds, (c) adapting curricula to different cultures and backgrounds, and (d) holding high expectations for all learners (Gay, 2000; Arias et al., 2010; Darling-Hammond, 2006).

Gay (2000) has defined culturally responsive teaching as "the cultural knowledge, prior experiences, frames of reference, and performance styles of ethnically diverse students to make learning encounters more relevant to and effective for them" (p. 29). A culturally responsive teacher affirms students' identities by using their backgrounds as resources to teach and learn. Students

have local funds of knowledge that can be utilized to validate their identities as knowledgeable individuals and as a foundation for future learning (Gonzalez & Moll, 2002). Teachers who respect cultural differences are apt to believe that all students are capable learners, even when students enter school with ways of thinking, talking, and behaving that contrast with the dominant cultural model (Gay, 2002; Villegas & Lucas, 2002). Moreover, culturally responsive teachers see themselves as responsible and capable intermediaries to bring about educational changes that will make schools responsive to all students.

Culturally responsive teaching moves beyond tolerance toward acceptance, which helps students incorporate their linguistic, cultural, and background resources into all aspects of schooling (Gay, 2002). Culturally responsive teaching is an important factor in all efforts that aim to improve the ability of future teachers to deal with the complex circumstances of contemporary schooling, which is increasingly influenced by ELLs (Karatzia-Stavlioti, Roussakis, & Spinthourakis, 2009). Culturally responsive teaching requires that teachers change their methods to support the academic achievements of all students, especially ELLs, whose academic achievements and expectations are often lower than those of their English-speaking counterparts. In a study about the development of culturally responsive teaching competencies and the implications for teacher education, Siwatu (2007) found that teachers who were culturally responsive were effective in their ability to connect with students from diverse cultural backgrounds. They helped students feel like important members of the classroom. In a similar vein, Siwatu's study—drawn from a population of 275 pre-service teachers enrolled in two teacher education programs in the Midwest—showed that there is a correlation between culturally responsive competence and culturally responsive outcomes. In other words, teachers who are successful in executing culturally responsive teaching practices tend to believe in the positive outcomes associated with culturally responsive pedagogy.

Along the same lines, a study by Arias et al. (2010) related to competencies in secondary schools found that teachers needed to develop culturally responsive skills, such as incorporating students' background knowledge and community life, into their professional practices. They also found that teachers of ELLs needed to consider their students as resources that could be used to improve instruction and support learning in subject-matter classes. Studies by Arias et al. (2010) and Siwatu (2007) have demonstrated that teachers need to make their teaching methods culturally responsive.

Utilizing Students' Backgrounds

Many teachers lack an understanding of how diverse learners construct knowledge, how the lives of their students are connected to their success in school, and how to teach in a way that builds on what their students already know while extending learning beyond familiar elements (Gay, 2002; Villegas & Lucas, 2002). Research has shown that teachers can deliberately access students' cultural backgrounds in daily learning practices (Gonzalez & Moll, 2002).

Gutstein, Lipman, Hernandez, and Reyes' study (1997) provided evidence that utilizing students' backgrounds and experiential knowledge is essential in the learning-teaching process. The study's purpose was to examine how mathematics instruction was affected by the inclusion of students' culture and informal knowledge in the daily curriculum in an elementary/middle school attended mostly by Mexican American students. Using instructional practices that built upon the students' backgrounds, the teachers helped the students develop not only critical thinking, but also assisted in the development of critical reasoning about knowledge in general.

Teachers in the study discovered a close relationship between teaching mathematics and producing leaders among students from marginalized groups. Using the students' backgrounds as a teaching tool was shown to be an effective strategy to help learners acquire academic knowledge.

The development of an effective learning environment requires the use of curricula and instructional practices that promote students' growth. Brown (2003) emphasized the importance of integrating learners' culture into curricula. His study described several instructional strategies used by 13 teachers from seven cities throughout the U.S. to create cooperative and academically productive classrooms. Of critical importance in this study was the finding that successful instructional strategies involved establishing an environment in which teachers addressed students' cultural, emotional, and cognitive needs.

Importance of Expectations

Another important element in delivering instruction to culturally and linguistically diverse learners is holding high expectations. Many instructional practitioners experience difficulties addressing the learning needs of ELLs (Santoro, 2007). A number of studies have supported the assertion that teachers who have high expectations for their students may positively affect students' academic achievement (Guillet, Martinek, Sarrazin, & Trouilloud, 2002; Guskey, 2002).

For example, in an effort to identify the reasons Latino and African American students failed or succeeded in mathematics, Gutierrez (2000) conducted a mixed method case study in eight urban high school departments of mathematics. This study found that the success of African American and Latino students in mathematics was due to the fact that the schools and teachers had high expectations of their students. Teachers were accessible and focused on positive student strengths rather than their weaknesses. Gutierrez concluded that this positive culture in the mathematics department affected students' performance.

Similarly, an exploratory study of six secondary schools in California and Arizona about academic success was conducted to find the rationale for language-minority students' achievement. Donato, Henze, and Lucas (1990) found that one of the key features that promoted

these students' academic achievement was holding high expectations for them.

Teacher Preparation Needs

As the U.S. ELL population increases, educators need to be well prepared to face cultural and linguistic diversity challenges and to comply with state and federal educational policies and standards (Bernhard, Diaz, & Allgood, 2005). Also, teachers have to develop teaching strategies that utilize students' backgrounds (Echevarria et al., 2007). Aspects of diversity, such as culture and language, have to be integrated into instructional activities to enhance the learning experiences of both diverse students and their mainstream English-speaking peers (Woods, Jordan, Loudoun, Troth, & Kerr, 2006).

Research has shown that many teachers have little knowledge about how to work effectively with culturally and linguistically different students. Teachers without proper training can experience feelings of anxiety, uncertainty, and intimidation (Guo, Arthur, & Lund, 2009). Preparation and cultural responsiveness are critically important in the heterogeneous classroom setting (Bernhard et al., 2005). Teachers need guidelines to help them observe and interpret behaviors and beliefs to prevent negative assumptions associated with certain ethnic or linguistic groups. Yet few empirical studies have focused on examining teachers' perceptions of their preparation to teach in heterogeneous contexts.

PURPOSE OF STUDY

The purpose of this study was to investigate K-8 teachers' knowledge and understanding of their students' learning needs, and their perceptions of how well prepared they are to effectively deliver instruction to diverse learners. To achieve this goal two major research questions were asked:

1. What are teachers' perceptions of their preparation to effectively deliver instruction to learners with diverse cultural and linguistic backgrounds?
2. What kind of knowledge and understanding do teachers have about their linguistically and culturally different students' learning needs?

It was hypothesized that most teachers in K-8 contexts were ill-prepared to teach in heterogeneous classrooms, which was reflected in the integration—or lack thereof—of their students' cultural backgrounds in instructional practices.

This study was based on a theoretical framework of multicultural education as conceived by Banks (2005), Gay (2000), and Nieto (2002). As noted previously, Banks has focused on curricula, Gay on pedagogy, and Nieto on social justice. Because of the dimensions that each of these experts represent, multicultural education was deemed suitable for this study.

METHOD

The research design was a single study using a mixed method approach in which qualitative and quantitative data were collected.

Research Site

The research site selected for this study was the Kent Intermediate School District (KISD) of Kent County, Michigan. KISD serves 20 local public school districts and all non-public schools within Kent County's boundaries. KISD, directly or indirectly, serves almost 400 schools, more than 130,000 students, and 7,000 educators. Also, it provides an array of services to educators and families (Kent Intermediate School District, 2011). One of the goals of KISD is to help schools understand, instruct, and support the academic growth of students from different cultural and linguistic backgrounds. In the case of ELLs, KISD provides a wide range of resources to more than 8,000 students. KISD claims to identify and promote effective practices

for assessment, data collection, and analysis of ELLs' learning.

Population Description and Sampling

The targeted population in this study consisted mostly of teachers from kindergarten to eighth grade from different public and non-public urban, suburban, and rural schools within the KISD's boundaries. Teachers ranged from English language arts teachers to art and music instructors, most with a diverse student body in their classrooms.

Snowball sampling was chosen by the researchers. Since the researchers were not affiliated to any specific school and did not know the district's teachers, it was deemed appropriate to contact a knowledgeable person from KISD. A coordinator from the KISD's Diversity Educational Center agreed to assist with the study. The KISD diversity coordinator introduced the study and the study instrument to teachers she knew who met the characteristics of the desired population. Consequently, the survey was distributed to different teachers and school principals within KISD using the educational center's e-mail list. These educators and school administrators, in turn, distributed the survey instrument to their school personnel and acquaintances. A total of 116 responses to the study's web-based questionnaire were collected. Of the 116, 89 responses (77%) were collected from the state of Michigan, 23 (20%) from four other states, and four (3%) from three different countries. As mentioned previously, the researchers' initial intention was to restrict the study to KISD teachers.

However, due to the snowball sampling procedure, the survey reached national and international settings. After considering the number of respondents from various settings, the researchers ultimately decided to focus on Michigan (Table 1). They believed there would be more similarities among Michigan's schools than with other national or international schooling contexts. While student demographics may vary greatly

from county to county, all public schools in Michigan have the same state standards and are administered by the same department of education. Table 1 provides the breakdown by county, from the largest to the smallest number of participants.

Table 1. Breakdown of questionnaire participants by county

County	Number of Participants
Allegan County	N = 4
Barry County	N = 2
Berrien County	N = 3
Branch County	N = 3
Delta County	N = 3
Grand Traverse County	N = 1
Ingham County	N = 1
Kent County	N = 42
Lenawee County	N = 2
Mecosta County	N = 1
Muskegon County	N = 1
Oakland County	N = 1
Schoolcraft County	N = 1
St. Joseph County	N = 6
Van Buren County	N = 1
Wayne County	N = 17
Total N = 89	

Participants' Backgrounds

The data for this study were drawn from a population of K-8 teachers in the state of Michigan. Of the total sample (N = 89), 76 (85%) were female and 13 (15%) were male. Two of the participants reported that they were administrators. Participants were asked to indicate their race/ethnicity: 84 (94%) indicated that they were White/Anglo, four (5%) indicated that they were Black/African American, and one (1%) indicated that she was American Indian/Alaskan Native. The sample included 42 teachers (47%) working in an urban district, 28 (32%) in a rural district, and 19 (21%) in a suburban district. Of the 89 participants, 53 teachers (59%) were working in elementary schools, 21 (24%) in middle

schools, and 15 (17%) in high schools. Participants in this study were also asked to indicate languages spoken. Of the total number of respondents, 12 (13%) reported speaking Spanish and four (5%) indicated that they spoke another language (French, Russian, Vietnamese, and Ukrainian).

The analysis of the results was reported in the form of a Pearson chi-square test. The goal of this form of analysis is to ascertain whether observations on two or more variables, expressed in a cross-tabulation table, are independent of each other. For this study, the Pearson chi-square test was used to compare obtained frequencies on specific variables with expected frequencies, providing an indication of probability that significant differences were actually found (*p* value). The *p* value was set at .05, which is the standard significance level, to ascertain whether two or more variables were independent.

Survey Instrument

The instrument for this study was a web-based survey (Appendix A). It consisted of a three-part questionnaire, which included demographic information and closed-form and open-ended questions. The survey questions focused on the teachers' perceptions of their preparation for teaching in heterogeneous settings, as well as their knowledge, beliefs, and school support of multiculturalism. A Likert scale was used for the closed-form questions, with possible responses ranging from "Not at all" to "A lot." No numerical scoring values were attached to the Likert items. The open-ended questions were designed to elicit the teachers' personal perceptions related to their role and experiences in schools as general education teachers with multicultural students.

Consultants at Grand Valley State University's Statistical Consulting Center assisted with the development of the survey by formulating appropriate Likert-type questions. They also analyzed and revised the survey instrument, made recommendations for its

layout online, and provided the researchers with the link for distribution to the participants.

After an initial set of questions was developed, the draft survey instrument was field tested twice in pilot studies with eight K-8 teachers not included in the final study. After these field tests, survey items were reworded and adjusted based on the results of the field tests and the comments and suggestions of the participating teachers.

Using Cronbach's alpha internal consistency scale, the results of the two field tests showed a questionable inter-rater reliability on a number of questions. The average measure of internal consistency was between .60 and .70, which was somewhat moderate. However, the survey was deemed suitable for collecting data.

After the final survey questionnaire was developed, revised, and posted online, the consent form for the study was added. Thus, the final full survey instrument included a consent form letter and the three-part web-based questionnaire:

Part 1 related to the participants' demographic data, including gender, racial and ethnic background, years of teaching experience, grade level, and languages spoken.

Part 2 consisted of eight closed-form questions designed to identify information pertaining to training in multiculturalism, experience in teaching diverse students, desire for additional training to work effectively with diverse students, and strategies employed with diverse learners in multicultural classrooms.

Part 3 offered two open-ended questions about the participants' opinions of multicultural education and the needs of diverse students in their schools.

Data Collection Procedures

After the online survey link was provided for distribution, the researchers contacted the KISD diversity coordinator, who circulated the link among the participants from her organization's e-mail list. In addition, the coordinator endorsed the study by asking each contacted person to forward the link to teachers who might be willing to participate in the study.

Although the targeted population was intended to be recruited from within KISD's boundaries, the distribution of the population went beyond KISD. It ended up including populations from other counties across Michigan (e.g., Wayne County, Ingham County) and beyond. Due to variability in educational standards from state to state, the researchers elected to focus only on the information collected from counties in the state of Michigan.

ANALYSES OF DATA

Personnel at the university's Statistical Consulting Center also assisted in the data analyses following collection. Descriptive statistics and inferential statistics were used for the data analyses.

Descriptive Statistics

Descriptive statistics analyses allowed the researchers to describe, explain, and summarize the information gathered. The study data were summarized using a combination of tabulated description, graphical description, and statistical commentary. In addition, descriptive analyses involved examining the characteristics of individual variables by constructing a frequency distribution and percentages, which helped indicate the appropriate internal consistency of the survey items. Identifying the internal consistency of each item dealing with teachers' preparation and knowledge to instruct diverse learners revealed the extent to which the questionnaire items focused on the notion of preparation and knowledge of students' learning needs. Descriptive statistics also helped

identify the distribution or spread of the marks in teachers' responses.

Inferential Statistics

Since the use of descriptive statistics was simply to describe the output data and did not allow the researchers to make definitive conclusions related to the study's hypothesis, inferential statistics was used to make inferences about the population from observations and data analyses. By examining relationships between variables, inferential statistics helped the researchers make judgments about the probability that an observed difference between variables was dependable or that the observed results could have occurred by chance. Moreover, since this study involved examining the characteristics of individual variables using frequency distributions, chi-square tests of independence were the specific statistics used to explore relationships between variables in the data.

Tests of independence allowed the researchers to estimate the likelihood that a relationship between variables in a sample actually occurred in the population.

Narrative Analysis

Finally, a narrative analysis of open-ended questions was conducted. Responses were synthesized and analyzed to describe variations and to explain relationships between responses that emerged from the qualitative data. The narrative analysis provided information about intangible factors, such as school support, that were not apparent in the quantitative data of the study. A narrative analysis also provided a human portrait of the phenomena under study: how teachers' teaching experiences were related to each other when working with linguistically and culturally diverse students. The researchers analyzed the whole set of responses looking for common themes, categories, and relationships that emerged across the data. Responses were organized and summarized looking for similarities and differences in the data to illustrate key themes in each question.

RESULTS

The first research questions related to teacher perceptions to deliver effectively instruction to linguistically and culturally different learners. The intent of this question was to ascertain teachers' opinions about how they felt they were prepared to teach in a diverse cultural setting. This question was approached through the survey questions that dealt with participation in diversity awareness training, the effect of that training on their professional practice, and aspects they considered critically important for their professional context.

The results revealed that having a diverse classroom and being prepared to teach students from diverse

backgrounds were closely related; the two variables were dependent ($p = .002$). Because the finding was statistically significant, the null hypothesis was rejected. As shown in Table 2, teachers (86%) were most likely to respond that they felt well prepared or very well prepared to teach linguistically and culturally different students when those teachers were already in a diverse or somewhat diverse classroom environment.

A significant minority (45%) indicated that they felt well prepared or very well prepared even if they were not teaching in a diverse classroom environment. The researchers had hypothesized that teachers would feel unprepared to teach diverse learners. However, according to these findings, a total of 71 (80%) of the participating teachers stated that they felt prepared to teach diverse learners.

Table 2. Teacher preparation to teach in linguistically and culturally diverse classrooms

	How prepared are you to teach linguistically and culturally diverse students?		
	Not prepared/somewhat prepared	Well-prepared/very well-prepared	Total*
Not diverse	6 (55%)	5 (45%)	11 (100%)
Diverse/Somewhat diverse	11 (14%)	66 (86%)	77 (100%)

Note: Figures in parenthesis refer to percentages and have been rounded up to whole numbers.

*Total number of responses does not equal N of 89; one participant did not reply to this question.

Another subset of the first research question dealt with teacher participation in cultural awareness training. That subset related to areas such as healing racism, inclusion in the workplace, equity and social justice, and ESL and bilingual education. The chi-square test of independence revealed no significance among variables. Having a diverse classroom environment did not correlate with having participated in any of the above-mentioned areas. In this case, the researchers kept the null hypothesis as the two variables were independent from each other.

The same values were observed when participants were asked how much learning about diversity had helped them in their professional setting. The overall

results were not significant, and some of the values were not large enough to be statistically significant. Teachers' learning about diversity to help them in their professional setting did not depend on how diverse or homogeneous their classroom environment was.

As for diversity training opportunities teachers would consider important if offered by the school district, the chi-squared test of independence showed significance only in language issues ($p = .023$). As shown in Table 3, most teachers (89%) in diverse or somewhat diverse classrooms indicated that it would be important or critically important to be trained in language issues if this course were offered by the school. Sixty-four percent of those in currently non-diverse classrooms agreed with this importance. Thus, the two variables were related.

Table 3. Teaching diverse learners and participation in cultural awareness training

	If your school district wanted to offer you courses on diversity training, how important would you consider language issues to be?		
	Not important/a little important	Important/critically important	Total*
Not diverse	4 (36%)	7 (64%)	11 (100%)
Diverse/Somewhat diverse	8 (11%)	66 (89%)	74 (100%)

Note: Figures in parenthesis refer to percentages and have been rounded up to whole numbers.

*Total number of responses does not equal N of 89; four participants did not reply to this question.

The qualitative information showed that teachers were not prepared to face and deliver instruction to a linguistically diverse set of students. They felt oftentimes inadequate and helpless when they could not assist their diverse students when they experienced difficulties understanding content related concepts. This feeling of ineffectiveness is well expressed by one of the participants who stated:

I would stand there watching my ELL students struggling with reading and telling me what the text was saying. Even when I put them in groups, they still experienced difficulties. On many occasions, I have observed that they could not communicate with group members, even after I explained what each of them was to do. I just hoped that I could be more useful to these learners. It is just overwhelming and at the end of the day, you are left with a bitter taste of being useless.

This feeling of inadequacy has brought a number of teachers to express their frustration toward the legal mandates that require that English learners be put as much as possible in the mainstream classroom. As mainstream teachers felt unprepared, they believed that English learners should be taught by teachers who have received specialized training. This sentiment was expressed by one the teachers who declared that: “Meeting the learning needs of ELLs is a big job. Students would greatly benefit from teachers who are trained to work with ELLs or are more experienced with ELL learners.” The fact that mainstream teachers

were displeased with the placement options mandated by state and federal laws stemmed from the knowledge and understanding they had of their culturally and linguistically diverse learners, which constituted the second research question.

The second research sought to investigate the extent to which teachers had knowledge of and understood their linguistically and culturally different learners. As with Research Question 1, a Pearson chi-square test of independence was used to determine the relationship between having linguistically and culturally diverse classrooms and teachers’ knowledge and understanding of their students’ learning needs. Using the standard significance level of .05, assumptions of independence helped to determine whether the sample results were significant enough to conclude there was a relationship between the two variables. To identify the correlation between the two variables, the researchers’ survey focused on topics that included teachers experiencing cultural barriers in attempting to work with diverse learners, the incorporation of culturally related topics in daily instructional practices, and school-wide activities that promote cultural awareness among staffs and students.

Cultural barriers were further divided into different aspects: language, traditions, attitudes and beliefs, education, and poverty. Results (Table 4) indicated that language was the most challenging cultural barrier that teachers experienced. Most teachers (70%) who

had a linguistically and culturally diverse classroom experienced language-related barriers in attempting to accommodate diverse learners; only 30% indicated they did not. The difference in the results for those in non-diverse classrooms was less broad. The results proved to be statistically significant ($p = .045$), and

there was a relationship between the two variables. Thus, the results revealed that teachers were most likely to experience barriers in language when working with linguistically and culturally diverse learners in the classroom.

Table 4. Teacher experience of cultural and linguistic barriers

	To what degree have you experienced language as a cultural barrier when working with diverse students?		
	Not at all/A little	Moderately/A lot	Total*
Not diverse	6 (60%)	5 (40%)	11 (100%)
Diverse/Somewhat diverse	22 (30%)	52 (70%)	74 (100%)

Note: Figures in parenthesis refer to percentages and have been rounded up to whole numbers.

* Total number of responses does not equal N of 89; four participants did not reply to this question.

When participants were asked about the extent to which they incorporated cultural topics into everyday lessons, and the degree to which activities were emphasized in schools that promoted cultural awareness within the school, the chi-square tests of independence showed no statistical significance. The researchers kept the null hypothesis; that is, the inclusion of cultural topics into daily teaching practice and school-wide promotion of cultural awareness were not likely to be related to classroom or school cultural and linguistic diversity.

The qualitative data showed that the teachers knew that it was essential to seek to understand the various cultures present in their classrooms. This was expressed by one of the teachers that asserted that: “You cannot fully understand a learner until you are aware where they came from, what he believes, and his cultural upbringing.”

Similar teachers seemed to be aware of the specific needs and challenges that the English learners posed. However, tailoring instruction to include their various learners was a demanding task. They stated that the pre-service as well in service training they received did not prove to be helpful in integrating their students’ cultures in lesson plans and instructional delivery. One participant expressed how the training they received did not help them to be effective with English learners: “In

college as well as during the professional development workshops that our districts organizes, instructors focus on culture and racial healing, but not how to integrate students’ backgrounds in our teaching” This quotes underscores the fact that teachers are aware of the challenges that ELs pose that do not have the abilities and skills to meet their needs.

ANALYSIS OF THE FINDINGS

Two elements emerged that the researchers believed to be most important in teachers’ perceptions of their preparation and their understanding of professional interaction with linguistically and culturally diverse students. These elements were language needs and diversity awareness.

Language Needs

The results from this study showed that teachers felt they had neither the linguistic background nor the methodology to teach ELLs in the mainstream classroom. Teachers stated that linguistically and culturally diverse students require extensive support to learn and develop academic English. They expressed their lack of training in language issues, how important training in language issues was to them, and how this

lack of training affected their ability to help ELLs. As one of the participants in this study stated, “Meeting the learning needs of ELLs is a big job. Students would greatly benefit from teachers who are trained to work with ELLs or are more experienced with ELL learners.” Many participants expressed the need to be provided with the knowledge and skills that would allow them to teach content-area subjects effectively to ELLs.

Meeting ELLs’ learning needs is a critical concern for educators because these learners are expected to master content in English. This poses a great challenge for teachers to meet ELLs’ language and academic needs. The National Education Association (2008) has already reported that teachers have expressed frustration about receiving little to no professional development or in-service training about methodologies to teach ELLs. Echevarria et al. (2007) and Rothenberg and Fisher (2007) also argued that research has shown many teachers are unprepared to teach in the diverse classroom. Language teaching methodological issues and diversity are intertwined.

Diversity Awareness

The second critical issue that teachers felt they were unprepared to deal with related to integrating cultural elements into their daily instructional content. Although most teachers reported that they had received cultural awareness training, they were still unable to incorporate that cultural knowledge into every lesson. As stated by one of the participants:

Teachers strived to meet the needs of each student by taking into account their specific academic and cultural development needs. However, tailoring lessons to include cultures different from the Anglo-Saxon’s showed it to be an arduous task as it required opening the door to a wide range of topics.

The findings in this study revealed that school districts in Michigan strive to provide educational practitioners with professional development workshops that focus on diversity awareness. However, educators still are not

fully prepared to work in heterogeneous classrooms. Most workshops are geared toward discussing specific cultural and racial topics (e.g., healing racism) rather than designing cultural curricula and developing pedagogical methods for implementing these curricula. Professional development workshops do not appear to prepare teachers to be effective in integrating cultural elements into their daily lessons and interactions with ELLs.

DISCUSSION

Teachers are critically important in helping students meet their academic needs and in preparing them for the workforce (Arias et al., 2010). Sleeter (2001) has argued that multicultural and culturally responsive teachers need to be brought into schools to meet the needs of diverse students. The way teachers are prepared today to meet the needs of these diverse learners varies across states. This preparation is based on state and federal policies and mandates (Arias, Faltis, & Ramirez-Marin, 2010).

There were two purposes for this study: (a) to investigate teachers’ perceptions of their preparation, in Michigan, to teach linguistically and culturally diverse students, and (b) to explore the kind of knowledge and understanding that teachers felt they had of their diverse students’ learning needs.

Findings from this study revealed that teachers’ perceptions of their readiness to teach linguistically and culturally diverse students correlated with whether the classroom was culturally diverse or homogenous. Similarly, the participating teachers’ knowledge about these diverse learners’ academic needs was related to the diversity within the classroom environment. The more diverse linguistically and culturally their classroom was, the more teachers felt they needed knowledge and skills related to teaching these linguistically and culturally diverse learners.

Findings revealed that teachers recognized explicit knowledge about cultural diversity is essential to meeting the educational needs of an ethnically and linguistically diverse student body. Teachers, to some extent, felt prepared to teach in culturally diverse classroom environments. However, they did not feel prepared to deliver instruction to linguistically different students. Results also revealed that teachers need effective training in methodology for teaching disciplinary content and language to ELLs. Teachers agreed that professional development courses, beyond initial training in teacher training colleges, should focus on ELLs' issues.

In addition, findings from this study showed that teachers have explored ways in which their educational practices might enhance understanding and appreciation of linguistic and cultural diversity. However, what teachers found challenging was the integration of different aspects of diversity (e.g., language, cultural background) into everyday lessons in different subjects. Teachers were unable to incorporate their knowledge into every lesson; using students' diversity as an asset in every lesson proved to be a challenge. The results also indicated that teachers considered the culture and beliefs of all students to be very important. However, customizing lessons to include cultures and beliefs was an arduous task.

The results from this study show that teachers are gradually becoming culturally responsive. The participating teachers actively sought knowledge about other cultures and ethnic groups through means available to them. In addition, they implemented accommodations for linguistically and culturally different students (e.g., using culturally specific learning style strategies, paying attention to cultural values and behaviors). They also reported that they examined beliefs, values, and behaviors within the school environment that could have positive or negative effects on culturally and linguistically diverse learners. Nonetheless, many educators found the task of meeting students' diverse needs to be overwhelming.

The fact that teachers found they were unprepared to teach linguistically different students can be related to the U.S. national educational environment. Many states in the U.S. do not require their educational practitioners to be trained in English language development or bilingual education teaching methodologies. Michigan is such a state. However, as school districts have had to be responsive to federal mandates of the No Child Left Behind Act (U.S. Department of Education, 2008), some teachers have received training that prepares them to teach in a heterogeneous setting.

Although in-service professional workshops are organized by various school districts to develop teachers' cultural sensitivity, they do not specifically deal with integrating students' cultures into daily instructional practices. Hence, teachers are unable to effectively integrate students' cultural backgrounds into their planning and lesson delivery. These workshops often aim at only raising awareness or developing sensitivity toward various cultures and races.

Implications and Recommendations

The results from this study have important implications for classroom teachers and school and district administrators. Today's classrooms are linguistically and culturally diverse. As such, all teachers need to incorporate strategies that support not only the learning of linguistically and culturally diverse learners, but also the learning of native English speakers (Echevarria et al., 2007). Teachers must be prepared to work with diverse student populations and to incorporate practices that are consistent with the principles of multicultural education (Nieto, 2002). Practices such as the creation of a classroom community that models culturally responsive teaching and promotes understanding about students' learning styles (Nieto, 2002) must be implemented and should become part of the daily instructional routines. Teachers can use what they know about their students to make learning meaningful. One way of implementing cultural knowledge in daily practices is the use of funds of knowledge. However,

before that, curricula need to be revised to include the exploration of cultural issues such as language and cultural backgrounds.

Another implication that can be drawn from these results relates to language and academic content-area teaching. Mainstream teachers and disciplinary area teachers—regardless of whether school districts provide workshops focused on methodologies for teaching English to speakers of other languages—must adapt their professional practices to the academic and linguistic level of their students. Echevarria et al. (2007) and Rothenberg and Fisher (2007) have provided specific strategies that range from purely teaching strategies of content to integrating students' cultural capital into instruction.

Administrators at building and district main offices need to provide teachers with hands-on in-service workshops during which teachers design and implement lesson plans that integrate culture, language, and content. Cultural sensitivity or awareness workshops are insufficient in helping teachers be effective in the heterogeneous classroom. Given that most classroom practitioners lack experience in teaching linguistically and culturally diverse learners, courses specific to language and culture teaching strategies should be given in schools. The knowledge and skills gained from these courses can lead to pedagogical practices that will incorporate diversity into different lesson topics, regardless of the discipline and content.

Study Limitations

Although this study used a mixed method design as an investigation tool, the sampling method used could limit the generalizability of the findings. Snowballing is a non-probabilistic sampling method that relies heavily on referrals from initial participants to generate additional participants. As such, the researchers did not have control over the number of participants. That was clearly shown through the participation of teachers outside of Kent County and even the state of Michigan.

In addition, other teachers beyond the participants' professional networks could not participate in the study.

Another limitation was the instrument used, which consisted of a Likert-scale questionnaire with two open-ended questions. Future studies could employ interviews and classroom observations to study the extent to which teachers integrate culture into their daily lessons.

CONCLUSION

This study showed that, although many mainstream teachers (80%) stated they felt prepared to teach in a classroom that was culturally and linguistically heterogeneous, in some ways they had neither the cultural knowledge nor the professional skills to implement curricula that were congruent with students' cultures and linguistic backgrounds. It is imperative that teacher training colleges implement courses that prepare teachers to develop curricula and materials that are compatible with students' home cultures. Likewise, schools districts need to implement professional development workshops that go beyond cultural sensitivity issues to show their teachers how to plan and teach learning units that integrate cultures across the curriculum. States that do not have policies compelling schools to integrate learners' cultural and linguistic backgrounds need to pass such laws.

Otherwise, school districts will not feel obligated to adapt their practices to culturally and linguistically different students' issues. Academic success and high test scores will not be achieved if very limited, and often inappropriate, accommodations are applied in the learning setting.

REFERENCES

- Arias, M. B., Faltis, C. C., & Ramirez-Marin, F. (2010). Identifying relevant competencies for secondary teachers of English learners. *Bilingual Research Journal*, 33(3), 307-328.
- Arias, M. B., Garcia, E., Harris-Murria, N. J., & Serna, C. (2010). Developing responsive teachers: A challenge for a demographic reality. *Journal of Teacher Education*, 61(1-2), 132-142. <http://dx.doi.org/10.1177/0022487109347878>
- Banks, J. A. (2005). *Cultural diversity and education* (5th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Banks, J. A., & Banks, C. A. M. (1997). *Multicultural education: Issues and perspectives* (3rd ed.). Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Bernhard, J. K., Diaz, C. F., & Allgood, I. (2005). Research-based teacher education for multicultural contexts. *Intercultural Education*, 16(3), 263-277. <http://dx.doi.org/10.1080/14675980500211873>
- Brown, D. (2003). Urban teachers' use of culturally responsive management strategies. *Theory into Practice*, 42(4), 277-282.
- Darling-Hammond, L. (2006). Constructing 21st century teacher education. *Journal of Teacher Education*, 57(3), 300-314.
- Donato, R., Henze, R., & Lucas, T. (1990). Promoting the success of Latino language-minority students: An exploratory study of six high schools. *Harvard Educational Review*, 60(3), 315-340.
- Echevarria, J., Vogt, M. E., & Short, D. J. (2007). *Making content comprehensible for English learners. The SIOP model*. Boston, MA: Pearson.
- Gay, G. (2000). *Culturally responsive teaching: Theory, research, and practice*. New York, NY: Teachers College Press.
- Gay, G. (2002). Preparing culturally responsive teachers: Rethinking the curriculum. *Journal of Teacher Education*, 53(1), 20-32.
- Gay, G. (2010). Acting on beliefs in teacher education for cultural diversity. *Journal of Teacher Education*, 61(1-2), 143-152.
- Gonzalez, N., & Moll, L. C. (2002). Cruzando el puente: Building bridges to funds of knowledge. *Educational Policy*, 16(4), 623-641.
- Guillet, E., Martinek, T. J., Sarrazin, P. G., & Trouilloud, D. D. O. (2002). The influence of teacher expectations on student achievement in physical education classes: Pygmalion revisited. *European Journal of Social Psychology*, 32(5), 591-607.
- Guo, Y., Arthur, N., & Lund, D. (2009). Intercultural inquiry with pre-service teachers. *Intercultural Education*, 20(6), 565-577. <http://dx.doi.org/1080/14675980903448619>
- Guskey, T. T. R. (2002). Professional development and teacher change. *Teachers and Teaching, Theory and Practice*, 8(3), 381-391.
- Gutiérrez, R. (2000). Advancing African-American, urban youth in mathematics: Unpacking the success of one math department. *American Journal of Education*, 109(1), 63-111.
- Gutstein, E., Lipman, P., Hernandez, P., & Reyes, R. (1997). Culturally relevant mathematics teaching in a Mexican American context. *Journal for Research in Mathematics Education*, 28(6), 709-737.
- Hutchinson, M., & Hadjioannou, X. (2011). Better serving the needs of limited English proficient (LEP) students in the mainstream classroom: Examining the impact of an inquiry-based hybrid professional development program. *Teachers & Teaching*, 17(1), 91-113. <http://dx.doi.org/10.1080/13540602.2011.538499>
- Johnson, L. (2003). Multicultural policy as social activism: Redefining who "counts" in multicultural education. *Race, Ethnicity and Education*, 6(2), 107-121. <http://dx.doi.org/10.1080/1361332032000076436>
- Karatzia-Stavlioti, E., Roussakis, Y., & Spinthourakis, J. A. (2009). Pre-service teacher intercultural sensitivity assessment as a basis for addressing multiculturalism. *Intercultural Education*, 20(3), 267-276.

- Kent Intermediate School District. (2011). Collaborating to serve students, schools and communities: Annual report 9-10. Retrieved from http://www.kentisd.org/downloads/administrative_files/annual_report_0910.pdf
- Lucas, T., Villegas, A. M., & Freedson-Gonzalez, M. (2008). Linguistically responsive teacher education: Preparing classroom teachers to teach English language learners. *Journal of Teacher Education*, 59(4), 361-373.
- National Clearinghouse for English Language Acquisition. (2008). Educating English language learners: Building teacher capacity. Retrieved from <http://www.ncela.gwu.edu/files/uploads/3/EducatingELLsBuildingTeacherCapacityVol1.pdf>
- National Clearinghouse for English Language Acquisition. (2011). The growing numbers of English learner students, 1998/99-2008/09. Retrieved from http://www.ncela.gwu.edu/files/uploads/9/growingLEP_0809.pdf
- National Education Association. (2008). English language learners face unique challenges (Policy Brief PB05). Retrieved from https://www.nea.org/assets/docs/HE/ELL_Policy_Brief_Fall_08_%282%29.pdf
- Nieto, S. (2000). Placing equity front and center: Some thoughts on transforming teacher education for a new century. *Journal of Teacher Education*, 51(3), 180-188.
- Nieto, S. (2002). *Language, culture, and teaching: Critical perspectives for a new century*. Mahwah, NJ: L. Erlbaum.
- Rothenberg, C., & Fisher, D. (2007). *Teaching English language learners: A differentiated approach*. Upper Saddle, NJ: Pearson.
- Santoro, N. (2007). “Outsiders” and “others”: ‘Different’ teachers teaching in culturally diverse classrooms. *Teachers & Teaching*, 13(1), 81-97. <http://dx.doi.org/10.1080/13540600601106104>
- Siwatu, K. (2007). Preservice teachers’ culturally responsive teaching self-efficacy and outcome expectancy beliefs. *Teaching and Teacher Education*, 23(7), 1086-1101.
- Sleeter, C. (2001). Preparing teachers for culturally diverse schools: Research and the overwhelming presence of whiteness. *Journal of Teacher Education*, 52(2), 94-106.
- Sleeter, C. (2008). An invitation to support diverse students through teacher education. *Journal of Teacher Education*, 59(3), 212-219.
- U.S. Department of Education. (2008). No Child Left Behind Act of 2001, 20 U.S.C. § 6319. Retrieved from <http://www2.ed.gov/nclb/overview/intro/reauth/index.html>
- Verdugo, R. R., & Flores, B. (2007). English-language learners: Key issues. *Education and Urban Society*, 39(2), 167-193.
- Villegas, A. M., & Lucas, T. (2002). Preparing culturally responsive teachers. *Journal of Teacher Education*, 53(1), 20-32.
- Woods, P. R., Jordan, P. J., Loudoun, R., Troth, A. C., & Kerr, D. (2006). Effective teaching in the multicultural business classroom. *Journal of Teaching in International Business*, 17(4), 27-48. http://dx.doi.org/10.1300/j066v17n04_03

Prototipo didáctico de sistema de bombeo de agua con energía solar fotovoltaica

Edwin Antonio Reyes Aguilera¹

RESUMEN

Con el presente estudio se pretende exponer de manera clara y ejemplificada buena parte de la información necesaria para la puesta en marcha y simulación de un sistema de bombeo autónomo con bomba sumergible alimentado por un generador solar fotovoltaico o alimentado con baterías. En el proceso de la investigación se examinaron los datos de manera científica o más específicamente en forma numérica, la investigación se realizó de manera práctica y aplicada, y consistió en, construir un prototipo de bombeo solar fotovoltaico y una parte experimental que se llevó a cabo para la validación del prototipo, utilizando para ello equipos de medición de variables meteorológicas y de medición. Este estudio se plantea a modo de guía para facilitar la enseñanza – aprendizaje en los estudiantes a fin de implementar sistemas que contribuyan a mejorar tanto las condiciones de vida como la formación de la población de los países con menor nivel de desarrollo tecnológico en cuanto a materia de abastecimiento de agua, como el nuestro.

Palabras claves: Caudal, Presión, Radiación, Fotovoltaico

¹ UNAN-Managua/FAREM-Estelí Correo Electrónico: edwinra11@yahoo.es

Educational prototype of a water pumping system with solar Photovoltaic energy

Edwin Antonio Reyes Aguilera

ABSTRACT

The present study aims to give good, clear, and exemplified information necessary for the implementation and simulation of an autonomous pumping system with submersible pump powered by a photovoltaic generator or by battery. In the process of the research, data were examined scientifically or more specifically numerically, the research was conducted in a practical and applied way and consisted of building a solar photovoltaic pumping prototype, and an experimental part was carried out for the validation of the prototype, using measuring equipment and measuring meteorological variables. This study presents a guide to facilitate the teaching-learning process in students to implement systems that help improve both the lives and the formation of the population in countries with the lowest level of technological development in terms of water supply material, like ours.

Keywords: Flow, Pressure, Radiation, Photovoltaic

INTRODUCCIÓN

La energía solar Fotovoltaica aplicada a sistemas de bombeo resulta una opción conveniente en los países de América latina, con alto nivel de radiación, para aplicaciones agrícolas y consumo humano (Vilela, 2001). Existen instalaciones para el bombeo de agua, de pequeño tamaño, en lugares aislados, instalaciones que pueden presentar diversos problemas de funcionamiento por un inadecuado dimensionado, lo cual sumado al hecho de que la energía solar disponible para los paneles Fotovoltaicos varía según el momento del día, ocasiona que el sistema trabaje fuera del punto óptimo de funcionamiento.

Fundamentados en estos inconvenientes, se hace necesario un estudio de los parámetros más importantes de dicho sistema: eficiencia del sistema, índice de radiación para el cual comienza el bombeo, las características eléctricas del generador eléctrico, el acoplamiento entre el generador y el conjunto motor-bomba, las pérdidas de potencia, caudal, entre otras posibilidades. (Suerhcke, 1997).

El interés principal es promover el aprendizaje básico sobre las energías renovables, de forma manipulativa, puesto que consideramos que el aprendizaje así conseguido, es más significativo y duradero. La oportunidad de contar con una instalación que permita realizar mediciones en configuraciones distintas, evaluar y hacer mejoras en los diseños de sistemas de bombeo fotovoltaico, resulta idóneo para desarrollar un método de enseñanza que muestre las etapas que se toman en cuenta en dichos sistemas, y pueda servir además para investigaciones con el fin de entrenar estudiantes y profesionales en este campo, que aunque no es algo novedoso porque ya hay muchas investigaciones al respecto, todavía no se ha implementado un sistema que funcione para tal fin.

Con el presente estudio se pretende exponer de manera clara y ejemplificada buena parte de la información

necesaria para la puesta en marcha y simulación de un sistema de bombeo autónomo con bomba sumergible alimentado por un generador solar fotovoltaico.

La Función principal de este prototipo, es la extracción de agua mediante bomba sumergible, alimentado por un generador fotovoltaico por lo cual el sistema requería de evaluación y análisis de sus parámetros de caudal, radiación, potencia del módulo solar, voltaje, intensidad, altura manométrica, presión, entre otros parámetros, para lograr una validación y de esta forma el sistema tenga una aceptación adecuada de parte de los docentes y sea de beneficio para la facultad de tener un sistema de bombeo solar fotovoltaico disponible como un medio técnico didáctico para la docencia.

MATERIALES Y MÉTODOS

Instrumentos utilizados en la investigación

1. Tanque de almacenamiento plástico de capacidad 450 litros.
2. Bomba de agua sumergible. Marca: SunPumps. Modelo: SDS – Q- 135
3. Controlador. Marca: SunPumps. Modelo: PCA-30-M1
4. Reloj.
5. Panel Solar. Marca: Sharp. Modelo: NE-170U1
6. Cable TSJ 12
7. Cámara digital.
8. Vatímetro. Marca: PCE. Modelo: PA6000
9. Solarímetro. Marca: PCE. Modelo: SPM1
10. Multímetros.
11. Baterías de 12voltios, 105 Amperios

Metodología de evaluación

Pasos del proceso de validación del prototipo

Parámetros de desempeño del prototipo (parámetros de validación)

Para determinar el desempeño del prototipo se analizaran cuatro variables: Caudal de agua (Q),

Potencia de la bomba (Watts), Tensión (Voltios) y la Irradiación Solar, (W/M2).

El análisis de un sistema de bombeo exige que se conozca el comportamiento de la bomba y del sistema de bombeo al cual pertenece. Ambos quedan caracterizados cuando se conocen las curvas de trabajo de la bomba y las pérdidas en el sistema. Las curvas se determinan en base a las condiciones de operación y requieren que se conozcan las instalaciones, estos elementos representan, a través de los gráficos, el desempeño de la bomba y del sistema y permiten determinar el funcionamiento de la bomba bajo determinadas condiciones, y los cambios que se producirán al alterar la curva de carga del sistema.

Las curvas características de una bomba se obtienen con velocidades constantes, en los sistemas de bombeo fotovoltaico, las rpm y las tensiones varían con el nivel de radiación solar incidente en el plano del generador fotovoltaico. Esto impide que las velocidades permanezcan constantes y dificulta así la obtención de las curvas, pero no nos limita a no obtenerlas. Los parámetros de validación más importante son los siguientes:

1. Determinación de la relación Potencia y altura manométrica con el caudal obtenido con la bomba. Se trata de determinar las curvas que relacionan Potencia-Caudal a diferentes alturas manométrica del caso de estudio) y altura manométrica-Caudal (fijando la tensión a 24 voltios).
2. Determinación característica Irradiancia solar-Potencia en bomba e Irradiancia –caudal. Estos son datos de mucha utilidad para caracterizar y validar estos sistemas y de esta manera conocer el caudal que puede proporcionar la bomba para una irradiación dada.

Se realizaron ensayos en funcionamiento con baterías y bombeo directo.

Ensayos con baterías

Determinación de la relación de la Potencia y altura manométrica con el caudal suministrado. Se determinaron las curvas que relacionan Potencia-Caudal a diferentes alturas manométricas y altura manométrica-Caudal (fijando la tensión). Para simular las diferentes alturas se hizo a través de la válvula, en este montaje es importante señalar que la bomba fue alimentada a una tensión CC cuyo es el proporcionado por un banco de dos baterías de 12 voltios cada una conectadas en serie para una tensión total de 24 voltios. El vatímetro (PCE – PA6000), instalado proporcionó datos de voltaje y corriente lo que resulta fácil obtener el valor de potencia, (V x I).

Ensayos en bombeo directo. Sin uso de baterías

Determinación de la relación Potencia y altura manométrica con el caudal obtenido con la bomba.

En este ensayo se determinó las curvas que relacionan Potencia-Caudal (a la altura manométrica del caso de estudio) y altura manométrica-Caudal (fijando la tensión). En este montaje es importante señalar que la bomba fue alimentada a una tensión CC cuyo valor era variable en función de la irradiación.

Altura manométrica-Caudal

Este ensayo se llevó a cabo a irradiación variable lo que garantiza una tensión en bornes de salida del controlador variable. Se obtiene una curva que relacione el caudal que la bomba es capaz de suministrar para diferentes alturas manométricas, variando la altura equivalente en metros columna de agua, utilizando para ello la válvula hasta que la presión que indique el manómetro sea la deseada.

Potencia-Caudal

Es importante conocer el caudal que nos da la bomba en función de la potencia que entregan los paneles. A pesar de que el fabricante de estos paneles facilita

estas curvas características se va a determinar para la validación. Se medirá la potencia suministrada por los paneles a través de un vatímetro. El caudal se estimará con un caudalímetro o rotámetro.

Irradiancia solar-Potencia en bomba e Irradiancia –caudal

Otro dato útil en este tipo de sistemas es conocer la potencia que puede dar la bomba para una irradiación dada. De este modo con un golpe de vista podríamos conocer que caudal tendríamos para unas condiciones de luz determinadas. Para medir la irradiación solar se utilizó un medidor llamado Piranómetro.

Comparar los resultados obtenidos con la gráfica suministrada por el fabricante (SunPumps)

Se comprueba para conocer si ambas coinciden dentro de ciertos márgenes de error que son lógicos debido a la sencillez del sistema de medición.

RESULTADOS

Seleccionar los componentes del sistema de bombeo solar fotovoltaico en función del espacio del laboratorio de la Farem, donde se ubicara el prototipo.

El proceso de selección de los elementos que forman el sistema de bombeo solar fotovoltaico, se hizo conforme a la experiencia y conocimientos sobre el tema, a fin de construir el prototipo para que fuese usado como, medio técnico - didáctico, ubicándolo en el laboratorio de energías renovables de esta facultad.

Se decidió que la tubería fuese PVC $\frac{3}{4}$ debido a que es el diámetro de la descarga de la bomba a utilizar, los elementos o accesorios a instalar tales como válvula, manómetro, uniones maleables, el rotámetro o caudalímetro, la capacidad del tanque de almacenamiento que no es de mucha capacidad, para ocupar menos espacio, además se determina que el mismo tanque simule de sondeo o pozo y al mismo

tiempo se utilice como descarga de agua, es decir el agua que se succiona con la bomba regrese al mismo tanque por lo que el objetivo de selección de componentes del sistema se cumple satisfactoriamente.

Caracterizar el prototipo mediante la evaluación de los parámetros y variables, en ensayos de bombeo con baterías y bombeo directo.

Para el cumplimiento de caracterizar el prototipo, considerado el aspecto más importante durante esta investigación se ha realizado una serie de mediciones con instrumentos de medida de fácil manejo que realmente no nos garantizan que dichos resultados tengan la fidelidad deseada, pero que son de mucha utilidad para entender el funcionamiento de este prototipo de manera general.

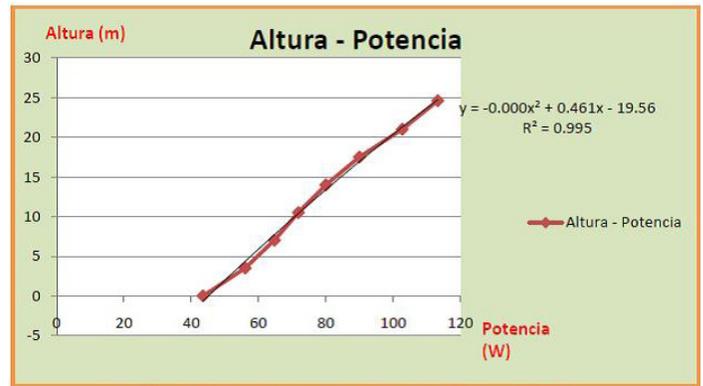
Los resultados más importantes que se han podido extraer de todo el proceso de medición y los ensayos para las pruebas de funcionamiento del prototipo son las siguientes:

Funcionamiento con baterías:

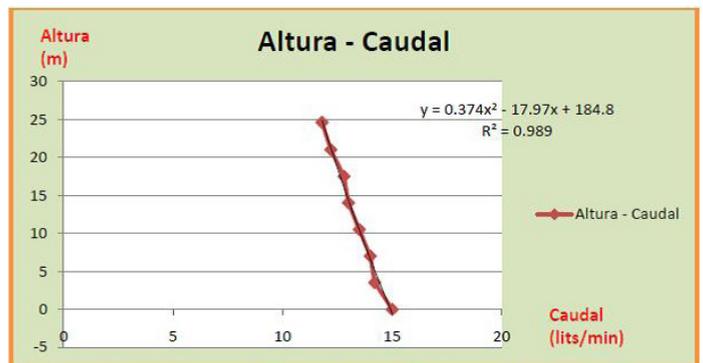
Se conectó la bomba a la tensión de Corriente Continua a través del banco de baterías de 12 voltios cada una conectadas en serie para una tensión total de 24 voltios.

El vatímetro que se instaló, proporcionó los datos de voltaje y corriente, que permitió realizar los cálculos de potencia en la bomba que fueron de 43.50 a 113.25 watts, a una altura de 0m mínimo y 24.6 metros máximo.

Fue posible observar en el ensayo, que a medida que se aumentaba la altura manométrica, se presenta una caída de tensión, de 1.2 voltios, de 0 a 24.6 metros, lo que permitió obtener un aumento de corriente, obtener mayor potencia de la bomba y lógicamente una reducción del caudal suministrado que va de 15 l/min a 11.80 l/m, aunque no se considera un aspecto negativo, ya que se acerca a las especificaciones técnicas que nos brinda el fabricante de estas bombas.



Gráfica 1: Altura para un caudal máximo de 16 l/m



Gráfica 2: Evolución de la potencia demandada para el caudal máximo en función de la altura en bombeo

Por lo que podemos decir que a mayor altura manométrica la bomba demanda más potencia y también a mayor altura, el voltaje disminuye, aumenta la corriente y disminuye el caudal.

Medida	PSI	Altura Manométrica (m)	Tensión Bomba (V)	Intensidad Bomba (A)	Potencia Motor (Watts)	Caudal (lits/min)
1	0	0.00	25.00	1.74	43.50	15.00
2	5	3.50	24.80	2.26	56.00	14.20
3	10	7.00	24.60	2.63	64.70	14.00
4	15	10.50	24.50	2.93	71.80	13.50
5	20	14.00	24.3	3.30	80.00	13.00
6	25	17.00	24.2	3.72	90.00	12.80
7	30	21.00	24	4.28	102.70	12.20
8	35	24.60	23.8	4.76	113.25	11.80

Funcionamiento sin baterías: (Panel fotovoltaico)

Al realizar el ensayo en bombeo directo, se comprueba, que el caudal dependerá de la irradiación incidente en cada momento, lo cual hace que la potencia que suministran los paneles sea mayor, los resultados obtenidos indican que a mayor irradiación mayor será el caudal obtenido aun cuando variemos la altura a la que se desea bombear.

Al comparar los resultados obtenidos con las especificaciones técnicas suministrada por el fabricante (SunPumps) se ha comprobado que ambas coinciden dentro de ciertos márgenes de error que son lógicos debido a la simplicidad del sistema de medición. En la

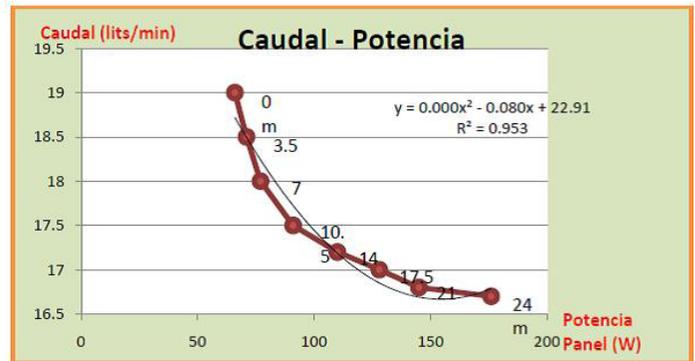
toma de datos de caudales (tomados con un Rotámetro) se ha cometido un error dado que el rotámetro no es digital y dificultad la exactitud de la medición.



Con esta simplicidad del sistema de bombeo directo se considera que la experiencia ha sido un éxito, en cuanto

a la defensa de la implantación de este tipo de equipos para países con recursos económicos reducidos, es sin duda, una solución óptima para aquellas comunidades de nuestro país que necesitan de unas cantidades de agua moderadas a diario (abastecimiento de agua potable).

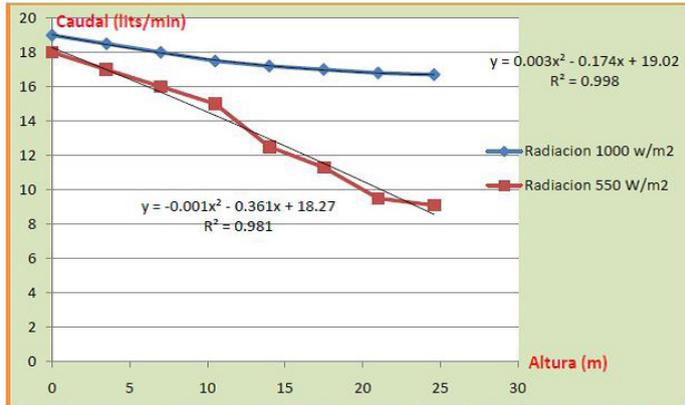
Potencia del panel (w)	Caudal (lits/m)	Altura Manometrica (m)
66	19	0
71	18.5	3.5
77	18	7
91	17.5	10.5
110	17.2	14
128	17	17.5
145	16.8	21
176	16.7	24



Medida	PSI	Altura Manometrica (m)	Irradiación (Wm ²)	Tensión Bomba (V)	Intensidad Bomba (A)	Potencia Motor (Wats)	Potencia del panel	Caudal (lits/min)
1	0	0	1000	30.50	1.83	55	66	19.00
2	2	3.5	1000	30.50	1.98	59	71	18.50
3	10	7	1000	30.50	2.10	64	77	18.00
4	15	10.5	1000	30.50	2.50	76	91	17.50
5	20	14	1000	30.50	3.02	92	110	17.20
6	25	17.5	1000	30.50	3.50	107	128	17.00
7	30	21	1000	30.50	3.97	121	145	16.80
8	35	24.6	1000	30.50	4.50	137	176	16.70
1	0	0	500	30.40	1.99	61	73	18.00
2	5	3.5	500	30.40	2.54	77	92	17.00
3	10	7	500	29.60	2.80	83	100	16.00

4	15	10.5	500	27.00	3.03	82	98	15.00
5	20	14	500	23.50	3.26	77	92	12.50
6	25	17.5	500	22.70	3.54	80	96	11.30
7	30	21	500	18.50	4.30	79	95	9.50
8	35	24.6	500	18.10	4.66	84	101	9.10

Tabla 9: datos experimentales

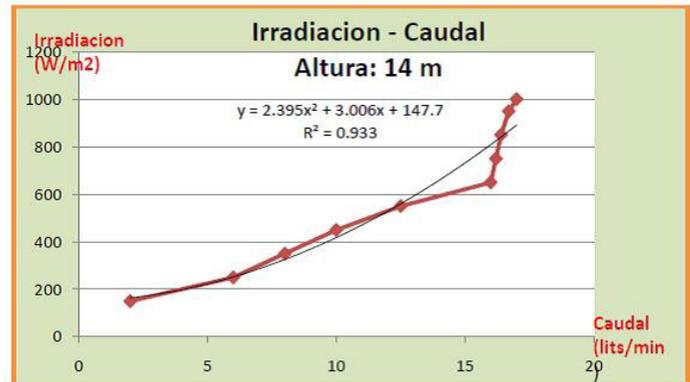


Gráfica 3: Caudal-Altura (Para irradiación de 1000 y 500 W/m² respectivamente)



Medición	Irradiación (W/m²)	Potencia de la Bomba (W)	Caudal (l/min)
1	150	21	2
2	250	44	6
3	350	49	8
4	450	61	10
5	550	76	12.5
6	650	100	16
7	750	102	16.2
8	850	104	16.4
9	950	105	16.7
10	1000	106	17

Tabla 11: Datos obtenidos para una altura manométrica de 14 m (altura del ensayo)



CONCLUSIONES

El prototipo fue dimensionado e instalado en el Laboratorio de Energías Renovables y se mostró como una herramienta didáctica confiable y práctica para determinar el comportamiento de sistemas de bombeo. Con la finalidad de caracterizar el prototipo, se usaron instrumentos de medición que posibilitaron la determinación de las características eléctricas del generador (panel fotovoltaico) y las características hidráulicas de la bomba. Se monitoreó el sistema instalado a fin de precisar el máximo y mínimo caudal posible, según los niveles de irradiación proporcionados por los módulos fotovoltaicos.

Se realizó una serie de ensayos con bombeo directo (panel solar) y Baterías, con la bomba accionadas con motor de corriente continua de 24 V y baja potencia, que permitió la caracterización del sistema y el comportamiento del conjunto motor-bomba. El comportamiento presentado por la bomba resultó ser el esperado, según lo especificado por la bibliografía especializada y las características informadas por el fabricante de la bomba.

Existió cierta dificultad para la validación del prototipo (captura de datos de la radiación), pero aun así se determinaron las máximas variaciones de caudal, altura, potencia e irradiación.

En relación a la hipótesis de esta investigación podemos decir que se ha cumplido, pues los resultados del experimento han brindado los datos que permiten asegurar el cumplimiento y sentenciar con toda seguridad que, “En los sistemas de bombeo fotovoltaico, el caudal de agua y la potencia de la bomba, es directamente proporcional a la radiación solar incidente en el plano del generador fotovoltaico, e inversamente proporcional a la altura manométrica”. Es importante mencionar que el prototipo está cumpliendo con su principal objetivo que es de ser utilizado como medio didáctico, puesto que ya se está

entrenando estudiantes en el estudio de estos sistemas, manipulando el sistema y enseñándoles a la toma de datos de los principales parámetros de medición y dimensionado.

RECOMENDACIONES

En relación a la utilización de este prototipo como medio didáctico, se consideran importantes las siguientes recomendaciones:

1. El docente deberá tener conocimientos sobre los sistemas de bombeo accionados con energía solar.
2. Realizar un guion de laboratorio, en el que se incluya de forma detallada todo el procedimiento de la práctica a realizar.
3. Tomar en cuenta las medidas de seguridad, para evitar accidentes en el laboratorio.
4. Se debe promover el aprendizaje básico, sobre las energías renovables, de forma manipulativa para conseguir un aprendizaje más significativo y duradero.
5. Utilizar este prototipo, para realizar mediciones en configuraciones distintas, es decir ensayos con baterías y con paneles solares.
6. Hacer mejoras en el prototipo siempre que, se consideren necesarios, esto permitirá entrenar estudiantes y profesionales en este campo.

BIBLIOGRAFÍA

- Abella, M. (2005) “Sistemas Fotovoltaicos: Introducción al diseño y dimensionado de instalaciones de energía solar fotovoltaica”. 2 ed
- Arnalich, Santiago. (2008). “La instalación de un sondeo” I ed.
- Cervantes, J. (2009). Estudio de Sistemas de Bombeo. Cedenit. Cuernavaca, Morelos, México.
- Gasquet, H. (2004). Conversión de la Luz Solar en Energía Eléctrico. Manual teórico y práctico sobre los sistemas Fotovoltaicos. Cuernavaca, Morelos.
- Graham, Barrientos, Briones, Foster, Ascencio & Arango (2001). “Guía para el desarrollo

- de proyectos de bombeo de agua con energía fotovoltaica”. Sandia National Laboratories.
- Miranda, Villegas, Buitrago, Barrau, Gonzales, Vargas & Alcázar (2009). Energía Solar Fotovoltaica, 3a Ed.
- SDS Series Pumps and PCA Series Pump Controllers. www.sunpumps.com. 10 de julio de 2012
- Vera, Steigleder, Aeberhard, & Benítez (2006). Bancada de Ensayo para Determinar el Desempeño de SBFV de Baja Potencia. Universidad Nacional de Nordeste, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil.
- Vilora, J. Motores eléctricos. Accionamiento de Máquinas. 30 Tipos de Motores.4ª edición. Thomson . p. 110.

Resumen del conversatorio sobre Geopolítica: Los casos de Medio Oriente y Ucrania con el Dr. Augusto Zamora. Ex embajador de Nicaragua en España

Eduardo López¹

A inicios de septiembre del año en curso, el Dr. Augusto Zamora, ex-embajador de Nicaragua en España, conversó con docentes y estudiantes de nuestra facultad, sobre temas de carácter internacional y que hoy están siendo focos de tensión. Se refirió a la compleja problemática que hoy vive el Medio Oriente y las diferentes posiciones políticas, religiosas, económicas y étnicas, donde cada país de la zona, defiende sus intereses que se remonta siglos atrás, también se refirió a los casos de Crimea y Ucrania, a los países emergentes, América Latina y desde luego a Estados Unidos como potencia generadora de conflictos en el mundo. Hizo alusión a la geografía, como disciplina de enorme importancia en la actualidad, señalando a propósito de lo geográfico, que el continente americano, tenía una situación muy particular dado que era el más aislado del mundo y que eso tenía sus consecuencias en la realidad geopolítica actual.

En cuanto al Medio Oriente, empezó historiando que en el año 632, el profeta Mahoma, máximo líder de la religión musulmana, proclamó a su yerno Alí como su sucesor espiritual y político, con lo cual comenzó una disputa entre dos vertientes que desde ese momento están divididas: los chiitas y los sunitas. Los primeros creían que el sucesor debía ser descendiente directo de Mahoma, mientras que para los segundos interesaba una persona justa que no necesariamente debía tener el linaje de su líder. Es importante señalar, que entre los siglos VIII y XIV, los árabes controlaban el mediterráneo y tenían una posición muy visible en cuanto al desarrollo de la ciencia.

Irak cuyo gobierno es chiita, enfrenta la resistencia sunita y sobre todo la más radical que es el Estado Islámico, que reclama el regreso al Islam pero con posiciones radicales, a esto se agrega dentro de Irak, los Kurdos. En Iraq hay alrededor de cuatro millones de kurdos, los que no tienen un interés religioso, sino que históricamente buscan su independencia y la conformación de un Estado, el Kurdistán, que abarca regiones de Iraq, Turquía, Irán, Siria y Armenia. En el conflicto actual, los kurdos defienden Kurdistán y sus fronteras, las cuales han estado en peligro ante los ataques de ISIS (Estado Islámico) en ciudades fronterizas. En algunas de estas urbes, el ejército iraquí bajó las armas y huyó, por lo que los peshmerga –milicia kurda- ha tomado control de estas zonas, principalmente Kirkuk, uno de los principales centros petrolíferos. Los Kurdos también viven en Irán y Siria.

En cuanto a Siria, que son mayoría Chiita apoya al actual gobierno de Irak en contra del Estado Islámico, pero también Siria es visto como una amenaza por Estados Unidos en la región y es acusado de madurar cianuro para armas nucleares y amenazar sobre todo a Israel quien representa los intereses de Norteamérica en la zona. Los Sirios enfrentan también las amenazas del Estado Islámico, son religiosamente Alauditas tienen una visión particular de los fundamentos del islam, por lo que muchos musulmanes los consideran herejes, la gobernante familia al Asad en Siria pertenece a esta rama.

¹ UNAN-Managua/FAREM-Estelí Correo electrónico: edulopez26@yahoo.es

Arabia Saudita, también representa los intereses de Estados Unidos y al contrario de Irán, Arabia Saudita tiene una población mayoritariamente sunita. Este país ha acusado a Al Maliki (Presidente de Irak) de llevar a cabo políticas sectarias y excluyentes en detrimento de la comunidad sunita en Iraq. Maliki considera que Arabia Saudita es quien brinda apoyo moral y financiero al Estado Islámico. Otro Estado que se cree apoya al Estado Islámico en Qatar, a Turquía se le considera como el corredor por donde fluyen las armas para los rebeldes islamitas, quienes como parte de sus acciones repudiables desde todo punto de vista, han decapitado a periodistas de Estados Unidos, Reino Unido y Francia.

El Dr. Zamora indicó que la problemática del Medio Oriente, cuenta con el respaldo de Rusia y China, potencias mundiales que están viviendo coyunturas muy particulares, la primera, está asistiendo a un resurgimiento, después de la caída de la URSS en 1989 y en el marco de ese resurgimiento, esta enfrentada con la Unión Europea y Estados Unidos, siendo las causa de ese enfrentamiento, los territorios de Crimea y Ucrania, territorios de origen ruso que en el contexto de la federación rusa que surge con la revolución bolchevique de 1917, fueron delimitados como el caso de Ucrania por Lenin en 1921 y Crimea que paso a ser parte de Ucrania en 1954, decisión tomada por Nikita Kruschev, primer Secretario del Partido Comunista de la URSS (PCUS). La anexión actual de Crimea a Rusia decidida por Vladimir Putin y la compleja situación de Ucrania, ha llevado a tensar las relaciones de occidente con Rusia, donde Estados Unidos que encabeza las amenazas, tiene como punta de lanza a la OTAN (Organización del Tratado del atlántico Norte) para mantener el asedio contra Rusia que incluye el aspecto económico.

En el caso de China, Zamora indico que este país será en las próximas décadas, más temprano que tarde, la primera potencia del mundo, que ya supera a Estados Unidos en muchos renglones como es el caso de la energía, no obstante, tiene todavía limitaciones como la pobreza y en el campo tecnológico. Expreso que entre ambas potencias hay una relación simbiótica.

También se refirió al surgimiento de potencias regionales como Rusia, Irán, India, Brasil, etc. las que están configurando un nuevo mapa geopolítico y económico mundial y que ya pesan en el concierto internacional en aspectos de enorme relevancia como el petróleo, materias primas, el comercio mundial, industria, etc. Además hay que considerar dijo, el potencial que tiene Asia en términos económicos y su presencia en los mercados mundiales.

En cuanto a América Latina, indicó que es un subcontinente con muchas ventajas comparativas y sobre todo en materia de biodiversidad tan fundamental en este siglo XXI que es amenazado por la globalización.

Finalmente señalo que Estados Unidos sigue siendo el imperio desestabilizador del planeta, para lo cual ha organizado coaliciones como es el caso de Afganistán, conflicto militar que duró 14 años, dos coaliciones contra Irak, otra para la destrucción de Libia y la actual en el medio oriente.

Turismo, niñez feliz y cultura: tres ejemplos de animación socio-cultural

Ana Teodora Tellez¹

Para Ander-Egg, 2005, la animación sociocultural es una tecnología social basada en una pedagogía participativa, para actuar en diferentes ámbitos de la calidad de vida, promoviendo, alentando y canalizando la participación de las personas en su propio desarrollo sociocultural. Su objetivo final es “concientizar, organizar y movilizar al pueblo para transformarlo en agente activo de su propia promoción y, en la medida de lo posible, para hacerlo consciente de su rol histórico”.

Al respecto, en Nicaragua nuestro Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, en aras de ir construyendo un nuevo modelo económico, social, político y cultural para la restitución de los derechos de los nicaragüenses; promueve, organiza y asegura actividades lúdicas a las familias nicaragüenses desde diferentes ámbitos de animación.

Como bien lo afirma Murillo, 2013, nuestro país está viviendo “nuevos tiempos”, tiempos de oportunidades para ser beneficiarios de proyectos socio-educativos, socioeconómicos y socioculturales. Un ejemplo de animación socio-cultural son las ferias o expo ventas agropecuarias y de productos artesanales locales, auspiciadas por el gobierno nacional y local. Mediante estas actividades los pequeños y medianos productores tienen la oportunidad de promocionar y vender sus productos elaborados en sus pequeñas industrias.

En el marco del 123 aniversario de la fundación de la ciudad de Estelí, en los meses de noviembre y diciembre se realizan una serie de actividades conmemorativas. Este año 2014 el lema es, “Celebrar las fiestas navideñas con seguridad, solidaridad, paz, en Familia y Comunidad, promoviendo desde diferentes espacios el Turismo Cultural del Municipio de Estelí”.

Dentro de las actividades conmemorativas, destacan los concursos de comidas navideñas, juegos populares tradicionales y deportivos, noches de compras navideñas, fiestas hípicas, celebración de la Purísima en honor a la Virgen María que incluye el diseño y montaje de altares en los tres distritos de Estelí, ciclorutas ecológicas con la realización de recorridos en bicicletas por senderos en reservas naturales. Las mismas son organizadas por el Gabinete Departamental de Turismo (GDT) en el que están representadas las diferentes instituciones del estado, incluida nuestra Facultad Regional Multidisciplinaria (FAREM) Estelí.

Así mismo, con el desarrollo de estas actividades, se impulsa y promocionan lugares turísticos, las pequeñas y medianas empresas de artesanía como cuero y calzado, madera, textil y marmolina. Todo ello dirigido al rescate de la cultura de la región norte en todas sus expresiones. También estos espacios son aprovechados para promover la gastronomía, y nuestra cultura musical, entre otros aspectos.

¹ Estudiante de Doctorado en Educación e Intervención Social en UNAN-Managua. Correo Electrónico: ana.tellezf@yahoo.com

En este mismo orden, nuestro gobierno revolucionario ha creado desde hace cuatro años en Managua el Parque de la Niñez Feliz, para la diversión y entretenimiento gratuito de los niños pobres. Inicialmente el gobierno trasladaba a la población en buses hasta la capital, no obstante, los niños de las regiones más alejadas de la capital no podían gozar de este derecho. A fin de que todas las familias nicaragüenses puedan disfrutar de esta actividad recreativa, nuestro gobierno decidió trasladar el Parque de la Niñez Feliz a otras cabeceras departamentales.

De esta forma, se está promoviendo la sana recreación de familias de escasos recursos económicos, de diferentes departamentos del país, que antes no tenían acceso a este tipo de entretenimiento. Este beneficio sociocultural hace feliz a la niñez, a la adolescencia y a las personas adultas. También beneficia a trabajadores del comercio informal.

Como bien plantea Ander-Egg, 2005, “lo que se busca a través de la animación es desatar un proceso de dinamización que estimule la creación individual y ofrezca a cada individuo la posibilidad de ir ampliando su protagonismo en su propio desarrollo cultural y social, en un contexto de participación conjunta...”. Un ejemplo más de animación socio-cultural en el contexto nacional, que para mí resulta muy significativo, es el Movimiento Cultural Leonel Rugama de la Juventud Sandinista 19 de Julio. Este movimiento está orientado al rescate de nuestra cultura y el arte de forma inclusiva, fomentando la responsabilidad social compartida.

Como se sabe, los gobiernos neoliberales han promovido la transculturización en perjuicio de nuestra identidad nacional, por lo que, la Juventud Sandinista con el apoyo del gobierno revolucionario, trabaja para conservar y difundir el patrimonio cultural, evitando así uno de los efectos nocivos del fenómeno de la globalización. Algunos de los eventos de dicho movimiento cultural son: danza, videos sobre la vida y obra de Benjamín Zeledón y el comandante Ernesto “Che” Guevara, galería fotográfica “Nuestra Historia, Nuestra Revolución”, entre otros.

Para concluir, es necesario enfocar la docencia mediante la animación sociocultural, a fin de promover valores como la libertad de expresión, el respeto a las ideas y especialmente el gusto por el aprendizaje desde una perspectiva lúdica, creativa, crítica y prospectiva. Eso sí, teniendo en cuenta que no pueden animar quienes no son capaces de establecer relaciones interpersonales con sus iguales.

En fin, el ingrediente pedagógico está en hacer agradable el discurso, ser creativo, capaz de motivar, generar entusiasmo e incitar a la acción; en redactar los contenidos en forma amena y en establecer un diálogo horizontal y negociación en igualdad de condiciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Egg, A. (2005) Perfil del animador socio-cultural. Buenos Aires: Lumen Hvmanitas.
- Murillo, R (2013) Los nuevos tiempos. Managua: Consejo de Comunicación y Ciudadanía.
- Rivas, R.L (2013). Miles de niños y niñas disfrutaron segundo día de Parque de la Niñez Feliz en Estelí. Disponible en <http://www.el19digital.com/index.php/galerias/ver/227/inauguracion-de-parque-de-la-ninez-feliz-en-esteli>

Oportunidades existentes para proyectos de intervención socio-educativa en Nicaragua

Ana Teodora Tellez¹

Considero que Nicaragua en los últimos treinta años ha cambiado sustancialmente en los diferentes ámbitos: social, económica, política, ecológica y espiritualmente. El período del neoliberalismo, del capitalismo salvaje, de los años 90 y parte de los 2000 sólo favorecía a la clase empresarial, pues su economía estaba pensada para hacer más pobres a los pobres y más ricos a los ricos.

Ese cambio tan necesario se debe a la voluntad política de nuestro Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, del FSLN, cuyo proyecto político cristiano, socialista y solidario, está sustentado en valores de cara a la restitución de los derechos y al fortalecimiento de capacidades, a fin de revertir los niveles de pobreza en que está sumida nuestra población.

Es así como, nuestro gobierno ha venido creando condiciones favorables para el desarrollo integral del país. Uno de los factores que ha ayudado mucho, en este sentido, es la participación de Nicaragua como miembro del bloque de países que integran la Alternativa Bolivariana para las Américas (ALBA). Ello ha favorecido el impulso de programas y proyectos dirigidos a todos los sectores, incluido el educativo. En este último, se reflejan mayores facilidades y oportunidades para la planificación y ejecución de proyectos de intervención socio-educativa.

Un ejemplo de lo expresado anteriormente, es el del programa amor para los más chiquitos y chiquitas. Esta estrategia socio-educativa dirigida a las madres y padres de familias tiene como objetivo fortalecer sus conocimientos sobre el cuidado de sus hijos e hijas, desde la gestación hasta los seis años de edad.

De igual forma, ha sido posible la intervención socioeducativa a nivel de todos los subsistemas educativos, teniendo como finalidad una mayor incidencia en la solución de problemas sociales y ambientales. Entre éstos destacan: programas de educación ambiental (manejo de agua, residuos sólidos y líquidos, tabaquismo), saneamiento ambiental, campaña de reforestación nacional, violencia intrafamiliar y seguridad alimentaria nutricional. Además, en la educación inicial y primaria se cuenta con el programa de nutrición escolar.

Así mismo, el Ministerio de Educación (MINED) cuenta con el Plan Estratégico de Educación para el quinquenio 2011-2015. El mismo tiene como finalidad, el direccionamiento e implementación de políticas orientadas a una transformación educativa integral. Éste está enfocado al desarrollo de la educación como un derecho humano fundamental, inclusivo y articulado, que busca superar los vicios del modelo aplicado por los gobiernos neoliberales.

¹ Estudiante de Doctorado en Educación e Intervención Social en UNAN-Managua. Correo Electrónico: ana.tellezf@yahoo.com

En lo que concierne a la educación superior, especialmente en las universidades estatales beneficiarias del 6%, se cuenta con mayores facilidades y oportunidades para el desarrollo de proyectos de intervención socioeducativa. Esto se ve favorecido por las relaciones interinstitucionales, con otras universidades, tanto a nivel nacional como internacional, así como con el sector empresarial. Todo ello, como producto de las políticas articuladoras impulsadas por el gobierno revolucionario y sobre todo por su voluntad política de realizar las transformaciones necesarias, que aseguren el bienestar de todas y todos los nicaragüenses.

También esto se enmarca en los objetivos del milenio, pues se ha mencionado que el siglo XXI, es el siglo del conocimiento, o más bien, de la educación, una educación inclusiva, una educación para la democracia, una educación para la libertad y para la sostenibilidad.

Lo anteriormente expuesto, configura escenarios más favorables en donde se presentan más facilidades y oportunidades para que la universidad formule y ejecute programas, proyectos y acciones de intervención socioeducativa; con miras a aportar a la solución de problemas socioeconómicos y socioambientales.

En este nuevo contexto, la Facultad Regional Multidisciplinaria (FAREM) Estelí, UNAN-Managua, viene impulsando una serie de proyectos de intervención socioeducativa. Entre éstos se destacan, la universidad en el campo, el desarrollo de programas a nivel de pregrado y postgrado dirigido al desarrollo de capacidades en organizaciones o instituciones del estado implicadas en la gestión integral de riesgo y cambio climático con enfoque de género y gobernabilidad.

Además, se han realizado acciones de educación ambiental dirigida a grupos de estudiantes de primaria, secundaria y universidades privadas. Se ha participado en campañas educativas a nivel de la comunidad relacionadas con el saneamiento ambiental para la conservación del entorno y disminución de la vulnerabilidad frente a los riesgos de contaminación.

Y por último, considero importante mencionar el énfasis que la universidad le está imprimiendo al eje de investigación en el área socioeducativa y socioambiental, incidiendo de esta manera en la solución de problemas concretos con miras al desarrollo integral de la nación. Esto en la búsqueda de la superación de la dependencia científica y tecnológica, para alcanzar un desarrollo económico con equidad social, justicia social, y respeto al medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- GobiernodeReconciliaciónyUnidadNacionalUnidaNicaraguaTriunfa(2011)PolíticaNacionaldePrimera Infancia Amor por los más Chiquitos y Chiquitas. Recuperado de http://www.mined.gob.ni/index.php?option=com_content&view=article&id=667%3AChiquits&catid=96%3Avarios&Itemid=55.
- MINED (2011) Plan Estratégico de Educación 2011-2015. Recuperado de http://www.mined.gob.ni/Documents/Document/2013/pee2011_2015.pdf.
- Murillo, R (2013). Los nuevos tiempos. Managua: Consejo de Comunicación y Ciudadanía.

Para muestra un botón: ejemplos de animación sociocultural

Graciela Farrach¹

El presente trabajo tiene como objetivo describir dos ejemplos de animación socio-cultural; uno en el entorno municipal y otro a nivel nacional. Para ejemplificar mejor, consideramos importante definir, a grandes rasgos, qué es la animación sociocultural.

Según Egg (2005), existe animación socio-cultural cuando se promueven y movilizan recursos humanos, mediante un proceso participativo, que desenvuelve potencialidades latentes en los individuos, grupos y comunidades. Partiendo de este concepto, describimos a continuación un ejemplo de animación socio-cultural realizado en el municipio de San Rafael del Norte, Jinotega.

En el municipio en mención se realizaban fiestas tradicionales y religiosas en honor al Santo Patrono, San Rafael Arcángel. Hablamos en pasado porque a partir de 1990 se dejaron de realizar las tradicionales corridas de toros, chinamos, juegos infantiles, presentaciones circenses, etc. El motivo por el cual se suspendieron estas tradiciones fue el cambio de fecha de la celebración religiosa por parte del Concilio Vaticano II, presidido por Juan XXIII, en mil novecientos setenta y dos. En ese entonces se dispuso celebrar a San Rafael Arcángel el 29 de septiembre y no el 24 de octubre, fecha en que por años se festejó con muestras de expresión religiosa y tradiciones culturales.

Muy a pesar de las disposiciones de la Santa Sede, los pobladores continuaban celebrando sus fiestas patronales, haciendo caso omiso a las disposiciones eclesiásticas. Pero todo cambió en 1990, al asumir el gobierno de Doña Violeta Barrios de Chamorro, la Iglesia obedeció al pie de la letra, trasladando la celebración. Es así que, la tradición pasó a formar parte del recuerdo de los sanrafaelinos, que solamente se limitaban a cuestionar la imposición eclesial.

Pero, de 2013 a la fecha, los sanrafaelinos volvieron al rescate de sus tradiciones ancestrales, gracias al trabajo coordinado entre la Alcaldía municipal, la Iglesia Católica, el gabinete de la familia y población en general. Se realizaron diversas actividades recreativas y culturales en las que fue notoria la participación de pobladores, sobre todo de niños y jóvenes, que por primera vez presenciaban este tipo de eventos. La actividad que más llamó la atención fue “El arca de Noé”, en la que se colectaron donativos de todo tipo entre la población, desde ganado en pie, cerdos, gallinas y granos básicos, hasta electrodomésticos. Luego estos productos fueron adquiridos por los pobladores por un valor de diez córdobas. Lo recaudado se destinó a la realización de obras sociales y religiosas.

Además se realizó exposición de artesanías, elección y coronación de la reina de las fiestas patronales, desfile hípico, tertulia, fiesta popular y un espacio de entretenimiento a la niñez y juventud promovido por la municipalidad, que donó a la población un día de juegos mecánicos del Play Land Park Internacional. Como lo explica Rivera (2013), “¡Con unidad y entendimiento se logró el abrazo con nuestra historia!”

¹ Estudiante de Doctorado en Educación e Intervención Social en UNAN-Mangua. Correo Electrónico: gfarrach@gmail.com

Por otro lado, en el contexto nacional, citaremos otro ejemplo de animación socio-cultural, como es el Programa Educativo, Laboral, de Salud y Cultural del Adulto Mayor (PELSCAM), que desde 2007 impulsa el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS). Este tiene su fundamento en la Ley orgánica de la Seguridad Social en Nicaragua, que establece el desarrollo de programas para brindar una vejez alternativa, para una mejor adaptación a las condiciones de vida de las personas jubiladas.

El PELSCAM se caracteriza por promover la formación educativa sobre aspectos bio-psico-sociales del proceso de envejecimiento, potenciando una cultura de envejecimiento activo, digno, saludable y exitoso. Al mismo tiempo, el programa permite la mejora de los ingresos económicos y de la calidad de vida de los beneficiarios, a través de su participación en proyectos productivos, con fondo semilla revolvente, que les permite la inserción al mercado laboral. En el aspecto de salud, el programa monitorea y supervisa los establecimientos de salud en los que se atienden al adulto mayor, con miras a la mejora de este servicio.

En el ámbito cultural, se promueven actividades recreativas y culturales con adultos mayores, encaminadas a rescatar la identidad, autoestima, experiencia y capacidad de las personas de la tercera edad. De ahí que, entre los resultados de impacto reflejados en la ejecución del PELSCAM están: presentaciones artísticas de jubilados, incluyendo en el Teatro Nacional Rubén Darío; charlas educativas sobre salud, nutrición y autoestima; participación de adultos mayores en iniciativas productivas y expo-venta de productos elaborados por ellos mismos.

Retomando la definición de Egg (2005), podemos decir que las actividades mencionadas son ejemplos de animación socio-cultural, porque involucran a los individuos; al tiempo que desarrollan en ellos potencialidades latentes, partiendo de un proceso participativo que involucra al gobierno, la comunidad, instituciones religiosas, partidos políticos, entre otros; de una forma coordinada y con miras no sólo a la recreación, sino también al rescate de las tradiciones culturales y religiosas.

BIBLIOGRAFÍA

- Egg, A. (2005) Perfil del animador socio-cultural. Buenos Aires: Lumen Hvmanitas.
- Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (2013) Programa Educativo, Laboral, de Salud, y Cultural del Adulto Mayor. Disponible en <http://www.inss.gob.ni/index.php/programas-35/pelscam>
- Rivera, A. (2013). Nos reconciamos con la historia. El Nuevo Diario. 31 de octubre de 2013. Disponible en: <http://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/300641-reconciamos-historia>.

Nuevos tiempos para proyectos de intervención socio-educativa en Nicaragua

“Porque llega el momento en que han de cantar nuevos himnos lenguas de gloria”

Rubén Darío

Graciela Farrach¹

Nicaragua hoy vive nuevos tiempos. Atrás han quedado los años de gobiernos neoliberales, de economías pensadas en favorecer a la clase empresarial, de empobrecimiento y saqueo a los bienes del estado. Con el triunfo del gobierno del Comandante Daniel Ortega Saavedra, se ha consensuado un Modelo de Gobierno Cristiano, Socialista y Solidario, que plantea un cambio de valores, actitudes, prioridades, estilo de gobierno, relaciones de poder y políticas. La finalidad de estas políticas es el desarrollo integral del ser humano y las familias nicaragüenses, en sus condiciones históricas, culturales, sociales y de políticas nacionales y regionales del presente siglo.

Partiendo de este contexto, podemos decir que nuestro país está experimentando cambios sustanciales en todos los ámbitos, y la educación no es la excepción. Esos “nuevos tiempos” a los que alude Murillo (2013), son tiempos de oportunidades para la planificación y ejecución de proyectos de intervención socio-educativa en Nicaragua.

El Ministerio de Educación cuenta con el Plan Estratégico de Educación 2011-2015, en el que se plantean una serie de acciones con los subsistemas de educación básica, media, superior y técnica; a fin de mejorar el proceso educativo y construir en conjunto un sistema educativo coherente, integral y complementario.

Un claro ejemplo de esto es la Política Nacional para la Primera Infancia “Amor para los más chiquitos y chiquitas”, que forma parte del Sistema Nacional de Bienestar Social y tiene como objetivo fundamental la realización de acciones para la restitución de derechos, mejorar las prácticas de crianza, cuidado y protección a la niñez de 0 a 6 años. El solo hecho de que esta sea una política nacional, y no un programa aislado, permite el cumplimiento de la misma a través de la coordinación interinstitucional entre el MINED, MINSA y MIFAM.

Además de la intervención de las instituciones estatales, la comunidad juega un papel fundamental en la realización de acciones contenidas en el programa Amor para los más chiquitos y chiquitas. Precisamente, el Modelo del Poder Ciudadano impulsa la participación protagónica de la comunidad, restituyéndole su derecho de voz y voto en la toma de decisiones trascendentales para la nación.

El programa en mención es sólo uno de los que impulsa el Gobierno, pero quizás uno de los más importantes por el hecho de potenciar las capacidades la niñez, con actividades pedagógicas curriculares y espacios su para el desarrollo integral.

¹ Estudiante de Doctorado en Educación e Intervención Social en UNAN-Mangua. Correo Electrónico: gfarrach@gmail.com

Yéndonos al otro extremo, pasamos a comentar sobre la educación universitaria. Esta ha sido víctima de los gobiernos neoliberales, al punto de tener que recurrir a protestas para recibir de forma parcial el presupuesto anual destinado por ley, lo que costó la sangre de estudiantes y trabajadores.

Afortunadamente ese sombrío panorama es cosa del pasado, pues desde 2007 el 6% del Presupuesto General de la República se ha garantizado a las universidades públicas. Esta es una gran oportunidad para las instituciones de estudios superiores subsidiadas por el estado, y se traduce en inversiones para el mejoramiento de la calidad educativa, infraestructura, laboratorios, becas, entre otras. Esto beneficia a la sociedad en general, pues las inversiones en educación regresan a la comunidad a través de profesionales capacitados en conocimientos científicos y valores morales; dispuestos a servir desde sus competencias, en la resolución de problemas y aportar al desarrollo socioeconómico del país.

Por lo expuesto, podemos concluir que Nicaragua cuenta con facilidades contextuales y muchas oportunidades para continuar realizando proyectos de intervención social. Los nuevos tiempos llegaron, como lo auguró Darío en el poema Salutación del optimista. En nuestras manos está asumir un rol activo y participativo en la ejecución de las acciones propuestas, a fin de construir juntos la nación anhelada por nuestros héroes y mártires.

BIBLIOGRAFÍA

- GobiernodeReconciliaciónyUnidadNacionalUnidaNicaraguaTriunfa(2011)PolíticaNacionaldePrimera Infancia Amor por los más Chiquitos y Chiquitas. Recuperado de http://www.mined.gob.ni/index.php?option=com_content&view=article&id=667%3AChiquits&catid=96%3Avarios&Itemid=55
- MINED (2011) Plan estratégico de Educación 2011-2015. Recuperado de http://www.mined.gob.ni/Documents/Document/2013/pee2011_2015.pdf.
- Murillo, R (2013) Los nuevos tiempos. Managua: Consejo de Comunicación y Ciudadanía.



Facultad Regional Multidisciplinaria Estelí
B°. 14 de Abril, contiguo a subestación planta ENEL
Estelí, Nicaragua.

Contacto principal: MSc. Beverly Castillo Herrera
Tel.: 2713 -7734 - Ext. 7421 / e-mail: beverly.castillo@yahoo.com