

APROXIMACIÓN A LA GEORREFERENCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN EMPRESARIAL

APPROXIMATION TO GEORREFERENTIATION FOR BUSINESS RESEARCH

Autor 1. Myriam Lucía Pineda González

Perfil e Institución: Docente Ocasional – Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0633-8040>

Correo electrónico: myriam.pineda@unad.edu.co

RESUMEN

En el presente documento explora la definición y las potencialidades de la georreferenciación para la investigación en ciencias sociales, específicamente para el análisis del sistema empresarial.

Los instrumentos de información georreferenciados se usan en muchas áreas del conocimiento, para las ciencias empresariales y sociales, especialmente en un país tan diverso y con tantos asuntos por analizar territorialmente, resultan muy pertinentes y con mucho por explorar:

de acuerdo con (Pineda Gonzalez & Matallana Kuan, 2017):

Más recientemente con el incremento de la cantidad información, se hace necesaria la organización y procesamiento de datos, desde distintas ramas de conocimiento se han fortalecido tendencias que lo permitan, es así como ahora se puede tener acceso a otras disciplinas académicas para mejorar el análisis complejo de la realidad, tal es el caso de la Neogeografía, la cual está entrando a ser corrientemente utilizada como herramienta para construir criterios guía para la toma de decisiones del estado, de las empresas y agentes económicos.

Palabras clave: Neogeografía; Información georreferenciada; Investigación empresarial; Encuestas georreferenciadas.

ABSTRACT

This document summarizes and exemplifies the potential of the use of georeferencing tools for social science research, specifically for the analysis of the business system.

Georeferenced information tools are used in many areas of knowledge, for business and social sciences, especially in such a diverse country and with so many issues to analyze territorially, they are very pertinent and with much to explore, according to (Pineda Gonzalez y Matallana Kuan, 2017, p. 3):

More recently with the increase in the amount of information, it is necessary to organize and process data, from different branches of knowledge have strengthened trends that allow it, this is how you can now have access to other academic disciplines to improve the complex analysis of reality, such is the case of Neogeography, which is currently being used as a tool to build guiding criteria for decision making by the state, companies and economic agents.

Keywords: Neogeography; Geo-referenced information; Business research; Georeferenced surveys.

METODOLOGÍA

En este documento se presenta una revisión bibliográfica que busca delimitar el concepto y los posibles usos de la georreferenciación para la investigación empresarial.

RESULTADOS

Tal como se evidencia en la ponencia "Neogeografía en investigación empresarial", (Pineda Gonzalez & Matallana Kuan, 2017): "todo análisis de organizaciones empresariales involucra un volumen de factores y relaciones cuyas proporciones pueden superar capacidades de análisis de los investigadores, entonces puede resultar útil, en el estudio de un proceso empresarial específico, establecer visualizaciones de elementos y considerar el análisis espacial relacionando variables y su comportamiento en territorios específicos".

Hasta hace un tiempo la información geográfica no era de fácil acceso y los mapas tradicionales impresos solo se actualizaban en periodos distantes, en la presente década diversas organizaciones han desarrollado bases de datos georeferenciales y sistemas de información geográfica, de manera colaborativa.

En línea con el aumento de las posibilidades de acceso a gran cantidad de datos, la mayoría referenciados geográficamente, se han abierto campo las "Humanidades digitales", es así como presenta (Bauch, 2017), la idea de que los estudios en humanidades han ido buscando la representación espacial como método para plantear nuevas preguntas y revelar nuevos conocimientos, a partir de conjuntos de datos recién creados.

Tal como lo ha resaltado en sus recientes obras, Andrés Openheimer: "la innovación pertinente en la región latinoamericana es muy urgente, dado que el siglo XXI será el de la economía del conocimiento" (Oppenheimer, 2011), en donde lo importante ya no será la obtención de datos, sino la capacidad de analizarlos e integrarlos adecuadamente en procesos de toma de decisiones.

Dentro de los nuevos paradigmas en manejo de información, en el tema geográfico se destaca la neogeografía, en donde de acuerdo con Pueyo-Campos et al: "se da una reconsideración de la ciencia geográfica para su utilización por parte de usuarios inexpertos", quienes pueden tener acceso a técnicas y herramientas de uso tanto personal como comunitario, por medio de las cuales pueden conocer, interpretar y generar información que favorezca la participación, la gobernanza y la democracia colaborativa. (Pueyo-Campos et al., 2016)

La introducción de nuevos usos de la geografía no es una situación excepcional ya que en otras áreas del conocimiento se han dado iniciativas similares, de hecho de acuerdo con (Bosque Sendra, 2015): "se trata en realidad de un ejemplo de lo que se suele denominar ciencia ciudadana".

Es de hecho ya muy frecuente la institucionalización de iniciativas de ciencia participativa, de acuerdo con (Bosque Sendra, 2015): “una iniciativa territorial muy importante en este sentido es Open Street Map (www.openstreetmap.es) que está elaborando un amplio mapa callejero de todas, o de muchas ciudades del mundo”.

Aunque es verdad que gran parte de la información social puede ser representada geográficamente, lo realmente trascendente es saber cuál es la mejor manera de hacerlo, por ello el proceso de diseño es muy importante y debe considerar unas premisas ideales, según (Pueyo-Campos et al., 2016, p. 7) serían:

Los objetivos. *Hay que coordinar las aspiraciones lógicas de los individuos que viven y sufren ese espacio, y los deseos y planteamientos de los gestores políticos.*

La definición de las variables, *que pueden tener presentaciones no mensurables y, sin embargo, de ellas puede depender el éxito o fracaso del análisis.*

La escala de presentación del problema. *A diferente escala o ámbito de referencia, diferente grado de información y tratamiento de la misma. Esto es de vital interés si lo que se busca es la operatividad de los resultados, y la inteligibilidad de la cartografía resultante de los mismos.*

El carácter diagonal de los estudios urbanos. *Es necesario sopesar todos los valores dentro de un conjunto más amplio para que adquieran su auténtica dimensión y eficacia.*

CONCLUSIONES

Las innovaciones tecnológicas han tornado más amigable, barato y fácil el acceso a instrumentos que permiten georreferenciar información, lo cual ha redundado en el interés de ciudadanos comunes y de investigadores en generar sus propios datos geográficos.

De acuerdo con (Bosque Sendra, 2015): “la participación masiva de personas voluntarias en la realización de muchas y variadas tareas relacionadas con el territorio y la Geografía, está cambiando de manera sustancial la investigación geográfica”.

La posibilidad de georreferenciar todo tipo de información puede facilitar el conocimiento de los territorios, las sociedades, la economía y su respectiva dinámica.

REFERENCIAS

- Bauch, N. (2017). Digital Geohumanities: Visualizing Geographic Thought. *International Journal of Humanities and Arts Computing*, 11, 1–15. DOI: <https://doi.org/10.3366/ijhac.2017.0174>
- Bosque Sendra, J. (2015). Neogeografía, Big Data y TIG: problemas y nuevas posibilidades. *Polígonos. Revista de Geografía*, 0(27), 165. DOI: <https://doi.org/10.18002/pol.v0i27.3277>
- Oppenheimer, A. (2011). *iBasta de historias! : La obsesión latinoamericana con el pasado y*

las doce claves para el futuro.

- Pineda Gonzalez, M. L. & Matallana Kuan, O. L. (2017). Neogeografía en investigación empresarial, aplicación a un estudio de mipymes. In A. e I. Congreso Internacional de Contaduría (Ed.), *Memoria XXII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática* (pp. 1–13). City of Mexico: UNAM. Recuperado de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxii/docs/2.02.pdf>
- Pueyo-Campos, A., Postigo-Vidal, R., Arranz-López, A., Zúñiga-Antón, M., Sebastián-López, M., Alonso-Logroño, M. P., & López-Escolano, C. (2016). La Cartografía Temática: Una Herramienta para la Gobernanza de las Ciudades. Aportaciones de la Semiología Gráfica Clásica en el Contexto de los Nuevos Paradigmas Geográficos. *Revista de Estudios Andaluces*, 33(1), 84–110. DOI: <https://doi.org/10.12795/rea.2016.i33>

