



INQUIETUD
EMPRESARIAL



Publicación de la Escuela de Administración de Empresas de la UPTC-Tunja, dirigido a la comunidad científica en las ciencias administrativas, contables y económicas.



Volumen XV (1) (Enero – Diciembre 2016). ISSN 0121-1048

Revista Inquietud Empresarial / Escuela de Administración de Empresas /Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja – Boyacá – Colombia
Vol. 1 (2) (1988) – Vol. XVI (1) (2016). Tunja: UPTC., 1988 – 2016. Semestral ISSN 0121 – 1048 Impreso, ISSN 2422 –
3220 en Línea

Estado Legal

Copyright

Revista Inquietud Empresarial

© Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

Los derechos de publicación de los artículos que aparecen en cada edición pertenecen a la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Se autoriza la reproducción y citación del material que contiene la revista, siempre y cuando se indique de manera explícita: nombre de la revista, nombre del (los) autor (es), año, volumen, número y páginas del artículo fuente. La mención de productos o firmas comerciales en la revista no implica una recomendación o apoyo por parte de la Universidad ni de la Escuela; el uso de tales productos debe ceñirse a las recomendaciones de las etiquetas.

Periodicidad: Semestral

Edición: Fabio Raúl Blanco Mesa - fabio.blanco01@uptc.edu

Revisión: Miryam Teresa Rodríguez - miryamteresa.rodriguez@uptc.edu.co

Traducciones: Inglés: Laura Vanessa Cruz Bulla - lula0110@hotmail.com

Portugués: Janiele de Souza Santana - janni_elly@hotmail.com

Adquisición, canje y suscripción:

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Escuela de Administración de Empresas.

Avenida Central del Norte, Edificio Central, oficina C – 247

Correos: inquietud.empresarial@uptc.edu.co – revistainquietud.empresarial@gmail.com

Conmutador: (57) (8) 7405626. Ext. 2506 – 2510 (57) (8) 7436216

Esta revista se puede encontrar en todas las bibliotecas de la Universidad Pedagógica de Colombia y en las instituciones educativas, tanto nacionales como internacionales, en convenio con la UPTC; también se encuentra en las páginas web:

http://revistas.uptc.edu.co/revistas/index.php/inquietud_empresarial

https://www.redib.org/recursos/Record/oai_revista1942-inquietud-empresarial

<https://doaj.org/>

<http://independent.academia.edu/RevistaInquietudEmpresarial>

<https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=u9F3EWEEAAAJ>

Responsabilidad

1. Las ideas y afirmaciones consignadas por los autores están bajo su responsabilidad y no interpretan necesariamente las opiniones y políticas de la revista, ni responden forzosamente a la opinión del Editor de la misma, ni de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
2. La recepción de un artículo no implicará compromiso de la revista *Inquietud Empresarial*, para su publicación.
3. Se autoriza su reproducción y citación para fines académicos indicando de manera explícita la fuente.

La revista *Inquietud Empresarial* aparece indexada en:



Red Iberoamericana
de Innovación y Conocimiento Científico



DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS



Impresión:

Grupo Imprenta y Publicaciones

UPTC – Avenida Central del Norte

Tel.: (57) (8) 7405626 – Ext.: 2366 – 2367

Imprenta.publicaciones@uptc.edu.co

Tunja – Boyacá – Colombia

Dr. Fabio Raúl Blanco Mesa
Editor

Mg. Miryam Teresa Rodriguez
Asistente Editorial

Comité Editorial

Dr. Jhon William Rosso Murillo, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Dra. Patricia Carolina Barreto Bernal, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Mg. Gladys Yaneth Mariño Becerra, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Mg. Julio César Caro Moreno, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Esp. Jaime Ignacio Bermúdez Guerrero, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Comité Científico

Dra. Olga Lucía Mondragón Bernal, Universidad Federal de Lavras, México

Dra. Elvira Velarde López, Universidad Autónoma de Coahuila, México

Mg. Diego Mauricio Higuera Jiménez, Universidad Santo Tomás, Colombia

Dr. Elías Ramírez Plazas, Universidad Surcolombiana de Neiva, Colombia

Mg. Jorge Enrique Romero Muñoz, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Comité de Árbitros

Mg. Óscar Gutiérrez Molina, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Mg. José Mauricio Gil León, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Mg. Albany Milena Lozano Násner, Universidad Santo Tomás, Colombia

Mg. Marlén Suarez Pineda, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Mg. María Ximena Ariza García, Universidad Santo Tomás, Colombia

Esp. Luis Alberto Cendales Arias, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Mg. Norlando Sánchez Rueda, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Mg. Hugoberto Sánchez Sánchez, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Mg. Michael Torres Franco, Universidad EAN, Colombia

Directivas

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

Dr. Alfonso López Díaz, Rector

Dr. Hugo Alfonso Rojas Sarmiento, Vicerrector Académico

Dr. Enrique Vera López, Director de Investigaciones - DIN

Dra. Ruth Nayibe Cárdenas Soler, Editora en Jefe – Unidad Editorial

Mg. Carlos Julio Pacanchique Pacanchique, Director Escuela de Posgrados Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Dr. Fabio León Ramírez Zorro, Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Mg. Erwin José Jiménez Contreras, Director Escuela de Administración de Empresas

Contenido

Editorial

Fabio Raúl Blanco Mesa

I. ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

- Emprendedor y empresario: una construcción desde la dinámica del pensamiento económico

Wilfrido de Jesús Primo Tapia

Héctor Felipe Turizo Tapia

- Flujos de efectivo futuros para empresas del sector comercial del valle del cauca durante el periodo 1995 – 2014

Gabriel Eduardo Escobar Arias

Jorge Iván Osorio Mejía

- Implicación de la confianza en la sostenibilidad empresarial

Nelson Díaz Cáceres

Luz Janeth Lozano Correa

Carlos Andrés Castaño Quintero

- Movilidad geográfica y carrera: un estudio de profesionales que emigraron a los EE.UU.

Tamara Cecilia Karawejczyk

- Transferencia de conocimiento: un mecanismo de competitividad para las Pymes en el estado de Nuevo León

Nora Luisa Salas de la Rosa

Marisela Garza Ruíz

Contents

Editorial

Fabio Raúl Blanco Mesa

I. ADMINISTRATION AND FINANCE

- Entrepreneur and entrepreneur: a construction from the dynamics of economic thinking

Wilfrido de Jesús Primo Tapia

Héctor Felipe Turizo Tapia

- Future cash flows for companies of the commercial sector of Valle del Cauca during the period of 1995 – 2014

Gabriel Eduardo Escobar Arias

Jorge Iván Osorio Mejía

- Implication of confidence in business sustainability

Nelson Díaz Cáceres

Luz Janeth Lozano Correa

Carlos Andrés Castaño Quintero

- Geographic mobility and career: a study on professionals who migrate for the United States

Tamara Cecilia Karawejczyk

- Transfer of knowledge: a mechanism of competitiveness for the Pymes in the state Nuevo León

Nora Luisa Salas de la Rosa

Marisela Garza Ruíz

Conteúdo

Éditoriale

Fabio Raúl Blanco Mesa

I. ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

- Empresário e empreendedor: um edifício da di-namic do pensamento econômico

Wilfrido de Jesús Primo Tapia

Héctor Felipe Turizo Tapia

- Fluxos de caixa futuros para fins comerciais Empresas Cauca Valley sector durante o período 1995 - 2014

Gabriel Eduardo Escobar Arias

Jorge Iván Osorio Mejía

- Implicação da confiança em a sostenibilidade empresarial

Nelson Díaz Cáceres

Luz Janeth Lozano Correa

Carlos Andrés Castaño Quintero

- Mobilidade geográfica e carreira: um estudo sobre profissionais que migraram para os Estados Unidos

Tamara Cecilia Karawejczyk

- Transfira de conhecimento: um mecanismo de competitividade para o Pymes no estado de León Novo

Nora Luisa Salas de la Rosa

Marisela Garza Ruíz

EDITORIAL

La libre empresa como condición de desarrollo de la sociedad, en esta época de globalización, hace que sea de vital importancia su implementación y sobre todo en la academia. El emprendimiento y la creación de nuevas empresas y productos que la sociedad moderna demanda, hace que el mundo empresarial tenga que reevaluar sus parámetros y políticas, para así involucrarse en el nuevo mundo tecnológico tanto en la oferta como en la demanda de sus productos o servicios.

Los startup o empresas de nueva creación que presentan grandes posibilidades de crecimiento en los mercados, con modelos de negocios vanguardistas, así como los proyectos de base tecnológica e ideas de negocios emergentes, deben ser el objeto primordial para el desarrollo de las sociedades.

Lograr ejecutar esta realidad, es el reto que debe afrontar la triada, academia, empresa y estado con la nueva generación de empresarios y consumidores inmersos en el nuevo mundo de la revolución tecnológica.

Es así como la Escuela de Administración de Empresas de la UPTC ha encaminado sus esfuerzos hacia esta nueva realidad, haciendo que toda su productividad académica tanto en las aulas como con sus grupos de investigación, den el gran salto de la investigación clásica hacia el nuevo mundo de la investigación aplicada en proyectos que se puedan realizar, superando así la barrera de las limitaciones económicas, incursionando en el nuevo mundo de los ángeles inversionistas.

El compromiso de la academia y su responsabilidad social, debe partir con los cambios y reformas curriculares para estar a la altura del pensamiento y estilo de vida de la nueva sociedad globalizada con altos estándares de vida en mercados altamente competitivos en un mundo rápidamente cambiante.

Es nuestro deseo lograr el desarrollo humano, acorde a las necesidades y tendencias modernas, en la búsqueda de una vida digna de nuestra sociedad.

Fabio Raúl Blanco Mesa
Editor. Revista Inquietud Empresarial

Inquietud.empresarial@uptc.edu.co



INQUIETUD
EMPRESARIAL

ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

EMPRENDEDOR Y EMPRESARIO: UNA CONSTRUCCIÓN DESDE LA DINÁMICA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO¹

Wilfrido de Jesús Primo Tapia²
Héctor Felipe Turizo Tapia³

Para citar este artículo: Primo, W., y Turizo, H. (2016). Emprendedor y empresario: una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *Inquietud Empresarial*. Vol. XVI (1), 13-52

Fecha de recepción: 13 de septiembre de 2015
Fecha de aceptación: 19 de abril de 2016

¹ Artículo de revisión del Grupo de Investigación “Comercio y Comportamiento del Consumidor” de la Universidad de Cartagena.

² Economista (Universidad de Cartagena, Colombia). Magíster en Desarrollo Empresarial (Universidad del Magdalena, Colombia). Doctorando en Ciencias Económicas (Universidad del Zulia, Venezuela). Docente de la Universidad de Cartagena en el área de economía para el Programa Administración de Empresas. Grupo de Investigación “Comercio y Comportamiento del Consumidor” E – mail: wprimot@unicartagena.edu.co

³ Economista (universidad del Atlántico-Colombia). Magíster en Desarrollo Empresarial. (Universidad del Magdalena-Colombia). Funcionario de la escuela superior de Administración Pública – ESAP. E – mail: hectturi@esap.edu.co

Resumen

El nacimiento de empresas y la supervivencia de otras en un mercado competitivo está sujeta al papel que desempeñan emprendedores y empresarios. En la historia del pensamiento económico se pueden encontrar contribuciones a la formación de empresario y emprendedor. Este trabajo, expone los principales enfoques del pensamiento económico que han contribuido con el desarrollo del concepto de empresario y emprendedor. Al respecto, se abordan las concepciones de las escuelas económicas, desde la óptica de los representantes más relevantes, para comprender al empresario como agente que produce beneficios mediante la gestión de recursos; adicionalmente, se muestra cómo se concibe al emprendedor, en el rol de innovador, de agente de cambio, y oportunista para crear nuevas empresas o aprovechar oportunidades de negocios. Finalmente, se presenta una reflexión sobre los esfuerzos de los estados latinoamericanos para desarrollar la mentalidad emprendedora y la creación de empresas, con el objeto impulsar el crecimiento económico de los países y la región en general.

Palabras claves: Desarrollo empresarial, empresario, emprendedor, innovación y desarrollo económico.

Entrepreneur and entrepreneur: a construction from the dynamics of economic thinking

Abstract

The birth of companies and the survival of others in a competitive market is subjected to the role of entrepreneurs and businessmen. Alongside of the history of economic thought it can be found contributions to the formation of a businessman and entrepreneur. This research presents the main approaches of economic thought that have contributed to the development of the concept of businessman and entrepreneur. In this regard, the concepts of economic schools are addressed from the perspective of the most important representatives, in order to understand the entrepreneur as agent producing benefits through resource management. Additionally, it shows how the entrepreneur is conceived in the role of innovator, agent of change, and opportunist to create new businesses or take advantage of business opportunities. Finally, it is presented a reflection on the efforts of Latin American states to develop the entrepreneurial mindset and business creation, in order to boost economic growth of the countries and the region in general.

Key words: business development, entrepreneur, entrepreneur, innovation and economic development.

Empresário e empreendedor: um edifício da di-namic do pensamento econômico

Resumo

O nascimento de empresas e outras sobrevivência em um mercado competitivo é Suje-ta ao papel dos empresários e homens de negócios. Na história do pensamento econômico pode ser encontrado contribuições para a formação do empregador e compromete-dor. Este trabalho apresenta as principais abordagens do pensamento econômico que con-contribuiu para o desenvolvimento do conceito de empresário e empreendedor. Neste sentido, as concepções abor-dan de escolas econômicas, a partir da perspectiva dos representantes mais importantes, para entender o empreendedor como benefícios agente de produção através de uma gestão de recursos; Além disso, ele mostra como o empresário é concebido no papel de inovador, agente de mudança, e oportunista para criar novos negócios ou tirar proveito de oportunidades de negócios. Finalmente, uma reflexão sobre os esforços dos Estados latino-americanos tem de desenvolver o espírito empresarial e criar em-barragens, com a impulsionar o crescimento econômico dos países e da região como um objeto inteiro.

Palavras chave: Desenvolvimento de negócios, empreendedor, empreendedor, inovação e econômica desenvolver - llo.

1. Introducción

Generalmente, la economía se ha centrado en el análisis relacionado con la oferta, la demanda, los mercados, los precios, el desempleo, la inflación (Terapuez y Botero, 2007) y el comportamiento del sistema económico, dejando de lado el concepto de empresario y emprendedor, aunque lo define como un importante factor de producción – habilidad empresarial – siempre ha mostrado mayor interés por la tierra, el trabajo y el capital; recientemente por la tecnología y el conocimiento.

Para muchos economistas, en la teoría económica, el empresario y emprendedor han sido asociados al factor trabajo, haciéndolo ver como un trabajo común y corriente. Aun así, el papel de emprendedor, es un talento especial que no es tan común como el de un trabajador ordinario.

En este orden de ideas, la capacidad emprendedora de cada individuo ha sido asociada al rol del empresario que asume riesgos, hace innovaciones y gestiona procesos de cambio en su organización y en el contexto. Durante el desarrollo y construcción del pensamiento económico cada una de las escuelas y economistas han dado una interpretación del papel que ha cumplido el empresario como agente dinamizador de la actividad económica y gestor del crecimiento y desarrollo

económico. Aunque a lo largo de la historia lo que más ha llamado el interés de los economistas es responder porqué unos países son más ricos que otros. Esta preocupación siempre ha sido resuelta desde el punto de vista cuantitativo, es decir, que las variables que influyen en el desarrollo económico tienen un carácter exógeno. Desde esta perspectiva se dejan de lado otras variables como el emprendimiento y el empresario que, entre otras, podrían tener mayor peso a la hora de dar respuesta sobre la riqueza o no de algunas naciones.

Tradicionalmente, las figuras de empresario y emprendedor, se han identificado, en la mayoría de los casos, en una misma persona. Por lo anterior, es necesario aclarar que empresario es quién dirige, es decir, el responsable del buen funcionamiento de la empresa; el emprendedor puede tomar iniciativas, asumir riesgos y aprovechar oportunidades para sacar beneficios en la creación de nuevas empresas, por ello es un innovador, que, aunque no aporte capital como lo hace el empresario, sus habilidades lo hacen muy diferente. (Véase Ilustración 1)

Este trabajo constituye una recensión de la construcción del concepto de empresario y emprendedor a través de la evolución del pensamiento económico y desde los diferentes aportes y puntos de vista de escuelas de pensamiento y economistas representativos. Así pues, también pretende mostrar cómo se ha interpretado el rol, que tanto, empresario como emprendedor han desempeñado durante la historia de las ideas económicas, y lo más importante, la función que cumple como generador de riqueza.

2. Objetivo

El objetivo de este estudio es analizar, desde la dinámica de las escuelas de pensamiento económico, los aportes que han contribuido con la construcción del concepto de emprendedor y empresario, con la finalidad hacer una caracterización desde los roles y funciones que desempeñan en el mundo empresarial o de negocios. Por lo anterior, el estudio, desde el punto de visto conceptual, trata de responder las preguntas: ¿Cuáles son los aportes que desde las escuelas de pensamiento económico han contribuido en la formación del concepto de emprendedor y empresario? ¿Cuáles son las características, desde las teorías económicas, que diferencian a un empresario de un emprendedor?

Tabla 1. El empresario y el emprendedor como agente dinámico en la actividad económica.

<i>TIERRA</i>	<i>RECURSOS RENOVABLES</i>	<i>TRABAJO</i>	<i>CAPITAL</i>	<i>TECNOLOGÍA</i>	<i>CONOCIMIENTO</i>
	<i>RECURSOS NO RENOVABLES</i>				
<i>FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN</i> <i>Bienes y Servicios</i>					
<i>HABILIDAD EMPRESARIAL (EMPRENDEDOR – EMPRESARIO)</i>					
<i>INGRESOS</i> <i>Distribución – Logística – Comercialización</i>					
<i>Intereses</i>	<i>Renta</i>	<i>Ganancias</i>	<i>Salarios</i>		

Fuente: Grebel (2007, p. 148). Adaptado por los autores.

3. Marco Teórico

El marco referencial de este trabajo está dado por las teorías que estructuraron el cuerpo doctrinario de la economía, que, a través de estudios del desarrollo de las ideas económicas, se consolidó en escuelas de pensamiento. En consecuencia, se apoya en las teorías expuestas por cada uno de los más relevantes pensadores, cuyos aportes, ayuden a interpretar el papel del emprendedor y empresario. De esta manera, se inicia con los lineamientos mercantilistas, pasando por los aportes fisiócratas, luego por los clásicos y neoclásicos, sumando los de la escuela socialista y por último con los economistas y escuelas más recientes.

Por lo anterior, el tema se ubica en el estudio en las aportaciones que hicieron economistas y escuelas de pensamiento durante el desarrollo histórico - económico de la humanidad y de cómo desde sus teorías definen o conceptúan el emprendedor y el empresario como actores y gestores de desarrollo económico. Siendo así, el paradigma sobre el cual se trabaja es el papel del empresario y del emprendedor interpretado desde la óptica de las escuelas de pensamiento económico. Especificando aún más, la particularidad estudiada se enmarca dentro de la función que cumplen ambos como agentes dinámicos y generadores de cambio y progreso.

4. Metodología

Este estudio tiene un carácter histórico - documental, dado que pretende hacer un análisis de sobre las contribuciones que, desde las escuelas económicas, que permitan mostrar la construcción del concepto de emprendedor y empresario; comprende la función que cumplen en la empresa y la sociedad, y sus características más importantes. Por consiguiente, pretende mostrar la relación del empresario y el emprendedor, con el progreso de las naciones.

Para tal fin se recurre a instrumentos o documentos escritos sobre la historia del pensamiento económico, complementadas con documentos representativos y bibliografías sobre el tema de emprendimiento y empresario. Posteriormente, se toman los aportes más significativos para el estudio, haciendo un recorrido cronológico desde los Mercantilistas, hasta los institucionalistas, enfatizando en elementos que describen el rol emprendedor y el rol del empresario con el objeto de hacer una caracterización.

5. Paralelo entre empresario y emprendedor

En este orden de ideas, es preciso comparar y contrastar, las categorías empresario y emprendedor de tal manera que permita independientemente del rol que desempeñe cada uno, ubicar su origen para tomar los elementos históricos de referencia, con el propósito de entender la función que cumplen, desde los diferentes enfoques o escuelas de pensamiento. Por lo anterior, se inicia con la definición de emprendedor, posteriormente con empresario y por último se muestra en conjunto las relaciones entre ambos, sin dejar de lado la influencia que tiene como variables generadoras de crecimiento y desarrollo económico.

El proceso emprendedor Según Zimmerer y Scarborough (Zimmerer y Scarborough, N, 1996), está fundamentado en la teoría económica (Caldera, Rodríguez, y Moreno). En este sentido exponen que J.B. Say fue el primero en conceptualizar el término emprendedor, alrededor de 1800. Para Say, el emprendedor “cambia los recursos económicos de un área de muy baja productividad hacia otra área de la más alta productividad y rendimiento”. Además, afirman que la función más importante del emprendedor, era hacer cosas diferentes, dicho de otro modo, el cambio; poniéndolo como en el centro tanto del proceso de producción como de la teoría de distribución, lo cual iría más tarde a influenciar en otros teóricos de la economía.

En este sentido, el emprendedor representa la figura estelar de la economía de mercado y se encarna en un agente con determinadas características para crear e innovar, también para adoptar las decisiones necesarias que le permitan acometer

con éxito nuevos proyectos o negocios y saber asumir los riesgos que se encuentran en este desempeño particular.

Del mismo modo, la acción del emprendedor es siempre comenzar o acometer una obra, un empeño o un negocio, bien de nueva creación o que representa una innovación, más o menos radical, sobre lo ya existente, y que, en cualquier caso, encierra dificultades y riesgos singulares y complejos, a la vez, que entraña motivación, ante los diferentes desafíos y retos.

Por otro lado, el término “empresario” tiene muchas connotaciones y la literatura sobre el tema es diversa. Existe, por ejemplo, bibliografía sobre el empresario como factor de producción, coordinador y su relación con el equilibrio, *manager* y líder carismático, innovador, factor de crecimiento económico, y otros (Londoni, 2006) A pesar de esta relativa abundancia de significados, los libros de texto de economía tratan el tema de manera parcial o, simplemente, no lo mencionan de forma directa. (Calvin y Francis, 1999).

El término parece haber surgido en el siglo XV, y se aplicaba a personas que corrían riesgos, especialmente durante las guerras. Ya para el siglo XVI, el término se refería a “un hombre de negocios a gran escala que acordó proveer, asumiendo la responsabilidad de combinar los factores de producción por su cuenta y riesgo”. (Elkjaer, 1991) Probablemente el origen de la palabra *entrepreneur*, es *celui qui entreprend*, que implica una persona activa y con iniciativa. La palabra tiene su origen en el verbo *entreprendre*, que tiene un significado similar a “lograr que las cosas se hagan”. Hasta el siglo XVI, *entrepreneur* significaba: (1) tomar, apoderarse de (*saisir*); (2) sorprender, descubrir (*surprendre*).⁴

Se entiende, entonces, que la persona empresaria (en el idioma inglés conocido como “entrepreneur”) es aquel agente, con la energía, el dinamismo y la flexibilidad para resolver los problemas y además ambiciosa e inquiridora. Este tipo características y estrategias provienen del latín *quaero* que significa “buscar”. La teoría moderna del empresario está principalmente interesada en estudiar la característica primaria del empresario: la búsqueda de, o descubrimiento de, nuevo conocimiento (Heredira, 2013).

Quizás, desde algunas escuelas de pensamiento, el papel del empresario, no lo definen con claridad, pero dejan entrever sus teóricos, que es un elemento importante, ya sea en el modo de producción capitalista o socialista. Con esta perspectiva, precisamente, no se puede pasar por alto fácilmente el papel y la

⁴ Elkjaer (1991, 805), citando a Bloch y Wartburg (1950). Hoselitz (1962), ofrece un análisis aún más detallado de los orígenes lingüísticos del término *entrepreneur* y su uso antes de la aparición de Cantillon.

contribución del empresario, dado que en el mecanismo de precios el empresario es pasivo e invisible. Pero, cuando hay desequilibrio, incertidumbre, información imperfecta o racionalidad limitada, el papel del empresario es suplir al mecanismo de precios.

La figura del empresario es introducida en el análisis del proceso como el agente que descubre y explota oportunidades que habilitan el tránsito desde el desequilibrio hacia el equilibrio. Hayek indica que los empresarios son una clave de la coordinación:

No puede decir nada pero que, en determinadas condiciones, el conocimiento y las intenciones de los diferentes miembros de la sociedad se supone que vienen más y más en un acuerdo o, por decirlo de la misma cosa en menos general y menos precisa, pero más concreta, que las expectativas de la población y en particular de los empresarios se volverán más y más correcto (Hayek, 1937).

Siempre que los mercados sean abiertos y estén libres de interferencia externa por parte de las autoridades, los empresarios actuarán promoviendo ajustes equilibrantes. El proceso del mercado es, en este sentido, necesariamente competitivo y empresarial. (Von Mises y Kirzner, 1973) En términos de bienestar, sujetar el ingreso de los empresarios a un sector rentable tiene efectos inversos a los deseados: retrae la división del trabajo, el incremento de la productividad y la acumulación de capital. Una sociedad en la que existe competencia entre empresarios es capaz de coordinar, pero también de orientar fuerzas para liberar y economizar recursos, por un lado, y lograr el crecimiento económico, por otro (Kirzner, 1997).

5.1. El espíritu empresarial mercantilista

Los nuevos descubrimientos del siglo XV, marcaron la transición de Europa hacia otra época en que el mundo europeo se vio colmado de sorpresas. Nuevas tierras, nuevas confirmaciones de esa teoría con la redondez de la tierra, el descubrimiento de pueblos hasta ahora desconocidos y el encuentro de riquezas insospechadas, transformaron las costumbres medievales y originaron una nueva mentalidad (Ramírez, 2002). La apertura de minas de oro y plata del nuevo mundo y el acceso a nuevos recursos naturales estimularon el comercio y el desarrollo de economías basadas en dinero (Ramírez, 2002). Esto quiere decir que, el espíritu mercantilista, se traducían en el afán de obtener utilidades, buscando el lucro a través de empresas y negocios que permitieran la acumulación de metales preciosos y acrecentar la riqueza. Este cambio de mentalidad de la sociedad

europea, surgida de las ideas emancipatorias de Lutero y Calvino, transformaron la conducta social del hombre y su destino después de la muerte. Fue así como el protestantismo y especialmente el calvinismo promovió el espíritu mercantilista de ahorro, la ambición económica y la adquisición de riquezas por medio de sagaces tratos y libertar en toda suerte de operaciones económicas (Ramírez, 2002).

De esta manera empezaron a funcionar las primeras empresas de negocios, tal cual, como las firmas comerciales funcionan hoy, surgieron por los descubrimientos, las conquistas y las colonizaciones, apoyadas en el nuevo espíritu protestante. Los mercaderes, que se lucraban de todo tipo de actividad, sirvieron de base para la consolidación de un fuerte Estado que favoreció la expansión del comercio y la protección, tanto de la competencia como de otros ataques. Desde ese momento aparecen, como entes, las primeras sociedades o firmas comerciales con personería jurídica, diferentes a las personas naturales, como la Compañía de las Indias Orientales, en Inglaterra. Es necesario resaltar que el nuevo elemento de la sociedad es el empresario, con afán permanente de obtener beneficios y acumular riqueza. Junto a esto surgen nuevas estrategias de gestión de gestión empresarial, como la publicidad, los precios escritos en las mercancías y el uso del papel moneda. También aparecen los primeros bancos y nuevos instrumentos para garantizar deudas y financiar negocios.

En este sentido, el perfil del empresario mercantil estaba fundamentado bajo el principio de lucro, pareciéndose al capitalista afanado por conseguir riquezas, exponiendo lo mínimo, dado el sentido proteccionista y conservador del empresario.

5.2. ¿Emprendimiento, de los fisiócratas o de los mercantilistas?

La fisiocracia que significa “norma o ley de la naturaleza”, se desarrolla en Francia a mediados del Siglo XVII y parte del XVIII. Considerada, por muchos, como la primera escuela económica importante. El más destacado, en tomar como referencia el papel del empresario, fue Richard Cantillón (1680-1734), cuya obra de 1755, *Essai sur la nature du commerce en general* (Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general, escrita entre 1730 y 1734). Precisamente fue, Cantillón, quien introdujo por primera vez el concepto de empresario, aduciendo que la economía funcionaba como un sistema de mercados organizados e interrelacionados, de tal manera, que alcanzaban un tipo de equilibrio, dada la relación entre individuos e instituciones. El sistema tiende a ajustarse por el libre juego de los empresarios egoístas que dirigen <<todo el trueque y la circulación del Estado>> (Ekenlund, Robert, y Herbert, 2003). Los empresarios, como otros

participantes, están interrelacionados recíprocamente, en tanto que son consumidores y clientes los unos respecto a los otros.

En consecuencia, el mercado es concebido como un espacio de competencia permanente, entendido, más bien, como un proceso de rivalidad entre los contendientes para ganar clientes. En esta competencia, el papel del empresario, es vital y omnipresente, puesto que reacciona ante los movimientos de precios en los mercados específicos. Es destacable también, la posición dada al empresario en el estrato económico-social, lo cual, lo llevó a plantar:

Cabe afirmar que, si se exceptúan el príncipe y los terratenientes, todos los habitantes de un Estado son dependientes; que pueden, éstos, dividirse en dos clases: empresarios y gente asalariada; que los empresarios viven, por decirlo así de ingresos inciertos, y todos los demás cuentan con ingresos ciertos durante el periodo que ellos gozan, aunque sus funciones y sus rangos sean muy desiguales. El papel que tiene una paga, el cortesano que cuenta y el criado que dispone de un salario, todos ellos quedan incluidos en este último grupo. Todos los demás son empresarios, y ya se establezcan con un capital para desenvolver su empresa, o bien sean empresarios de su propio trabajo, sin fondos de ninguna clase, pueden ser considerados como viviendo en un modo incierto, los mendigos mismos y los ladrones son empresarios de esta naturaleza. (Ensayo, p. 43)

Vale la pena señalar, que Cantillón distingue entre empresario capitalista y emprendedor, el primero tiene respaldo de su capital y es el propietario, fabricante o comerciante y el segundo es quien trabaja por sí sólo o dependiendo de su propio trabajo. No obstante, los empresarios enfrentan la incertidumbre del mercado y corren riesgo, pero, es aún más incierto, el juego del empresario que no cuenta con capital que el capitalista mismo; dado que las ventas y los precios de venta son inciertos y no fijos, su ganancia se convierte asimismo en un residuo incierto, al respecto Cantillón anota,

Estos empresarios no pueden saber jamás cual será el volumen del consumo en su ciudad, ni cuánto tiempo seguirán comprándoles sus clientes, ya que los competidores tratarán, por todos los medios, de arrebatarles la clientela: todo esto causa tanta incertidumbre entre los empresarios, que cada día alguno de ellos caen en bancarrota (Ensayo, p. 41)

Por ello, Cantillón, quiso establecer el principio, de que todo el trueque y circulación del Estado, se realizara por mediación de los empresarios, asignando a la actividad empresarial como esencia la competencia y viceversa. (Ekenlund, Robert, y Herbert, 2003).

En resumen, Richard Cantillón, con rigor y criterio, se dedicó a analizar los dos factores de la producción de riqueza nacional: tierra (lo natural) y trabajo

(productivo) (lo humano). Es el primer economista en desarrollar esta idea. Al combinar ambos factores en el balance comercial nacional se debería procurar que los bienes importados tengan mayor proporción del factor natural - tierra, al mismo tiempo que los exportados posean mayor parte del valor factor - trabajo. Cuanto más producto natural tenga una economía nacional, tantas más personas podrá mantener, pues el hombre vive del consumo de la materia, no del valor creado en el trabajo.

Frente a la idea del bien común y de la necesidad de actitudes de cooperación, planteó el problema del riesgo y la incertidumbre, inherentes a la actividad empresarial, en un horizonte individualista, y clasista (por esta razón se le considera precursor del concepto de empresario como sujeto que asume riesgos). Para él sólo cuentan dos clases: la de los independientes, príncipes y grandes propietarios, o la de los dependientes que se dividen a su vez en empresarios y asalariados. Los empresarios reciben un salario inseguro (no conocen con seguridad los beneficios que puede aportarle su negocio), los otros, un salario seguro. Cantillón, es contrario, a la concepción colectiva del comportamiento cooperativo, que había propugnado antes el Mercantilismo.

Del mérito, esquivo para Cantillón, Adam Smith, que al criterio de muchos el “Padre de la Economía Política” y que como ningún otro fue citado por éste es su obra cumbre; lo es quizás porque su vida intelectual se desarrolla en un mercantilismo tardío, pocos años antes del florecimiento de la fisiocracia. Es por ello, muchos dicen, que su teoría muestra la apertura a las nuevas ideas del emprendedor y empresario, no es mercantil, pero que tiene la viveza del individualismo mercantil; también mucho de la fisiocracia, por el valor dado a la tierra en la producción y así del liberalismo económico, muy contrario, al pensamiento proteccionista mercantil.

5.3. Los economistas clásicos y la empresarialidad

Si se asocia el papel del empresario, no sólo al dueño de la empresa, o en términos más apropiados, dentro de la economía clásica, al capitalista. Éste se puede asociar más al empresario, con base en las necesidades del mercado y el afán de lucro, busca la maximización del beneficio aumentando la productividad del trabajo, a través de la especialización y el mejoramiento de las habilidades del trabajador. Por ello, se puede identificar con un aventajado empresario, aunque su papel no sea explícito en la definición de empresario o emprendedor, se muestra como el dueño del negocio. De esta manera, los economistas clásicos, representados por Adam Smith, David Ricardo y J.S. Mill, incluido Carlos Marx, concebían al empresario como el propietario del negocio, es decir, todo aquel que era propietario del capital. Durante este periodo del capitalismo, que aún se encontraba en proceso de gestación, no existía diferencia entre el empresario y el

capitalista, las individualidades empresariales primaban y ocupaban una posición relevante en la sociedad.

Es necesario resaltar que no hicieron esa gran diferenciación, puesto que existían complejas dificultades de carácter histórico, el desarrollo de la industria y de las empresas, aún estaban en proceso de consolidación y de transición para alcanzar un nuevo peldaño en su desarrollo. De ahí, Smith, en su incunable obra de la economía, la Riqueza de la Naciones, concede importancia al progreso económico, siendo uno de los factores fundamentales del crecimiento económico, descansa en un concepto que, en cierto modo, fue institucionalizado por él, la división del trabajo. Desde esta óptica, la división del trabajo, contribuye a incrementar la producción, debido a la especialización y destreza que logra adquirir el trabajador durante su actividad laboral en la empresa. Al adquirir, el trabajador, mayores destrezas y habilidades en el trabajo, se produce un ahorro de tiempo en beneficio del empresario, con las tareas simplificadas y casi de carácter rutinaria conlleva a la invención de nuevas máquinas, elevando la productividad y generando un impacto en el desarrollo empresarial. En términos sencillos, Smith afirma que la división del trabajo descansa en la magnitud del mercado, el crecimiento de las ciudades y en la libertad del mercado como pilares fundamentales del progreso y del desarrollo industrial.

Por lo tanto, Smith considera importante el concepto de “hombre económico,” al que mueve únicamente el interés personal, consiguiendo los fines que persigue por medio de la competencia. El interés personal no contradice, según el autor, los intereses generales, pues así es el orden natural (Karatiev y Rindynes, 1962).

Otro enfoque de los clásicos, aunque incipiente del desarrollo empresarial, se encuentra en David Ricardo, dado lo que concierne, al análisis sobre la maquinaria, para lo cual plantea, que la esperanza de obtener utilidad anima al empresario particular a la introducción de nuevas maquinarias, así “estará determinado por los efectos que de ella se esperan sobre las utilidades o, según sus palabras, sobre el producto neto, más bien, que sobre el producto bruto de la industria. Muestra que un aumento de maquinaria puede conducir al aumento del producto neto con una disminución simultánea del producto bruto.” (Roll, 1999). Esto significa que con el aumento de la técnica en la producción se puede producir un desplazamiento de la mano de obra.

Desde la Posición de John Stuart Mill (1806 – 1873), el progreso empresarial se descompone en tres aspectos: aumento del capital, aumento de la población y mejoras en la producción. Bajo la influencia de Say, se esfuerza por resaltar que el empresario requería una capacidad especial, pero no la precisa de manera puntual (Terapuez y Botero, 2007)- Teoría del Emprendedor-. Afirma que el empresario debe:

... tener una remuneración por su tiempo y su trabajo. La dirección de las operaciones comerciales e industriales suele recaer en la persona que suministra la totalidad o la mayor parte de los fondos con los que se realizan, y que, casi siempre, es la única interesada o la más interesada (al menos directamente) en el resultado. Para ejercer esta dirección con eficiencia, si la empresa es grande y complicada, se precisa una gran asiduidad en el trabajo y con frecuencia una habilidad más que ordinaria. Esta asiduidad y esta habilidad tienen que remunerarse (Mill, 1951).

[Mill] enfatizó más la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico. Expresó que el desarrollo del entrepreneurship -espíritu empresarial- requiere habilidades no comunes y lamentó la inexistencia de una palabra en el idioma inglés que tuviera el mismo significado que el término “entrepreneur” en francés. (Mill, 1951).

A causa de esto se le considera quien introdujo el término entrepreneur en el uso general de los economistas ingleses.

5.4. J. B. Say y la administración de los recursos

Las contribuciones hechas por Jean Baptiste Say, al concepto de empresario y emprendedor, estaban fundamentados en su experiencia, dado que se consolidó como uno de los primeros empresarios de la mecanizada industria francesa de los hilados de algodón. El relaciona directamente al empresario con la actividad productiva industrial, e introduce la idea de administración y coordinación de los recursos como características centrales en la cotidianidad que el mundo capitalista va a desplegar a lo largo del siglo XX, no sólo en el interior de las actividades empresariales sino de manera análoga en cualquier organización que produzca esta sociedad (Ekenlund, Robert y Herbert, 2003). Al respecto dice: “Es aquel que unifica todos los medios de producción y logra, con el valor de los productos, el restablecimiento de todo el capital empleado más el valor de los salarios, intereses y rentas que paga, además de los beneficios que le pertenecen”. Y precisa que para tener éxito debe poseer “discernimiento, perseverancia y cierto conocimiento del mundo de los negocios.

La experiencia personal de Say con la aparición del capitalismo industrial de su época le hace redescubrir la figura del empresario, de la que ya Cantillon había hablado, y que es presentado ahora como: el maestro-fabricante en la industria, el campesino en la agricultura, el comerciante en el comercio y en las tres ramas en general, como la persona que toma sobre sí la responsabilidad inmediata, el riesgo y la dirección de una empresa de trabajo, bien sea con capital propio o prestado.

En este sentido el empresario utiliza con frecuencia algún capital de su propiedad, pero su retribución como empresario debe estar conceptualmente separada de su retribución como capitalista. Esto porque el empresario pone en movimiento todo tipo de trabajo, aunque no todas las clases de trabajos requieren las mismas grandes dotes empresariales. Lo que cuenta a la hora de pagar sus altas remuneraciones a los empresarios es la escasez del talento empresarial y el riesgo corrido por el empresario, riesgo no solamente de pérdida de fortuna sino también de pérdida de fama.

Por lo anterior el empresario hace cálculos aproximados a la cantidad del producto específico, el monto probable de la demanda y los medios de producción: unas veces deberá emplear un gran número de trabajadores, otras tendrán que comprar o encargar las materias primas, buscar trabajadores, encontrar consumidores y prestar, en todo momento, una gran atención al orden y a la economía. Por ello el empresario debe dominar el arte de la superintendencia y el de la administración. Debe tener una rápida destreza para el cálculo, que le permita comparar los gastos de producción con el probable valor del producto una vez terminado y puesto en el mercado. En el curso de todas estas complejas operaciones hay una gran cantidad de obstáculos que remontar, de ansiedades que reprimir, de contratiempos que subsanar y de expedientes que proyectar. Los que no posean una mezcla de todas estas cualidades necesarias fracasarán en sus empeños; sus empresas pronto se derrumbarán y su trabajo se retirará rápidamente del capital en circulación, dejando sólo a aquel que esté dirigido con éxito, es decir, con habilidad. La capacidad y el talento requeridos limitan, de esta manera, el número de competidores.

Por todo esto Say, junto con la actividad industrial, enriquece el concepto con ideas como la de perseverancia o actividad continuada que es realmente un elemento estructural en toda acción que hoy se considere como empresarial⁵.

5.5. El pensamiento de los socialistas utópicos en el desarrollo empresarial

A propósito de los Economistas de la corriente socialista, denominados por Carlos Marx como Utópicos, concebían a la sociedad en un cuadro fantástico del futuro del sistema socialista, las fantasías de los utópicos penetraron en todos los rincones de la vida humana, los problemas económicos y sociales querían resolverlos por el querer de ellos, es decir, las pasiones impulsan la historia de la humanidad como preconcebida por la divinidad.

⁵ Ekelund, Robert y Hebert, Robert. "Historia de la Teoría Económica y de su Método" 3 Ed. Madrid, Mc Graw Hill. 2005.

Desde esta perspectiva, Charles Fourier, uno de los representantes relevantes de esta corriente de pensamiento desarrolló una fantasía jamás conocida por la humanidad, “a pesar de su inmadurez y de su carácter fantástico, su teoría contiene el embrión de ideas valiosas, desarrolladas posteriormente por Marx. También atribuye una considerable importancia al desenvolvimiento de las fuerzas productivas al empleo de nuevos instrumentos de producción” (Karatiev y Rindynes, 1962). A pesar de su falta de ponderación, Fourier, estableció treinta y seis periodos de desarrollo social y cuatro periodos de desarrollo de la sociedad, comprendió acertadamente que cada período de transición del desarrollo de la sociedad a otro nuevo está relacionado con la invención de nuevos instrumentos de producción.

Fourier, en su afán de construir una sociedad idealista, elaboró un proyecto de organización que denominó las falanges, lo que debía ser la sociedad socialista, estructurado en la asociación de las disímiles clase sociales para armonizar las relaciones de producción en la sociedad, para organizar las falanges se requerían cuatro millones de francos y los capitalistas por su condición eran los llamados a proporcionar los recursos económicos, aporte este que los convertiría en accionista y miembros de la falange. Sobre este aspecto, Fourier, estableció un proceso de distribución de los ingresos producidos por la falange en tres partes, así: al capital, los obreros y el talento humano, de manera proporcional. Con este modelo de organización, Fourier creía y estaba convencido que acabaría con los males de la sociedad capitalista y alcanzaría un nivel de desarrollo empresarial, nunca antes visto por la humanidad.

Otro de los grandes pensadores en la sociedad utópica es Robert Owen, quienes lo consideraban el padre del sistema de producción industrial. Marx se refería a Owen como “el padre de las fábricas y de los bazares cooperativos”. A los nueve años comenzó a trabajar en empresas comerciales. A los veinte años dirigía una fábrica de hilado de algodón en la ciudad Mánchester, Inglaterra. En ésta fábrica dio a conocer su talento de innovador e introdujo diversos perfeccionamientos técnicos, adquiriendo una connotada popularidad en los círculos industriales de Inglaterra. Como empresario de la época extendió el radio de acción en Inglaterra y abrió otra fábrica en la ciudad de New Lanark, donde también introdujo nuevos procedimientos técnicos para aumentar la producción a nivel interno, impulsó y organizó racionalmente la producción, también logró mejorar los problemas que padecían los obreros.

Robert Owen era un innovador perenne del periodo, la fábrica de Lamark se convirtió en modelo, no había instituciones que correspondieran a la democracia ni mucho menos policías y cárceles, elevó el nivel de vida de los obreros con respecto a otras empresas. También impulsó la construcción de vivienda de los obreros, se le considera el fundador de la caja de ahorro y de seguro, construyó

las guarderías de los niños y las casas cuna e institucionalizó los comités sanitarios. Fue el pionero en reducir la jornada laboral, el legado histórico de Owen, ha servido a los empresarios modernos en sus propósitos de implementar lo que se puede llamar el desarrollo empresarial social. Además, su mayor aporte, al desarrollo empresarial, lo establece en su desmesurado propósito por defender los obreros, por las condiciones que padecían en las fábricas, lo indujo a una lucha abierta por una legislación fabril. También reclamaba la abolición del trabajo infantil en las fábricas, propuso la creación de unos inspectores fabriles pagados y estaba de acuerdo en reducir la jornada laboral en los adolescentes, en algunos casos, estas reivindicaciones tuvieron eco, debido a la labor titánica realizada por Owen dado por el proceso de metamorfosis que encarnó en la posición de empresario transformador.

En esta misma perspectiva sobre la corriente de los socialistas utópicos, merece en estima el legado de Saint Simón, de noble familia, ostentó el título de Conde, tuvo el privilegio de tomar de la fuente intelectual de uno de sus profesores célebres del pensamiento enciclopedista D`Alembert, fue contemporáneo de los sucesos revolucionario de Francia. Engels lo llamó, el hijo de la gran revolución francesa.

Saint Simón, pensó que estaba predestinado para hacer grandes transformaciones en la reconstrucción de la sociedad humana, incursionó en la ciencia con el propósito de descubrir las leyes del desarrollo social. Pensó en reformar la ciencia, con la idea que ésta podía reformar el régimen social y los males de la sociedad capitalista. En su interés por la consecución de reformar la ciencia y con los acontecimientos de la revolución francesa observó que la confrontación entre la aristocracia y la burguesa, no es más que la lucha de clase, concepto que descubre de manera imprecisa.

Es evidente que el concepto de empresario enunciado por Saint Simón lo manifiesta en la célebre parábola:

“Supongamos que Francia perdiera un buen día tres mil hombres, y entre ellos cincuenta físicos, cincuenta químicos, cien organizadores de la producción, etc. Tal pérdida sería para Francia catastrófica, convertiría al país en un cadáver, paralizaría su desarrollo ulterior; admitamos ahora que Francia perdiera tres mil hombres y entre ellos todos los duques y los aristócratas más célebres; esto provocaría únicamente lagrimas a algunos franceses, que son buenas personas, pero la pérdida sería únicamente moral, sin consecuencias graves para el progreso económico del país” (Karatiev y Rindynes, 1962).

El gran mérito de Saint Simón consiste en reconocer la importancia del desarrollo industrial como la locomotora que jalona el progreso de la sociedad y la

importancia que tienen los empresarios para el desarrollo empresarial presente y futuro. Bajo esta óptica consideró a los industriales integrados por los mismos industriales, comerciantes y capitalistas, en su opinión, consideraba que la nueva sociedad debería ser dirigida por los industriales talentosos y grandes capitalistas. Además, de ser partidario de una asociación donde el propietario de la producción no fuera el empresario, sino la colectividad o sea que el empresario debería trabajar bajo las directrices de la asociación.

Por último, el socialismo utópico – escribía Lenin – “criticaba la sociedad capitalista, la censuraba y maldecía, soñaba con su destrucción y fantaseaba en torno a un régimen mejor, tratando de convencer a los ricos de la inmoralidad de la explotación.” (Lenin, 1905).

5.6. El marxismo en el desarrollo empresarial

Carlos Marx, descendiente de una familia judía de clase media, considerado por los opositores de su teoría, como el ideólogo del proletariado, el economista revolucionario que utilizó la economía política como un instrumento de la lucha política en contra del capital.

El aporte de Marx al desarrollo empresarial se puede constatar en el programa de la Liga de los Comunistas; que fue publicado en febrero de 1848 en Londres con el nombre de “Manifiesto del Partido Comunista”. En este documento Marx no diferencia, el empresario del capitalista, no obstante, señala a la burguesía como la clase social propietaria de los medios de producción y pregona que ha desempeñado en la historia un papel alternativo revolucionario:

“La burguesía no puede existir sino a condición de revolucionar incesantemente los instrumentos de producción y, por consiguiente, las relaciones de producción, y con ello todas las relaciones sociales. La conservación del antiguo modo de producción era, por el contrario, la primera condición de existencia de todas las clases industriales precedentes. Una revolución continua en la producción, una incesante conmoción de todas las condiciones sociales, una inquietud un movimiento constante distingue la época burguesa de todas las anteriores. Todas las relaciones estancadas y enmohecidas, en su cortejo de creencias y de ideas veneradas durante siglos, quedan rotas; las nuevas se hacen añejas antes de llegar a osificarse, Todo lo estamental y estancado se fuma; todo lo sagrado es profanado, y los hombres, al fin, se ven forzados a considerar serenamente sus condiciones de existencia y sus relaciones recíprocas.” (Marx y Engel, 1848).

Marx, sostuvo que con la llegada de la burguesía a los lugares más remotos del planeta, las antiguas industrias nacionales han sido destruidas y están

destruyéndose continuamente por el incesante desarrollo de los instrumentos de producción y el surgimiento de nuevas técnicas de producir las mercancías que universalizan el intercambio entre naciones, y al constante progreso de los medios de comunicación y la baja de los precios de las mercancías constituyen el arma de la burguesía para demoler cualquier muralla de Jericó. En ese sentido plantea que:

“la burguesía, a lo largo de su dominio de clases, que cuenta con siglos de existencia, ha creado fuerzas productivas más abundante y más grandiosa que todas las generaciones pasadas juntas. El sometimiento de las fuerzas de la naturaleza, el empleo de la máquina, la aplicación de la química a la industria y a la agricultura, la navegación de vapor, el ferrocarril, el telégrafo eléctrico, la asimilación para el cultivo de continentes enteros, la apertura de ríos a la navegación, poblaciones enteras surgiendo por encanto, como si saliera de la tierra. ¿Cuál de los siglos pasados pudo sospechar siquiera que semejantes fuerzas productivas dormitasen en el seno del trabajo social?” (Marx y Engel, 1848).

Asimismo, Marx - decía - en el Manifiesto que, con la llegada al poder de la burguesía había triturado los vestigios de las fuerzas productivas del feudalismo, y ha acelerado en años luz el progreso de todas las diversas ramas de la industria:

“Ante nuestros ojos se está produciendo un movimiento análogo. Las relaciones burguesas de producción y de cambio, las relaciones burguesas de propiedad, toda esta sociedad burguesa moderna, que ha hecho surgir como por encanto tan potente medios de producción y de cambio, se asemeja al mago que ya no es capaz de dominar las potencias infernales que ha desencadenado con su conjuro. Desde hace algunas décadas, la historia de la industria y del comercio no es más que la historia de la rebelión de las fuerzas productivas modernas contra las actuales relaciones de producción, contra las relaciones de propiedad que condicionan la existencia de la burguesía y su dominación.” (Marx y Engel, 1848).

De esta manera la teoría de Marx permite caracterizar al capitalista y empresario, el innovador, como un actor social concreto. Éste se encuentra motivado por el afán de ganancia en una lógica de acción más *maximizadora* que *satisfaciente*.

Esta lógica de acción racional se expresa claramente en el análisis del pasaje de la producción artesanal a la producción industrial (Marx, 1987a). Para Marx, el objetivo que mueve al actor capitalista es la generación de ganancia, que depende de la generación de *plusvalor*. *Por ello la tecnología como expresión concreta de*

la capacidad de conocimiento aparece con el desarrollo de las fuerzas productivas.

En este sentido, el cambio técnico está dado por la pretensión del capitalista de ampliar el capital variable respecto a la composición orgánica del capital (Marx, 1987b). No se trata entonces de una evolución predeterminada y exógena a la lógica económica, sino intrínseca a la *praxis* específica de uno de los actores fundamentales: el capitalista o empresario y el emprendedor o innovador. Además, reconoce la fuerza laboral como un actor no como un factor, introduce así mayor complejidad en el tipo de acción del capitalista, ya que en sus decisiones de innovación debe considerar la acción de otros actores (Elster, 1990, p. 152-153).

El concepto de empresario expuesto por Marx lo sustenta en la capacidad creadora de la burguesía moderna, con una mentalidad innovadora que busca aumentar la ganancia a través del movimiento permanente de las fuerzas productivas, como el desarrollo de nuevas formas, procedimientos y técnicas que en la lógica del cambio se constituyen incontrolables.

6. El empresario y emprendedor enfoque pre - neoclásico

Según el enfoque neoclásico, el empresario es aquel que cumple con la función de coordinar, organizar y supervisar un negocio. Es la persona que adquiere diversos factores productivos (trabajo, capital y tierra) y los combinan de una determinada manera en el proceso económico (función empresarial), para vender un producto que genere los ingresos suficientes con el fin de remunerar a los distintos factores y obtener un beneficio.

Durante al siglo XIX, Austria, Suecia y Alemania proporcionaron muchos teóricos de la economía, influyentes y ampliamente conocidos. Sobre la base de las primeras ideas de los fisiócratas, estos pensadores realizaron significativos progresos en la teoría del entrepreneur. Algunas de las contribuciones alemanas fueron las de J. H. Von Thunen (1783-1850), H. K. Von Mangoldt (1824-68), Gottlieb Hufeland (1760-1817), y Adolf Riedel (1809-1872). Esta teoría, que aboga por la noción de beneficio, no fue ciertamente de aceptación unánime. Otros autores dudaron de la legitimidad de la existencia del provecho, pues este era concebido a la manera walrasiana, como un excedente, más allá, de lo que es el precio de los factores de la producción (James, 2002).

La generación de provecho, ganancia o excedente es uno de los motivos que justifica la labor y el talento del empresario.

6.1. León Walras y el papel del empresario

Según Coriat y Weinstein (2002, 2005), la visión de empresa en el marco del enfoque neoclásico ortodoxo basado en Walras —enfoque marginalista— se sustenta en tres aspectos: a) el objetivo del análisis es la búsqueda de condiciones de equilibrio en situaciones de competencia e información perfecta, ausencia de incertidumbre y un determinado estado de las técnicas; b) las firmas funcionan bajo un esquema de racionalidad perfecta, lo que les permite tomar siempre decisiones acertadas y buscar el objetivo de maximizar beneficios; c) se privilegia el análisis del intercambio más que el de los procesos de producción.

En este contexto, la empresa tiene como principal función aplicar los factores de la producción a los insumos con el objeto de producir bienes y servicios. Por ello, desde el punto de vista neoclásico tradicional, los únicos datos del «ambiente» que debe conocer son precios de productos y factores. Lo que supone que la empresa realiza esta tarea eficientemente en tanto conoce, y puede aplicar de manera adecuada, todas las técnicas disponibles. También se asume que hay una cooperación fluida y ausencia de conflictos entre todos aquellos que están involucrados en el funcionamiento de la empresa. Derivado del enfoque neoclásico convencional de empresa, la actividad de los empresarios resulta irrelevante porque su participación se reduce a efectuar los cálculos que permiten maximizar beneficios a su empresa ante los cambios en los datos generados por el mercado.

El enfoque neoclásico tradicional supone que la actividad de los empresarios está determinada por las condiciones que enfrentan. En otras palabras, solamente refleja condiciones objetivas de los sectores y mercados en los que operan. En consecuencia, ante un mismo cuadro exógeno, todas las firmas tenderán a comportarse de modo similar; de igual manera, si las condiciones de mercado cambian también lo hará, homogéneamente, el comportamiento de las empresas.

6.2. Los aportes Johann Heinrich Von Thünen

Thünen, Terrateniente Alemán, más conocido como el padre de la economía espacial, por sus aportes al estudio de la localización de las actividades agrarias, consolidados en su obra *Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft and Nationalökonomie (El estado Aislado)*, publicada en 1826. Se considera que rompió con el pensamiento económico de su tiempo, especialmente la escuela clásica inglesa. Al mismo tiempo, su obra retoma algunos de los principios de los autores del siglo XVIII y, contrariamente a la mayoría de los economistas de su época, sus análisis se basaban en observaciones empíricas, distintamente de los análisis abstractos realizados por aquellos.

Es pertinente anotar que, para Von Thünen, es clara la relación entre el emprendedor y el beneficio, concebido este último sobre la base del riesgo y su ingenio. Por ello, “el emprendedor podía tener la doble característica de tomador de riesgo e individuo sumamente inteligente” (Rodríguez y Jiménez, 2005, p. 75). Es así como, Thünen integra la idea de Bentham del empresario - innovador, y la de Cantillón sobre el empresario que asume riesgos, de tal manera que al preguntarse si los emprendedores eran tomadores de riesgos o innovadores o si eran las dos cosas a la vez, termina respondiendo que se unen en una sola persona los dos atributos (Formaini, 2001, p. 5).

En este orden de ideas, Thünen “fue uno de los primeros economistas en afirmar que inicialmente la actividad empresarial consiste en asumir riesgos” (Freiling, 2005). Por esto define la ganancia del empresario por los siguientes elementos: beneficio menos interés del capital invertido, seguro contra pérdida y salarios de la dirección, y aclara que:

Este residuo consta de dos partes: primera, el pago por ciertos riesgos, especialmente las variaciones en los valores y las probabilidades de quiebra de toda la Empresa, que no puede ser asegurada contra este riesgo, y segunda, la extraproductividad del trabajo del elemento directivo, debido al hecho de que está trabajando para sí. (Knight, 1947).

El riesgo asumido por el empresario y su capacidad productiva para realizar innovaciones deben tener cierta contraprestación, por consiguiente, Thünen afirma que el empresario debe tener un ingreso que compense el riesgo asumido por las diarias contingencias que presenta el acontecer económico. Las noches sin sueño del empresario no son improductivas, pues sostiene que la necesidad es la madre de la invención (Terapuez y Botero, 2007)- Teoría del Emprendedor-. Precisamente por su preocupación se convierte en explorador, descubridor o inventor de su campo de actividad. Además, señala que en la noche, a diferencia de los empleados, el empresario no puede descansar tranquilamente hasta el día siguiente, porque él sigue pensando en cómo ampliar el mercado, disminuir sus costos y reemplazar los bienes que corren el riesgo de convertirse en obsoletos (Terapuez y Botero, 2007) - Teoría del Emprendedor-.

6.3. Hans Von Mangoldt y el riesgo de ser empresario

Economista alemán (1824-1868), autor expone una teoría sobre la renta generada por la capacidad emprendedora del empresario, la cual muestra en su obra *La ciencia de la ganancia del empresario*.

Tanto a Mangoldt como a Thünen se les considera en el ámbito austriaco-alemán, los primeros aportantes a la teoría del empresario quienes además son

considerados los más prominentes teóricos del emprendimiento (Terapuez y Botero, 2007)- Teoría del Emprendedor-.

El tema sobre el empresario gira en torno al cameralismo, y el análisis de su función empresarial tuvo un lento desarrollo, aunque en forma constante, y culminó en la obra de Mangoldt, donde explica compleja y minuciosamente el beneficio. En este sentido “Analiza las bases y límites de los beneficios y concluye que una distribución asimétrica del conocimiento entre los actores económicos es la causa que explica por qué y cómo se obtienen los beneficios más elevados” (Freiling, 2005), aunque de igual manera considera que el beneficio del emprendedor será el pago por su habilidad y que dicho beneficio, a la vez, se compone de un grupo complejo de elementos únicos que divide en tres partes:

Primera, una prima sobre aquellos riesgos de tal naturaleza que no puedan ser eliminados mediante el seguro; segunda, el interés y los salarios del empresario, incluyendo únicamente los pagos por formas especiales de capital o esfuerzo productivo, que no admiten ser explotados por nadie que no sea su propietario; tercera, la renta del empresario. Esta última se subdivide en: a) renta del capital; b) renta del salario; c) renta de la gran Empresa, y d) *renta del empresario en un sentido estricto*. (Knight, 1947).

Luego de darse cuenta de la importancia del tiempo en los riesgos asumidos por el emprendedor, Mangoldt, incluye el tiempo como variable en la ecuación de la toma de riesgos que asume el emprendedor. Es así como, a “lo largo del proceso productivo, la mayor incertidumbre y, por lo tanto, el riesgo, afectarían la función del emprendedor [...] Mangoldt se anticipó a la distinción entre riesgo e incertidumbre que posteriormente desarrollaría Frank Knight” (Formaini, 2001). A mediados del siglo XIX, Mangoldt ofreció una teoría de la ganancia del emprendedor, entendida como la renta de la capacidad emprendedora o el talento especial, no rutinario y escaso, que utiliza en la adecuada combinación de factores. Estas *primas a la escasez*, que denominó Mangoldt, son posiblemente una expresión defectuosa, dado que, en últimas, los ingresos de los factores de producción no dependen solamente de su escasez y limitación. (Terapuez y Botero, 2007) Para él, “el emprendimiento y la innovación son aprobados como un factor importante de la empresa” (Rodríguez y Jiménez, 2005), por lo cual asocia al emprendedor con una persona que innova constantemente.

7. Contribuciones de los neoclásicos

La escuela clásica finalizó con la llamada revolución marginal en la década de 1870 y, desde entonces, sus doctrinas centrales pasaron ser reconocidas como la renovación del pensamiento clásico o neoclasicismo (Blaug 1986). Durante este período, aproximadamente de 1880 a 1910, las producciones teóricas británicas y austriacas dominaron el pensamiento económico, con economistas representativos como Alfred Marshall (1842-1924), A. C. Pigou (1877-1959), Carl Menger (1840-1921), y Friedrich Von Wieser (1851-1926). Estos economistas, trataron el tema del empresario y emprendedor, pero no agregaron valor a la teoría de la actividad del entrepreneur, aunque utilizaron trabajos de la escuela fisiocrática y la clásica, aunque trataron extensamente los temas relacionados con el beneficio de la empresa (Wieser, 1967).

7.1. Alfred Marshall y la empresa como factor de producción

Para A. Marshall, la empresa significa uno de los agentes esenciales del desarrollo económico, y junto con John Bates Clark (1847-1938) se esforzaron por incluir al empresario dentro de sus modelos de crecimiento económico. Así lo demostró en su obra Principios de Economía, en donde explica los factores de producción, de cuya cooperación nace la oferta de productos o ingreso nacional, y son tierra, trabajo, capital y empresa.

De esta manera indica la existencia de la “organización” como un cuarto factor de producción, para hacer de la utilidad un ingreso del factor y “había considerado que el nivel de este dependía de la escasez más o menos acusada de la aptitud de los hombres para organizar” (James, 2002, p. 355). A estos hombres los denominaría Business management y su éxito se lo asignaría al hecho de poseer un sólido y robusto carácter para los negocios (Rodríguez A. , 1999). En este sentido, Marshall “hizo eco del sentimiento de J. B. Say en lo referente al trabajador superior, enfatizando en las capacidades de mando requeridas” (Rodríguez y Jiménez, 2005).

De igual manera, declaró que existe un cierto dividendo anual, formado por los productos materiales e inmateriales fabricados en un país en el curso de un año. Ese ingreso nacional nacía como resultado de la cooperación de los cuatro factores de producción, tierra, trabajo, capital y empresa. El problema de la distribución consiste en definir qué fuerzas determinan la distribución del dividendo nacional entre los cuatro factores de producción (Ferguson, 1979).

En términos de la ganancia, poco aporta; pues el empresario es el capitalista y las ganancias constituyen un ingreso sobre el capital. Es cierto que, en relación con esto, distinguió apenas la empresa como un cuarto factor en la producción, y así

trazó una línea tenue entre tierra, trabajo, capital y empresa. La poca importancia prestada a la teoría de las ganancias a razón del riesgo y enfatizó en declarar que las ganancias son sólo un ejemplo de equilibrio entre la demanda y la oferta. En este caso, la demanda es la demanda de capacidad para los negocios, y la oferta, el total de esa capacidad. Manifestó que las ganancias a corto plazo son cuasi renta. A largo plazo un aliciente para la iniciativa (Ferguson, 1979).

Por otro lado, manifestó que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa. Al igual que Mill, aseguró que los entrepreneurs poseen numerosas habilidades especiales y que son pocas las personas capaces de definirse de esa manera. Sin embargo, “reconoció que una persona puede aprender y adquirir dichas habilidades” (Rodríguez y Jiménez, 2005).

También fue uno de los introdujo consideraciones morales en el desempeño de la función de empresario, aunque señala, que no había nada de malo en el deseo de acumular riqueza como símbolo de éxito en los negocios. Exaltó que la caballerosidad en los negocios debía incluir el espíritu del bien público, por lo cual correspondía a los economistas examinar si el empresario había acumulado su riqueza mediante mecanismos legales o fraudulentos. De allí en adelante, algunos autores han tendido a introducir consideraciones éticas en la reflexión teórica sobre la figura del empresario.

7.2. Emprendedor como innovador Joseph Schumpeter

Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), de origen Austriaco, muy reconocido en la teoría económica por su obra *Teoría del desenvolvimiento económico* (1912), donde expone, con una visión moderna el papel que cumple el empresario como agente dinamizador y clave principal del crecimiento y desarrollo económico.

Schumpeter, en su visión sobre la dinámica del sistema capitalista incorpora sus teorías sobre el empresario, la innovación, el interés y el ciclo económico; consolidándolas en su obra cumbre. Esta teoría sobre del desarrollo económico da una explicación de los factores endógenos que producen el desarrollo del sistema económico, sin ignorar que los cambios también pueden ser exógenos. Pero su interés se centra en aquellos factores que provienen del interior del mismo, coincidente con Marx, en el estudio del cambio socioeconómico desde un modelo de desarrollo endógeno. Es así, que la interpretación Schumpeteriana del desarrollo o desenvolvimiento (alemán: *entwicklung*), debe entenderse con una doble significación: crecimiento y dinámica.

En consecuencia, el capitalismo dinámico, parte del modelo estático planteado por Walras, sin ciclos económicos. En este estado estacionario, según Schumpeter, sólo existen dos factores: la tierra y el trabajo que reciben

remuneración; puesto que el capital no existe, por lo tanto, no hay ni intereses, ni beneficios, manejándose un nivel de certidumbre absoluto y la obtención de la información completa al estilo del mercado de competencia perfecta que, aunque no muestre crecimiento, sí presenta movimiento.

Por consiguiente, supone la existencia de cinco factores que impulsan y alteran el cambio, del estado estacionario, estos, no son otra cosa que las innovaciones¹: a) La introducción de un nuevo bien, b) La introducción de un nuevo método de producción, c) La apertura de un nuevo mercado, d) La conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semi-manufacturados y e) La creación de una nueva organización de cualquier industria.

Estas innovaciones aparecen en el estado estacionario, y uno de sus impactos conduce a la generación de nuevas empresas; las cuales son asimiladas gradualmente por otras nuevas empresas o por empresas ya establecidas. En la medida en que se difundan y se asimilen las innovaciones por el aparato empresarial, se alcanzaría un nuevo estado estacionario; hasta tanto no se presenten nuevos procesos de innovación. Es aquí donde entra a jugar un papel importante el empresario, como el agente, encargado de realizar las innovaciones, concebirlas y hacerlas realidad en las empresas. Asimismo, el empresario, necesita de crédito de los bancos para introducir las innovaciones en las empresas; dado que, sin crédito no habría desarrollo. Por esto, el papel del sistema bancario es fundamental, puesto que juzga la solidez de los proyectos de innovación y financia las aventuras empresariales, y es quien asume los riesgos de los eventuales fracasos, y así, esa estrecha relación representa cuerpo y alma del sistema capitalista.

En este orden de ideas, una vez que el sistema supera la condición de estado estacionario por la aparición de las innovaciones, surge el beneficio empresarial y el monto del interés que se debe pagar. El beneficio aparece en el momento en que el empresario pague el crédito al banco, que es el remanente, después de pagar el principal y los intereses, obviamente el banco recibe la suma de los intereses pactada con el empresario.

De esta forma, se produce el desarrollo económico en el capitalismo competitivo, sin embargo, los cambios ocasionados por las innovaciones, desde la visión schumpeteriana, se mueve con tropiezos y nunca en forma continua, produciéndose rupturas en el sistema que afectan su dinámica. Esto lleva al estudio del ciclo económico; donde el desarrollo económico se da en forma de fluctuaciones y sucesivas aproximaciones que representan un movimiento ondulatorio. Así se presenta, porque las innovaciones aparecen en forma discontinua, en racimos.

Los cambios en los ciclos generan algunos efectos secundarios sobre la demanda de empresas, derivadas de los cambios ocasionados por la aparición de las innovaciones. Entre estos efectos secundarios se pueden mencionar seisⁱⁱ. El primero tiene que ver con la expansión de nuevas industrias o de industrias ya establecidas como fruto de la aparición de nuevas innovaciones. El segundo, ocasionada por la aparición de nuevos, mejores instrumentos y equipos de producción. El tercero, derivado del aumento del ahorro de las empresas que han alcanzado beneficios, fruto de la aplicación exitosa de las innovaciones. El cuarto, como resultado de la mejora de sectores letárgicos, como fruto del mejoramiento industrial general. El quinto, por el logro de las economías de escala alcanzadas por empresas pioneras, que luego se van transmitiendo a otras empresas de la misma industria. Finalmente, por los beneficios alcanzados por las empresas que no han adelantado ninguna actividad innovadora.

Es así como se explica el funcionamiento y la dinámica del sistema capitalista, donde salta a la vista el papel jugado por el empresario que adelanta innovaciones, financiado por el sector bancario.

Schumpeter, considera al empresario como el gran protagonista del desarrollo económico, un agente capaz de responder creativamente a los cambios, a través, de innovaciones o nuevas combinaciones de factores de producción. En este sentido, el empresario, de Schumpeter, actúa en clave dinámica y desequilibradora. Su «proceso de destrucción creadora» supone la ruptura de un equilibrio establecido para imponer uno nuevo. En la nueva situación el empresario tendrá una posición de privilegio (poder de mercado) que resultará ser la recompensa por su innovación (nuevos productos, nuevos procesos, nuevos mercados, nueva fuente de aprovisionamiento, nueva organización). Pero la trascendencia de la función del empresario reside en la acción desequilibradora que impulsa el sistema económico hacia un proceso de desenvolvimiento – terminología de Schumpeter – en el que cada nuevo equilibrio se determina en un nivel de crecimiento mayor.

En consecuencia, el empresario innovador era el agente clave en los procesos de desarrollo económico. Sin embargo, Schumpeter descargó de la responsabilidad única de la innovación al empresario innovador individual, haciendo una clara distinción entre el empresario innovador y el capitalista, el director o el propietario de la empresa. También lo distingue del inventor. El empresario trata de lograr realizaciones. En definitiva, ser empresario, no es para Schumpeter una profesión. Sólo se es empresario cuando se llevan a la práctica innovaciones, es decir, que gran parte de las innovaciones no hay que inventarlas, se encuentran presentes en la sociedad, Por tanto, el carácter de empresario es efímero y funcional.

En cuanto al factor social, los empresarios no constituyen una clase social, como los terratenientes, los capitalistas y los obreros. Es decir, ser empresario no significa de por sí una posición de clase ni tampoco la presupone (pp. 87).

Desde el punto de vista de la función del empresario, Schumpeter, dice: “solamente se es empresario cuando se llevan a la práctica nuevas combinaciones, y se pierde el carácter en cuanto se ha puesto en marcha el negocio” (pp. 88). Así, al parecer, el creador también es devorado, en tanto que creador, por su propia creación: se es empresario para dejar de serlo. Se trata, entonces, de una función especial - la realización de nuevas combinaciones - que es “el privilegio de un tipo de hombres que son mucho menos numerosos que aquellos que disponen de la posibilidad objetiva de hacerlo”. Un “tipo especial” de conducta y de persona (pp. 91) que nada contra la corriente (pp. 89) y, en ese sentido, es al simple gerente lo que la dinámica a la estática, lo que la innovación a la corriente circular o el equilibrio (pp. 92).

Según Schumpeter, durante la vida, un empresario debe enfrentar y sortear tres de obstáculos. En primer lugar, una vez que comienza a nadar contra la corriente, la incertidumbre, demanda del empresario un mayor grado de “racionalidad consciente”, que la acostumbrada en la corriente circular, basada más en las rutinas y en la experiencia previa. En segundo lugar, obstáculos psíquicos, “No es sólo objetivamente más difícil realizar algo nuevo que lo habitual y lo que ha sido probado por la experiencia, sino que el individuo siente repugnancia por ello” (pp. 95). En tercer lugar, obstáculos “del medio social contra aquel que desee hacer algo nuevo” que van desde “impedimentos legales o políticos” hasta la condena a “toda conducta desviada” (pp. 96).

También afirmó, que lo más importante de un sistema de mercado capitalista, es que recompensa el cambio, al beneficiar por medio de monopolios de corto plazo a quienes crean productos y procesos nuevos. Las ganancias que los empresarios consiguen de esta manera les permiten: 1) financiar actividades creativas para responder a las oportunidades que perciben; 2) superar tanto la naturaleza conservadora de quienes deben cooperar en el lanzamiento de productos nuevos como la oposición de aquellos cuyos mercados pueden sufrir a causa de estos productos; y 3) ampliar sus canales de distribución para que un gran número de clientes conozcan rápidamente los productos nuevos. Las ganancias a través de monopolios constituyen, para Adam Smith, una señal de ineficiencia económica; para Schumpeter, la evidencia de una actividad empresarial valiosa en una economía sana y dinámica (Nakamura, 2000).

Por último, la función empresarial innovadora es el factor más relevante de desarrollo económico y además, arrastra con su acción a un proceso de imitación al resto de los empresarios, en beneficio de los consumidores (O’Kean, 1989).

En general, Schumpeter distinguía en la práctica cuatro tipos de empresarios: el fabricante- comerciante, el capitán de industria, el director y el fundador de la empresa. Por ello, el empresario, para Schumpeter, es el hombre innovador y de iniciativa, sea cual sea el lugar que ocupe. A pesar de ello, consideraba que nadie era empresario en forma permanente, sino algo temporal, que cualquiera podía llegar a alcanzar en un momento dado. Para Schumpeter, el empresario es quien realiza el *acto empresarial*. Destacando que la situación de los grandes empresarios estaba transformándose rápidamente: la función perdía importancia cada vez más y los obstáculos con que tropezaba en la realización de su misión disminuían progresivamente de intensidad. La humanidad se habitúa cada vez más fácil a las innovaciones, pues afirma que “la misma innovación se está reduciendo a la rutina” (Schumpeter, 1971).

Respecto al beneficio que percibe el emprendedor, no es un salario, sino un valor descontado de las ganancias por el incremento en el valor de los activos de la empresa. Para él, la cualidad de emprendedor sólo tiene sentido cuando se llevan a cabo nuevas combinaciones y se pierde el carácter en cuanto se ha puesto en marcha el negocio.

7.3. Los riesgos y la incertidumbre de Frank Knight

Frank Knight nació el 7 de noviembre de 1885 en Illinois (EE.UU.) y falleció en 1972. Es considerado uno de los fundadores de la llamada Escuela de Chicago, y como tal, uno de los más notorios exponentes norteamericanos de la ortodoxia clásica de la época, uno de los economistas más eclécticos y posiblemente el pensador más profundo y erudito en Estados Unidos.

En su trabajo de tesis doctoral en filosofía, publicado en 1921, con el nombre de *Riesgo, incertidumbre y beneficios*. El objetivo principal era analizar sus implicaciones a propósito de la controversia sobre la retribución empresaria, es por ello que trata de dar respuesta a las preguntas ¿Cuál era la distribución justa de los beneficios de una empresa? y ¿Los beneficios de una empresa corresponden enteramente a quien aporta el capital o al distribuirlo también se debe tener en cuenta la habilidad del emprendedor para conseguirlo? Dichas interrogantes, surgieron desde las propuestas de los economistas clásicos, sobre si la renta, el beneficio y el salario corresponden a la aportación de los factores tierra, capital y trabajo, respectivamente. Esta teoría fue replanteada por los neoclásicos, donde le dan prioridad al productor individual y no a la clase capitalista, la cuestión era si se igualaban la contribución a la producción y la remuneración que se obtiene de ella (Pradier y Serrano).

Para el periodo 1891-1904 Estados Unidos era sometido a huelgas cada vez más violentas, hecho que suscitó gran parte de la incertidumbre que se manejaba en la

industria, y por otro lado los riesgos que asumían los que aportaban el capital y aportaban su propia destreza. Es por esto que se trataba de dilucidar si el beneficio de una empresa corresponde enteramente a quien aporta el capital o si se tiene que tomar en consideración, al distribuirlo, la aportación del empresario a su consecución.

Es en este momento cuando se identifica un agente que no solamente puede ser capitalista, sino, que, además posee un talento especial para los negocios y no había sido suficientemente considerado como un factor de la producción por la teoría económica precedente. Ese “nuevo” factor de producción era justamente el emprendedor o empresario (Terapuez y Botero, 2007)-Teoría del Emprendedor-. Así, Knight, da por hecha la existencia del emprendedor como una persona con gran influencia en la economía pero que lastimosamente hasta ese momento no se había tenido en cuenta en sus justas proporciones (Terapuez y Botero, 2007) -Teoría del Emprendedor-.

Antes de entrar a definir el empresario y emprendedor desde la óptica de Knight es necesario aclarar las interpretaciones del riesgo y de la incertidumbre, puesto que desde estas dos categorías se caracteriza y se le asignan funciones a cada uno.

Para Knight, el “riesgo” es la aleatoriedad con probabilidades conocidas que a la vez se pueden asegurar (Terapuez y Botero, 2007) -Teoría del Emprendedor- en tanto que la “incertidumbre” la define como la aleatoriedad con probabilidades desconocidas que no se pueden asegurar. En este sentido interrelaciona los beneficios y la empresa con la existencia de incertidumbre, asumiendo que existe incertidumbre mensurable, o riesgo propio e incertidumbre inmedible o incertidumbre. Por esta razón el riesgo es asegurable, mientras que la incertidumbre no, considerando, que ésta última hace más altas las utilidades; como consecuencia de los constantes cambios en los ambientes en que tiene lugar la actividad económica. Por ello, manifiesta que sin cambios no habría utilidades, sin embargo, sostiene que no es el cambio como tal, “sino la divergencia de las condiciones reales respecto de las que se esperaban y tomaron como base para organizar los negocios, lo que produce las utilidades” (Roll, 1996) (Terapuez y Botero, 2007) -Teoría del Emprendedor-.

Con relación a la incertidumbre, es asumida por un emprendedor cuando decide iniciar “una operación claramente arriesgada, lo hace porque cree que, como saldo final, ofrece *una oportunidad atractiva*” (Kizner, 2006), aunque considera que “el empresario, más que reducir la incertidumbre, asegura y garantiza una renta al dudoso o tímido y cuya actividad es prestar servicios productivos por una remuneración fija, esto es, el empresario es quien asegura a los propietarios de servicios productivos contra la incertidumbre y fluctuación de sus rentas” (Brunet y Alarcón, 2004).

Por otro lado, la figura del empresario que se enfrenta a la incertidumbre, expresa Knight, constituye un agente muy dinámico que impulsa el desarrollo y promueve la innovación; por lo tanto, tiene un difícil encaje dentro del análisis de equilibrio estático (Gonzalez, 2004), dado que el medio en que el emprendedor realiza su labor es dinámico, en el cual, si se modifica una variable, también se modifican otras en mayor o menor medida.

Cuando Knight habla del juicio que el emprendedor tiene para los negocios y menciona que: El espíritu empresarial representa ese juicio que no puede ser evaluado en términos de su producto marginal, en consecuencia, no se le puede asignar un salario. Lo anterior se debe, porque el espíritu empresarial es un juicio para analizar los eventos más inciertos, tales como comenzar una nueva empresa, definir un nuevo mercado y quién lo va a llevar a cabo (Foss y Klein, 2004, p. 9; al respecto véase también Wood, 2005). Igualmente, Knight, menciona que:

... en nuestras decisiones hay una incertidumbre irreducible a cálculo, se da siempre la posibilidad de equivocarse (liability to err) que es lo que explica, justamente, la aparición de beneficios y su atribución al empresario [...] La gestión de la incertidumbre en la empresa es, por tanto, la función que distingue al empresario del mero gestor (manager). Prad (Pradier y Serrano).

En su obra, Knight, ve al empresario como la persona que toma a su cargo los riesgos no asegurables de la producción y, así, tiene un papel esencialmente dinámico. Desarrolla, así mismo, una teoría dinámica del beneficio empresarial. Estableció que los emprendedores siguen un proceso metódico para crear la empresa. Por eso lo consideró, el receptor del beneficio puro, como ingreso residual, después de haber descontado todos los pagos contractuales. Dicho ingreso residual es su recompensa por asumir la incertidumbre. El empresario, según él, es el capitalista que busca su beneficio en un mercado dinámico, y que no teme asumir riesgos. En el mismo sentido, Knight:

... proveyó dos grandes contribuciones al pensamiento emprendedor: la primera asociada enfáticamente a la distinción entre los riesgos asegurables y la incertidumbre no asegurable; la segunda, al adelantar una teoría de las ganancias que relaciona la incertidumbre no asegurable con el veloz cambio económico, por un lado, y con las diferencias de la habilidad empresarial, por el otro. (Rodríguez y Jiménez, 2005).

En síntesis, Knight distingue entre riesgo e incertidumbre. Por una parte, riesgo es lo objetivo y susceptible de ser medido, por lo cual puede ser incluido en los costos de la empresa, pero también se puede prevenir y disminuir mediante la constitución de seguros. Por otra parte, la incertidumbre es de carácter subjetivo y, es precisamente, la que permite explicar y justificar la función del empresario.

Respecto al riesgo, que asume el emprendedor, no significan nada si la incertidumbre puede ser asegurada. Ello, hace que prácticamente el emprendedor, que no asume riesgos sea en realidad un administrador. Es en esta condición que entra a caracterizar al emprendedor y le asigna siguientes atributos:

Tabla 2. Características y atributos del emprendedor de Frank Knight.

EMPRENDEDOR	Persona inteligente que asume riesgos e incertidumbre y asegura al dudoso o tímido
	Energía indomable, gran optimismo, autoconfianza y mucha fe
	Creatividad e imaginación
	Tenacidad y persistencia
	Los emprendedores no se hacen, sino que nacen. Sostiene que la habilidad para los negocios es en algún grado heredada
	Efectividad para el logro de beneficios
	Agentes de cambio e innovación
	El dinero es su mayor motivación
	Conocimiento de sí mismo y del sector
	El éxito del emprendedor depende de tres elementos: capacidad, esfuerzo y suerte

Fuente: citado en Tarapuez Chamorro, Edwin, Zapata Erazo, Jairo Andrés And Agreda Montenegro, Esperanza. *Knight and his contributions to the entrepreneur theory. estud.gerenc.*, Jan./Mar. 2008, vol.24, no.106, p. 83-98. ISSN 0123-5923. Adaptado por Autores.

Adicionalmente establece que los emprendedores siguen cuatro pasos para crear la empresa, así (Wood, 2005, p.32): Estimación de la demanda futura que se quiere satisfacer, Estimación de los resultados futuros de las acciones que intentan satisfacer esa demanda, Evaluación de la exactitud de las estimaciones y la probabilidad de alcanzarlas, y la Selección del plan que se considera tiene mayor probabilidad de éxito.

Por último, Knight, no hace una clara distinción entre emprendedor y empresario, sólo desde el punto, en el cual cada uno asume el riesgo o la incertidumbre, aunque expone que el empresario o capitalista, dueño de la empresa es quien asume el riesgo y tiene un rol diferente al de director de la empresa.

8. El institucionalismo de John Kenneth Galbraith en el desarrollo empresarial

Con el vertiginoso desarrollo del capitalismo en los Estados Unidos durante el siglo XX, el célebre economista, John Galbraith, del partido Demócrata, manifiesta que hay una mutación en las grandes corporaciones empresariales del mundo. Según Galbraith, el propietario de la empresa no tiene el poder de decisión como en el periodo precapitalista; las decisiones están determinadas por un grupo de técnicos y expertos profesionales del área de la administración y la economía, los cuáles constituyen el axis de las corporaciones modernas. A este grupo de técnicos y profesionales expertos en los disímiles temas empresariales para la toma de decisiones, Galbraith, lo llamó tecnoestructura.

Para J. Galbraith, la tecnoestructura, con su comportamiento y toma de decisiones en la empresa, modifica radicalmente las reglas del sistema capitalista. Además, reduce, las relaciones de la gran empresa con el Estado, y lo más importante, determina las necesidades del consumidor a través de la publicidad en los medios de comunicación, con lo cual, el poder del consumidor se pierde.

Al mismo tiempo, la tecnoestructura, no tiene como finalidad esencial la obtención del máximo beneficio, su interés es hacer crecer la firma y poseerla en el mercado, al igual que fortalecer la investigación científica en los diferentes campos, siendo sus frutos usufructuados por el sector privado, aquí la tecnoestructura trata de confundir los propósitos con los del Estado. Galbraith, reitera su tesis de la tecnoestructura en que hay una abismal diferencia entre la:

“empresa muy grande y la empresa de los manuales de economía es una diferencia de estructura. Es aquí donde interviene la tecnoestructura. En la gran empresa las decisiones más importantes son tomadas no por una persona aislada, sino por muchas personas. Nadie tiene por sí solo todos los elementos necesarios para decidir el lanzamiento de un producto, la apertura de una fábrica suplementaria o la implementación en nuevos mercados. Se hace necesario acudir a los conocimientos, a la experiencia y al juicio de los gerentes, de los directores comerciales, de los ingenieros, de los científicos, de los abogados, de los contables, de los jefes de personal y de todos los de más depositarios de un saber especializado. Cada cual contribuye aportando la parcela de su experiencia de especialista.” (Galbraith, 2000).

De igual modo asegura Galbraith que con el “desarrollo de la empresa la tecnoestructura se hace al poder. La razón es evidente: sólo aquellos que poseen los conocimientos necesarios para participar en el proceso de decisión ejercen influencia.” (Galbraith y Salinger, 2001).

9. Los apóstoles del liberalismo en el desarrollo empresarial: Mises y Hayek

Mises, “concebía la economía como un proceso de mercado donde el empresario o la conducta empresarial de los agentes económicos, desempeñan el principal papel” (Mises L, 2003). Del mismo modo, afirma que, en una economía dinámica, los empresarios no aciertan en sus previsiones, lo que lleva a que algunos de ellos obtener pérdidas y otros beneficios. En su defensa descomunal de la economía de mercado, Mises sostiene que, el “capitalismo estimula la innovación; cualquier perfeccionamiento de los sistemas de producción lleva aparejado el lucro consiguiente; quienes se aferran perezosamente a métodos periclitados sufren pérdidas patrimoniales; aquellos que estiman hacer algo mejor que los demás no tropiezan con cortapisa alguna para poner de manifiesto tal habilidad” (Mises L, 2003). En ese mismo sentido, plantea que los procesos de innovación e invento en la producción empresarial están soportados por el proceso de acumulación y el ahorro, sobre este punto dice:

“Todo avance por el camino de la prosperidad es fruto del ahorro. Los ingeniosos inventos resultarían inútiles, en la práctica, si los factores de capital preciso para su explotación no hubieran sido previamente acumulados mediante el ahorro. Los empresarios invierten el capital, ahorrado por terceros, con miras a satisfacer del modo mejor las más urgentes y todavía no atendidas necesidades de los consumidores. Al lado de los técnicos, dedicados a perfeccionar los métodos de producción, desempeñan, después de quienes supieron ahorrar, un papel decisivo en el progreso económico. El resto de los hombres no hace más que beneficiarse de las actuaciones de estos tres tipos de adelantados.

Cualquiera que sea su actividad, el hombre de la calle no pasa de ser simple beneficiario de un progreso al que nada ha contribuido” (Mises L. v., 2011).

El desarrollo empresarial de Mises, gira alrededor de los empresarios como actor principal que contribuye a dinamizar la actividad económica, los ahorradores y los técnicos estos últimos son los encargados de transformar y perfeccionan los procesos de producción, para que los consumidores disfruten de mejores productos en las economías de mercado.

Para el adalid de la economía de mercado, Hayek, su teoría no se centra en el empresario en sí, sino en la importancia que tiene el mercado para transmitir la información requerida por los empresarios. El punto clave está en saber cómo los individuos obtienen la información, es decir, la existencia de una tendencia hacia el equilibrio económico implica que las expectativas que se forman los agentes económicos son acertadas (Hayek, 1937).

Conclusiones

El objetivo planteado en este estudio se alcanza porque recoge las contribuciones que las diferentes escuelas económicas y sus principales exponentes hicieron en la construcción del concepto de empresario y emprendedor, destacando sus argumentos sobre el rol y las funciones que desempeñan en la sociedad y en la empresa. Este sirve de escenario para determinar la caracterización de empresarios y emprendedores actualmente.

Desde los postulados mercantilistas, caracterizados por la acumulación incesante de riqueza, se erigió el concepto de empresario y emprendedor, aunque no hay una clara diferenciación, pero, sobresale se afán egoísta y la búsqueda del lucro, a través de los negocios. Por consiguiente, empresario y emprendedor, son representados como mercaderes y negociantes o comerciantes.

Con la fisiocracia se encuentran se resalta la vitalidad del empresario para la actividad económica de un país. Precisamente, Richard Cantillón, es quien introduce el concepto de empresario partiendo de la función que cumplen las empresas en los mercados organizados e interrelacionados. En este sentido, la dinámica del mercado, dada por la competencia para en ganar clientes, muestra la viveza del empresario para reaccionar ante los movimientos de precios en los mercados. En este sentido, el empresario, es un estudioso de los cambios y reacciones que le imprimen los precios al mercado, es decir, aquel que busca oportunidades. No obstante, precisó entre empresario capitalista, como el propietario, fabricante o comerciante y el emprendedor, como el que depende de su trabajo y toma ventaja de la incertidumbre y de las condiciones de riesgo del mercado.

Aquí se aprecia un aporte fundamental en el rol del empresario como el dueño del capital, que además combina y coordina los medios de producción para alcanzar resultados. Así, la actividad empresarial, determina al empresario como gestor de recursos que se ve enfrentado al problema del riesgo y la incertidumbre con las cualidades del emprendedor.

Los aportes de los clásicos, presentan un empresario como propietario o capitalista, que, muestra similitud al que presentan los mercantilistas, pues, quieren sacar del mercado el beneficio máximo. Sin embargo, el elemento diferenciador, tal como lo expone Smith, es el aumento de la productividad en el trabajo.

En este punto, se destaca el desarrollo de las habilidades del trabajador, como consecuencia de la especialización. De esta manera, aumentar la productividad del trabajo, es resultado de la especialización; lo cual se puede definir como el producto de una mejora tecnológica o innovación. A raíz de este se puede inferir

que el empresario capitalista, sin expresarlo, es un emprendedor, que busca acrecentar el rendimiento del trabajador para maximizar el beneficio empresarial. Asimismo, A. Smith, en su obra la Riqueza de la Naciones, precisa la división del trabajo es un factor del crecimiento económico, asimismo, pilar fundamental del progreso y del desarrollo industrial.

Para el caso D. Ricardo, complementa lo dicho por Smith, pero enfatiza, sobre la incidencia del aumento en la técnica de producción y de la maquinaria, sobre el aumento del producto neto del empresario, no obstante, advierte sobre el desplazamiento de la mano de obra. Tomando en cuenta la posición de J. S. Mill, el progreso empresarial, se debe al aumento del capital, la población y las mejoras en la producción. En este sentido, el empresario, requiere de una capacidad especial. Respecto, al emprendedor, Mill, lo muestra, como pieza clave del crecimiento económico, que requiere de habilidades no comunes, y a quien se le atribuye el desarrollo del entrepreneurship o entrepreneur, en francés.

En general, los clásicos, sin precisar lo anotaron tres aspectos claves para diferenciar empresario y emprendedor. Primero que, a través de la especialización del trabajo, sin separarse del mercantilismo, detecta que el aumento de la productividad determina el crecimiento empresarial y nacional. Segundo el mejoramiento técnico y las nuevas máquinas influyen en el aumento de producto neto y el tercero, el más claro de todos, empresario tiene capacidad y el emprendedor, la tiene, pero es poco común.

Por el lado de Say, relaciona al empresario con administración y coordinación de recursos en la empresa industrial. Adicionalmente, precisa, que, un empresario, es exitoso si tiene discernimiento, perseverancia y conocimiento del mundo de los negocios. Por lo anterior, el empresario, de Say, asume la responsabilidad, el riesgo y la dirección de la empresa, para lo cual es necesario el talento empresarial. Respecto al emprendedor, no especifica sus características, pero se infieren, del talento que debe tener un empresario para hacer negocios.

Con la entrada a los socialistas utópicos y su afán de solucionar todos los problemas de la sociedad capitalista, Fourier, con base en los periodos de desarrollo social, determinó que la transición de una etapa a otra estaba relacionada con la invención de nuevos instrumentos de producción. Aunque no lo explícita, se puede inferir que, de los periodos de desarrollo social, asimilados a los ciclos económicos, unas empresas desaparecen y otras nacen; estas eran el producto de la capacidad de los emprendedores.

Por el lado del empresario, se puede tomar como el capitalista que proporciona los recursos económicos para la creación de la falange (Unidad productiva), en la que también interviene el talento humano y los obreros, entre los cuales se hace la distribución de los ingresos producidos. Esta realidad ideal, muestra la

alternativa que tiene la sociedad de mejorar su condición con el impulso del desarrollo empresarial

Otro de los industriales utópicos, Robert Owen, un empresario industrial con sentido cooperativo. Owen integra el empresario y el emprendedor, dado, su talento innovador para proponer cambios y procedimientos técnicos para aumentar la producción; pero, además, demostró sus habilidades como empresario, cuando impulsó y organizó racionalmente la producción, para mejorar los problemas de los obreros. Su visión empresarial social, lo llevó a poner en práctica su capacidad emprendedora, dando impulso a la construcción de vivienda de los obreros, fundando la caja de ahorro y de seguro, creando las guarderías para niños y las casas cuna e institucionalizar los comités sanitarios, entre otros aspectos atinentes a los derechos de los trabajadores y del trabajo infantil. El talento de Owen lo respalda, Saint Simón, cuando expresa que a falta de organizadores de la producción sería catastrófico para el progreso económico de una nación. Por consiguiente, destaca el papel que tiene los empresarios industriales como jabonadores del progreso social, a tal punto, que asegura el futuro de la sociedad, sólo, si es dirigida por los industriales talentosos y grandes capitalistas.

El aporte de Marx, al desarrollo empresarial, inicia, asumiendo que el capitalista es empresario, lo cierto, es que su motivo principal es la generación de ganancia. Este capitalista, que representa, la burguesía, tiene como función dinamizar el cambio de los instrumentos de producción y, en consecuencia, las relaciones de producción y, asimismo, las sociales. De esta forma se suscitan los más grandes cambios en las estructuras productivas. También, Marx, representa el talento emprendedor en la capacidad de conocimiento que se materializa en la tecnología, como un elemento transformador de las fuerzas productivas. De hecho, la burguesía-empresarial genera unas relaciones que por sí solas crean nuevos y potentes medios de producción.

Por lo que se refiera a los pre-neoclásicos, el empresario, cumple con la función de gestionar los recursos básicos de la economía con la finalidad de producir bienes, para luego vender, remunerar los factores y obtener un beneficio. Con base en lo anterior, Walras, parte de que la empresa desarrolla la función de producción y el empresario bajo la racionalidad perfecta necesita conocer los precios de los productos y los factores, de tal manera, que siempre produce bajo condiciones eficientes y sin incertidumbre. En relación con el empresario, su papel se reduce sólo realizar los cálculos para medir el beneficio y maximizarlo tomando en cuenta los cambios que se presentan en el mercado.

Al igual que lo planteó Cantillón, emprendedor y empresario, con Thünen, se fusionan en una sola persona, es decir, el empresario como tomador de riesgos y como innovador. En este sentido, el esfuerzo del empresario, se retribuye por su

capacidad para hacer innovaciones, puesto que el empresario no descansa, pensando en cómo ampliar el mercado, disminuir sus costos y reemplazar los bienes que corren el riesgo de convertirse en obsoletos. Adicionalmente, Mangoldt, aduce sobre la renta, que genera la capacidad emprendedora, dado, que se ve afectada por la incertidumbre y el riesgo; dicha renta, se da por o el talento especial y escaso que el emprendedor materializa en la innovación constante.

A continuación, Marshall, incluye a la empresa como factor de producción y agente esencial del desarrollo económico. Sin embargo, el empresario, es el capitalista, su ganancia es un ingreso sobre el capital. En torno a los emprendedores, Marshall, los llamó líderes por naturaleza, que actúan en condiciones de incertidumbre, como lo dijo Cantillón, y, Mill, los emprendedores poseen habilidades especiales.

Desde la postura de Schumpeter, la posición del empresario aparece como dinamizador y clave principal del crecimiento y desarrollo económico. En contradicción con el estado estacionario de Walras, propone la dinámica y el cambio provocada por las innovaciones, donde el empresario de encarga de concebir las innovaciones y las hace realidad en las empresas. En consecuencia, las innovaciones justifican el beneficio empresarial. Las innovaciones producen cambios, pero, también rupturas que afectan su dinámica desequilibrada que se resume en el «proceso de destrucción creadora», mediante cual desaparecen y nacen nuevas empresas. Aquí, Schumpeter, le da privilegios empresario innovador individual, no obstante, propone una clara distinción entre el empresario innovador y el capitalista, el director o el propietario de la empresa. En definitiva, el innovador propaga el cambio, mientras que el capitalista la financia. Además, identifica cuatro tipos de empresarios: el fabricante-comerciante, el capitán de industria, el director y el fundador de la empresa y en cualquiera de ellos, el empresario, es hombre innovador y de iniciativas.

Retomando los elementos anotados por Cantillón en relación en con el riesgo y la incertidumbre que enfrenta el empresario, Frank Knight, analiza sus implicaciones en la retribución empresarial. En este sentido, se identifica un agente, que, además, de ser capitalista, tiene un talento especial para los negocios. Respecto al emprendedor, lo exalta por la gran influencia que ejerce en la economía. Coincidiendo con Schumpeter, Knight, explica que el empresario enfrenta la incertidumbre, y se constituye un agente dinámico que impulsa el desarrollo y promueve la innovación; porque, del espíritu empresarial, se vale para hacer una nueva empresa o definir un nuevo mercado, gestionado la incertidumbre y el riesgo. En síntesis, Knight distingue entre riesgo e incertidumbre. Por una parte, la incertidumbre de carácter subjetivo explica y justifica la función del empresario. Por otra, los riesgos que asume el emprendedor no tienen significado si la incertidumbre es asegurada.

Con la corriente institucionalista, de J. K. Galbraith, aparece el concepto de tecnoestructura, los cuales tienen a su cargo los temas empresariales y la toma de decisiones; cuya función principal, es hacer crecer la empresa y posicionarla en el mercado. Para la corriente institucionalista se pierde el papel del empresario y del emprendedor, dado que estos son asumidos por la tecnoestructura. Por el contrario, Mises, del liberalismo económico, muestra al empresario como agente económico, que pierda o gana, dependiendo del acierto de las previsiones que haga sobre la dinámica del mercado. También, exalta el capitalista que estimula la innovación para aumentar el lucro. En este sentido el empresario es, actor principal, contribuye con la dinámica de la actividad económica. Por el lado de Hayek, la cuestión no está en el empresario, sino en la información, que manejan los agentes a través del mercado, de tal manera, que les permita tomar las decisiones más acertadas.

Referencias

- Brunet, I., y Alarcón, A. (2004). *Teorías sobre la figura del emprendedor*. Recuperado de <http://www.bib.uab.es/pub/papers/02102862n73p81.pdf>
- Caldera, J., Rodríguez, F., y Moreno, J. (s.f.). Manual guía para agentes multiplicadores en estímulo y desarrollo de capacidades emprendedoras. Recuperado de http://www.coronelsuarez.gob.ar/civitas/modulos/noticias/adjuntos/adjunto_20720_5.pdf
- Calvin, K., y Francis, R. (1999). Coverage of Entrepreneurship in Principles of Economics Textbooks: An Update (Spring 1999), 184-188. *Journal of Economic Education* 30, No. 2, 184-188.
- Ekenlund, J., Robert, B., y Herbert, R. (2003). *Historia de la Teoría Económica y de su Método*. Bogotá: McGraw Hill.
- Elkjaer. (1991). citando a Helen Verin. La maquinaria del proceso capitalista: los entrepreneurs 1 en la teoría económica
- Ferguson, J. (1979). *Historia de la economía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Formaini, R. (2001). The engine of capitalist process: entrepreneurs in economic theory. *Economic and Financial Policy Review*, Q IV, 2-11 Recuperado: <http://www.dallasfed.org/research/efr/2001/efr0104a.pdf> .
- Freiling, J. (2005). *Research on entrepreneurship development in Germany: what are the lessons for developing countries?* Obtenido de Recuperado: <http://frontpage.cbs.dk/ckg/upload/CKG-WP%202004-11.pdf>
- Galbraith, J. K., & Salinger, N. (2001). *Introducción a la economía: una guía para todos (o casi)*. Barcelona: Crítica.

EMPRENDEDOR Y EMPRESARIO: UNA CONSTRUCCIÓN DESDE LA DINÁMICA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO

- Glabraith, J. K. (2000). *El Crash de 1929*. Barcelona: Ariel S.A.
- Gonzalez, F. J. (2004). *Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes empresarios de Andalucía. Tesis de doctorado no publicada*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Hayek, F. v. (1937). “Economía y Conocimiento”,. *Economica* 4, No. 13, 35-54.
- Heredira (2013). *Empresario*. Colombia: Club de ensayos.
- Kantis, H. (2008). *La cultura del emprendimiento en América Latina*. Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Karatiev, N., & Rindynes. (1962). *Historia de la doctrinas Económica*. México: Grijalbo.
- Kirzner, I. (1997). “Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach” . *Journal of Economic Literature* 35, No. 1, 60-85.
- Kizner, I. (2006). *Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach*. Austria: In The Journal of Economics Literature.
- Knight, F. (1947). *Riesgo, incertidumbre y beneficio*. Madrid: Aguilar.
- Lenin, V. (1905). *Sobre el arte y la literatura*. Madrid: Ediciones Jucar.
- Londoni, J. S. (2006). *Empresario y capitalista: nota para una teoría austriaca de la firma*. *Journal of Management for Value* Vol 1 N° 2, 26.
- Marx, K., y Engel, F. (1848). *Manifiesto del partido comunista*.
- Mill, J. S. (1951). *Principios de Economía Política; con algunas de sus aplicaciones ala filosofía social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Mises, L. (2003). *Una interpretación de la evolución social y económica*. Madrid: Unión editorial S.A.
- Mises, L. v. (2011). *La Mentalidad Anticapitalista*. Barcelona: Unión Editorial S.A.
- Nakamura, L. (2000). *Economics and the new Economy. The Invisible Hand Creative Destruction*. Philadelphia: Federal Reserve Bank of Philadelphia.
- O’Kean, J. (1989). Aportaciones a la teoría de la función empresarial. *Boletín de estudios Económicos* No. 136, 127-149.

- Pradier, P.-C., y Serrano, D. T. (s.f.). Obtenido de Disponible en: <http://www.uned.es/personal/dteira/docs/knight.pdf>
- Ramírez, C. (2002). *Fundamentos de Administración*. Caldas: ECOE Ediciones.
- Rodríguez, A. (1999). *La lógica originaria del emprendedor*. Barcelona: IESE.
- Rodríguez, C., y Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia: revisión de la literatura. *Innovar*, 73-89.
- Roll, E. (1999). *Historia de las doctrinas económicas*. México: Fondo de cultura Económica.
- Schumpeter, J. (1971). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Madrid: Aguilar.
- Terapuez, E., y Botero, J. J. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 39-63.
- Von Mises, L. o., y Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Wieser, F. v. (1967). *Social Economics*. (Nueva York: Augustus Kelley), orig. pub 1914.
- Zimmerer, T., & Scarborough, N. (1996). *Entrepreneurship and the new venture formation*. Prentice Hall.

ⁱ Schumpeter, no solamente considera como única fuente de cambios endógenos a la innovación, identifica realmente otras dos. Una primera derivada del crecimiento de la población (8C, p. 74) y una segunda fuente derivada de las oscilaciones propias del ciclo económico (Oakley. 1990, p. 80)

ⁱⁱ Vid. Schumpeter (1983, b) p. 44



INQUIETUD
EMPRESARIAL

FLUJOS DE EFECTIVO FUTUROS PARA EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIAL DEL VALLE DEL CAUCA DURANTE EL PERIODO 1995 –
2014¹

Gabriel Eduardo Escobar Arias²
Jorge Iván Osorio Mejía³

Para citar este artículo: Escobar, G. y Osorio, J. (2016). Flujos de efectivo futuros para empresas del sector comercial del valle del cauca durante el periodo 1995 – 2014. *Inquietud Empresarial*. Vol. XVI (1), 55-79

Fecha de recepción: 9 de octubre de 2015

Fecha de aceptación: 18 de julio de 2016

¹ Este artículo es resultado de la investigación titulada “Crecimiento económico y flujos de efectivo en las empresas del sector comercial de Antioquia, Caldas, Cundinamarca, Santander y Valle”. Las entidades que financiaron dicho proceso investigativo fueron la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales y la Universidad Autónoma de Manizales. La investigación se realizó durante los años 2014 – 2015.

² Gabriel Eduardo Escobar Arias, docente Universidad Nacional de Colombia sede Manizales y Universidad Autónoma de Manizales, miembro del grupo de investigación en empresariado de la Universidad Autónoma de Manizales. Economista candidato a doctor en el programa de ingeniería – industria y organizaciones de la Universidad Nacional de Colombia. *E – mail*: gabrieledoescobar@gmail.com

³ Jorge Iván Osorio Mejía, estudiante MBA (Cohorte VI) Universidad Autónoma de Manizales, Ingeniero Civil de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. *E – mail*: jiom39@yahoo.com.mx

Resumen

El principal objetivo fue determinar la relación entre el crecimiento económico y los flujos de efectivo de las empresas del sector industrial para el departamento del Valle del Cauca y luego con estos resultados poder realizar predicciones para los futuros flujos de efectivo. Dentro de la metodología, se obtuvieron los estados financieros de las empresas industriales del Valle del Cauca que reportan estados financieros a la Superintendencia de Sociedades durante el año 1995, las cuales ascendieron a 225, siendo este número de empresas la población inicial, sin embargo, el estudio solo se le pudo aplicar a 45 empresas que fueron aquellas que reportaron de forma continua sus estados financieros durante los años 1995 – 2014 a la Superintendencia de Sociedades de Colombia. A este número de empresas se le calcularon los flujos de efectivo de operación y financiación con los cuales se estableció la relación estadística con el crecimiento de la economía regional durante el mismo periodo de tiempo, datos que se obtuvieron del Departamento Nacional de Estadística (DANE) de Colombia. Los principales resultados obtenidos fueron la relación estadística encontrada entre los flujos de efectivo de operación y el crecimiento de la economía regional ascendió al 0,48, resultado bastante insatisfactorio inicialmente para poder realizar predicciones, pero al sumarle a los flujos de efectivo de operación, la financiación; la relación estadística aumentó a 0,77, dato más preciso para poder realizar la predicción de los futuros flujos de efectivo. La principal conclusión fue que, al existir una relación directa y alta entre los flujos de efectivo de las empresas del sector industrial del Departamento del valle del Cauca y el crecimiento económico regional, se pueden realizar predicciones de los futuros flujos de efectivo para las empresas del sector, de tal forma que gremios y empresarios puedan realizar una mejor planeación financiera al interior de sus organizaciones.

Palabras clave: Flujos de efectivo, correlación, crecimiento económico y predicción.

Future cash flows for companies of the commercial sector of Valle del Cauca during the period of 1995 – 2014

Abstract

The main objective of this study, was to determine the relationship between economic growth and cash flows of companies at the industrial sector of the department of Valle del Cauca. Then, with these results, to be able to make predictions for the future cash flows. Within the methodology, there were obtained the financial statements of the industrial companies of Valle del Cauca, which report financial statements to the Superintendency of Corporations during

1995, which increased to 225, being this number companies of the initial population. However, the study was applied to 45 companies that were those that continuously reported their financial statements during the years 1995 - 2014 to the Superintendence of Corporations of Colombia. To this number of companies, it was calculated the operating and financing cash flows with which the statistical relationship was established with the growth of the regional economy during the same period of time, data that were obtained from the National Department of Statistics (DANE) from Colombia. The main results obtained were the statistical relationship between operating cash flows and the growth of the regional economy that increased to 0.48, a rather unsatisfactory result to make predictions at the beginning, but when added to the cash flows of operation, the financing; the statistical ratio increased to 0.77, a more accurate data to be able to predict future cash flows. The main conclusion was that, since there is a direct and high relationship between the cash flows of companies at the industrial sector of the department of Valle del Cauca and regional economic growth, it is possible to make predictions of future cash flows for Sector. That is why guilds and entrepreneurs can realize a better financial planning within their organizations.

Key words: cash flows, correlation, economic growth and prediction.

Fluxos de caixa futuros para fins comerciais EMPRESAS CAUCA VALLEY sector durante o período 1995 - 2014

Resumo

O principal objetivo foi determinar a relação entre o crescimento económico e os fluxos de caixa das empresas do sector industrial para o departamento de Valle del Cauca e, em seguida, estes resultados para fazer previsões para os fluxos de caixa futuros. Dentro da metodologia, foram obtidos das demonstrações financeiras das empresas industriais de Valle del Cauca relatórios demonstrações financeiras para a Superintendência de Empresas, em 1995, que ascenderam a 225, e este número de empresas a população inicial, no entanto, o estudo foi capaz de aplicar apenas 45 empresas foram as que continuamente relatou suas demonstrações financeiras para os anos de 1995 a 2014 à Superintendência de sociedades de Colômbia. Este número de empresas foi estimada fluxos de caixa operacionais e de financiamento com que a relação estatística com o crescimento da economia regional foi definido durante o mesmo período de tempo, os dados foram obtidos junto ao Departamento Nacional de Estatística (DANE) da Colômbia. Os principais resultados obtidos foram a relação estatística encontrada entre o fluxo de caixa operacional e crescimento da economia regional ascendeu a 0,48, resultado bastante insatisfatório inicialmente para fazer previsões, mas quando adicionado a fluxos de caixa operacionais, a financiamento; relação

estatística aumentou para 0,77, para realizar una previsão mais precisa dos futuros dados de fluxos de caixa. A principal conclusão foi que, como não há uma relação direta e alta entre os fluxos de caixa das empresas do setor industrial do departamento de Valle del Cauca e do crescimento económico regional, podemos fazer previsões de fluxos de caixa futuros para as empresas sector de modo a que os sindicatos e os empregadores podem fazer um melhor planeamento financeiro dentro de suas organizações.

Palavras chave: os fluxos de caixa, correlação e previsão de crescimento económico.

1. Introducción

En procesos investigativos anteriores se analizaron los flujos de efectivo de algunas empresas del departamento de Caldas, Risaralda y Quindío para el sector comercial, industrial, de servicios y agropecuario, entre 2002 y 2010 en sus estructuras de operación, financiación e inversión; Escobar (2014) y se determinó su relación con algunas variables macroeconómicas durante el mismo período. Los principales resultados se refieren a la demostración de la correlación positiva presentada entre las variables analizadas. De acuerdo con lo anterior, se indagó en profundidad sobre la relación que pueden presentar variables como el crecimiento económico y los flujos de efectivo y su incidencia en estos, de forma que se pueda realizar su predicción para empresas del sector comercial en el Valle del Cauca.

Algunos autores han presentado resultados sobre la predicción de los flujos de efectivo para períodos siguientes, a partir de variables como los flujos de efectivos históricos Catanach, Croll y Grinaker. (2000), Luo (2008) y Lorek (2014); los estados financieros, conformados por el balance general y el estado de resultados o situación económica Ou y Penman (1989), Stober (1992) y Lee (1996); el capital de trabajo Francis y Eason (2012); los ingresos o los costos Atwood et al. (2011), Sloan, (1996) y Stober (1993); y otros informes financieros redactados bajo normas internacionales de información financiera (NIIF), Lee (2011) y Legoria y Sellers (2005). Sin embargo, ninguno de ellos, en la búsqueda realizada, trabajó la predicción a través de la relación que pueda haber entre el crecimiento de la economía y los flujos de efectivo históricos. En este sentido se observa un vacío teórico entre la relación que puedan tener estas dos variables y la manera de conjugarlas para establecer una predicción de los flujos de efectivo a partir de estos resultados.

Los objetivos del trabajo fueron, en primer lugar, establecer la relación teórica y práctica entre las dos variables, y, en segundo lugar, establecer la correlación entre el crecimiento de la economía y los flujos de efectivo durante los años 1995–2014, para las empresas del sector comercial de la región señalada. Y,

finalmente, plantear un sistema que permita proyectar los flujos de efectivo a partir de la variación que presenta el crecimiento de la economía, es decir, medir el porcentaje de variación que presentarán los flujos de efectivo ante la variación del PIB de la economía en la cual se basa el estudio. Esta observación se fundamenta en que la variable independiente será el crecimiento económico y la variable dependiente serán los flujos de efectivo.

Con los resultados obtenidos, los empresarios podrán tener información adicional para realizar sus pronósticos respecto a los flujos de efectivo, pues cuentan con información interna y externa y de esta forma podrán realizar una planeación financiera más adecuada para prever su capital de trabajo, las inversiones futuras, el pago de dividendos y de obligaciones financieras, entre otras actividades relacionadas con el desembolso o la adquisición de recursos monetarios o liquidez.

La investigación realizada fue de tipo cuantitativo en su parte inicial, pues se realizó una extracción de cifras como son los estados de los flujos de efectivo de las empresas que reportaron de forma continua esta información a la Superintendencia de Sociedades Supersociedades (2015) de Colombia durante los años 1995 – 2014, para la región mencionada. La información se recopiló y se presentó el acumulado de datos para el Valle del Cauca. Los datos del Producto Interno Bruto (PIB) se consultaron en la base de datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística –DANE, además de considerar las proyecciones del Banco Mundial, y así obtener el crecimiento económico de la región en el período mencionado. Con esta información, se estableció las correlaciones que presentaron las variables estudiadas, y se desarrolló el análisis de regresión estadística que permite establecer la predicción de los flujos de efectivo futuros para los años 2015, 2016 y 2017.

Se presentó, además, un análisis en el cual se estableció la relación que pueden tener algunos hechos económicos con los flujos de efectivo para el departamento del Valle del Cauca y durante el mismo tiempo, de tal forma que se pueda demostrar que la correlación entre las dos variables es posible explicarla de forma cuantitativa y cualitativa.

Uno de los principales problemas encontrados en el proceso investigativo fue la muestra a la cual se le aplica el modelo estadístico de regresión para predecir los futuros flujos de efectivo, puesto que para la región analizada se encontró un total de 225 empresas que pertenecen al sector comercial, pero de estas solamente 45 reportaron los estados de flujos de efectivo de forma continua ante la Superintendencia de Sociedades, esto se debió a que muchas de ellas desaparecieron, otras se fusionaron y otras no presentaron el reporte.

Es necesario que el reporte sea continuo porque los datos en cero hacen que los datos estadísticos pierdan homogeneidad y tanto las correlaciones como las predicciones pierden validez.

2. Metodología

La información que se presenta en este artículo es de tipo cuantitativo, puesto que se realiza un análisis de cifras como los estados de flujos de efectivo de las empresas del departamento objeto del presente estudio, que pertenecen al sector comercial y que han reportado estados financieros a las Superintendencia de Sociedades entre 1995 y 2014.

La investigación es de carácter correlacional, por lo cual uno de sus objetivos fue establecer la relación que hay entre el crecimiento económico regional y los flujos de efectivo para las empresas del sector comercial en el Valle del Cauca. Se pretendió establecer en esta correlación el efecto de la variable independiente, que es el crecimiento económico, en la variable dependiente que son los flujos de efectivo.

Además, el trabajo es de carácter longitudinal, puesto que se evalúan varios periodos continuos en cada una de las variables que son el crecimiento económico y los flujos de efectivo. El periodo analizado es entre 1995 y 2014. Este trabajo, también tiene un carácter exploratorio puesto que se trata de establecer los futuros flujos de efectivo de las empresas estudiadas a través de la relación entre las variables crecimiento económico y flujos de efectivo.

Para la recolección de la información se utilizó la base de datos (SIREM) que es operada y suministrada de forma gratuita por la superintendencia de sociedades. Esta base de datos se encuentra en la página Web de la entidad (www.supersociedades.gov.co).

Para determinar el Producto Interno Bruto proyectado, se tomó la información suministrada por el Banco Mundial, entidad que tiene proyecciones de crecimiento PIB estimadas hasta el año 2017.

Para determinar la población se estableció el número de empresas del sector comercial del Valle del Cauca, que reportaron estados financieros a la Superintendencia de Sociedades durante 1995, y se obtuvieron 225 empresas.

Para determinar la muestra, se tomaron las empresas que reportaron estados financieros a la Superintendencia de Sociedades entre 1995 y 2014 de forma continua. Se decidió de esta manera porque en los periodos en los cuales no hay reporte, para la elaboración del aplicativo estadístico se tendría un dato cero, que afectaría los resultados de la correlación estadística.

FLUJOS DE EFECTIVO FUTUROS PARA EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL DEL VALLE DEL CAUCA DURANTE EL PERIODO 1995 – 2014

Para el Valle del Cauca, objeto del presente estudio, se obtuvo el siguiente número de empresas:

Tabla 1. Empresas del sector comercial que reportaron estados financieros para el Valle del Cauca, de forma continua a la Superintendencia de Sociedades durante el periodo 1995 – 2014.

Departamento / región	Número de empresas
Valle del Cauca	45

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Superintendencia de Sociedades.

Operatividad de la investigación:

Para el logro de los objetivos, se operó de la siguiente manera:

- Se contó con los históricos del PIB desde 1995 hasta 2014.
- Se calcularon los flujos de efectivo de las empresas estudiadas a partir de los estados financieros Balance General y Estado de Resultados, datos suministrados por la Superintendencia de Sociedades entre 1995 y 2014.
- Se obtuvo la sumatoria de los flujos de efectivo de las 45 empresas del sector comercial de Valle del Cauca, a las cuales se les aplicó el modelo estadístico.
- A través del software estadístico SPSS se estableció el grado de asociación lineal y no lineal entre el PIB y los flujos de efectivo (relación), dato que entregó información importante para determinar el modelo econométrico que se utilizó para establecer los flujos de efectivo futuros.
- Se realizó una descripción de los hechos económicos ocurridos para cada región entre 1995 y 2014 con el objeto de determinar la relación de estos con los resultados de los flujos de efectivo.
- Para la estimación de los flujos de efectivo futuros para el período, de acuerdo con la estimación del PIB proyectado, se realizó mediante un modelo de regresión lineal de los flujos de efectivo en función del PIB de la siguiente forma:

$$F.E.E. = \text{Constante} + (C \times C.E.) + \text{Error}$$

De donde:

F.E.E. = Flujo de efectivo esperado.

C = Coeficiente del PIB.

C.E. = Crecimiento económico esperado.

Para la comprobación y la validez de la regresión de los datos y del modelo planteado, se realizaron pruebas estadísticas como La T de Student, que consiste en comprobar si “dos grupos difieren entre sí de manera significativa respecto a sus medias” Sampieri et al. (2006). Y Para determinar la validez del modelo, el nivel de significancia de la prueba debe ser menor a 0,05 Creswell (2005).

Otra prueba que se debe aplicar al modelo de regresión es la de Fisher, que examina la igualdad entre las varianzas poblacionales de dos variables con distribución normal. Para la aceptación de la prueba bajo este parámetro, su nivel de significancia debe ser menor a 0,05 Fisher (1925). La tercera prueba es el coeficiente de determinación, que muestra el valor que puede explicar el efecto de la variable independiente en la variable dependiente. En la medida que esta se acerque más a 1, significa que hay mayor grado de correlación y por eso los datos son más homogéneos para realizar modelos de predicción Creswell (2005).

Por su parte, Sampieri et al. (2006) utiliza una escala para determinar el grado de correlación, indicando que, cuando el coeficiente de correlación está entre 0,25 y 0,50 es una correlación media, cuando está entre 0,50 y 0,75 es una correlación positiva, y mayor a estos intervalos se considera que la correlación es muy alta.

La siguiente prueba estadística para determinar el modelo de regresión lineal es la normalidad, que muestra si los datos de las variables analizadas tienen una distribución normal, en la medida que su nivel de significancia sea menor a 0,05 indica que los datos son homogéneos, es decir, que están dentro de la distribución normal. Por lo tanto, los datos son confiables para construir modelos de predicción León y Montero (2003).

La última prueba que se utiliza para comprobar la validez del modelo es la Homocedasticidad, que consiste en determinar la igualdad que presentan las varianzas de las variables analizadas. Para determinar que la prueba es válida, su resultado debe ser superior al 5% de acuerdo con la prueba de Levene. Aranaz (2002).

Inicialmente se utilizó el modelo de regresión lineal porque determina el efecto de una variable sobre otra Sampieri et al. (2006), de modo que, permite determinar el efecto del crecimiento económico, como variable independiente, en los flujos de efectivo como variable dependiente, sin embargo, los resultados no permitieron la validación estadística del modelo presentado. Dado que el software estadístico utilizado permite obtener resultados de correlación de diferentes modelos de regresión, se procedió a la búsqueda del modelo que mejor representara el comportamiento de las variables, para el caso de este estudio el modelo que presentó un mejor ajuste en los coeficientes de correlación y de determinación correspondió a la regresión cúbica, que se clasifica dentro del modelo polinómico (en este caso de tercer orden) y pertenece a un tipo del

modelo no lineales (no obstante, este modelo polinómico que procede del modelo lineal). La relación observada entre las variables se distribuye alrededor de una curva y la ecuación de dicha curva se determina a partir del modelo no lineal seleccionado Sancho y Serrano (2006). Acto seguido se validó estadísticamente el modelo con la variable dependiente ya transformada y analizando la normalidad que presentan los residuos arrojados por el modelo.

3. Resultados

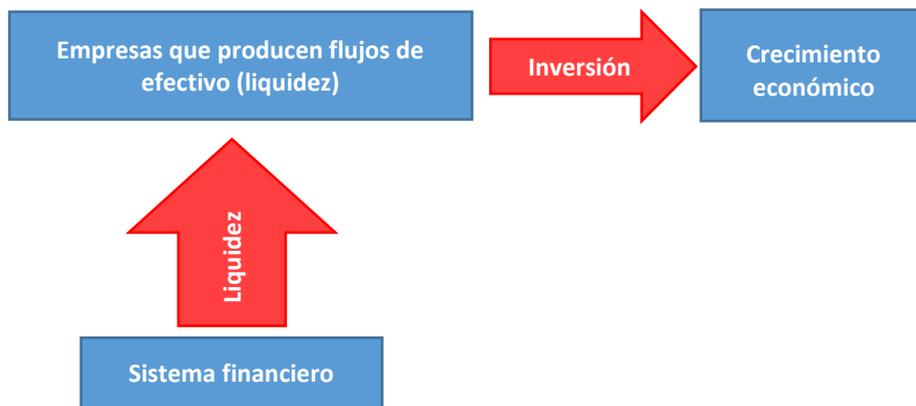
La inversión en capital es la base para el crecimiento económico de un país Solow (1956), y a partir de este elemento se da la relación entre los flujos de efectivo y el crecimiento económico, pues hay un conector entre estas dos variables que es la *liquidez* como se muestra a continuación:

El flujo de efectivo, es decir, la *liquidez*, indica la disponibilidad de recursos con los que cuenta una empresa para atender sus obligaciones financieras, realizar inversiones o distribuir utilidades García (1999). Por lo tanto, la inversión hace parte del flujo de efectivo del cual se generan los recursos para el desarrollo de la actividad de las empresas.

Las inversiones privadas y públicas requieren grandes desembolsos de dinero y en muchas ocasiones ni los empresarios ni los gobiernos disponen de fondos para efectuarlos. Por este motivo, el sistema financiero hace parte de dicha relación y se encarga de canalizar los recursos suficientes para que los fondos sean trasladados a la inversión.

El flujo de efectivo determina la liquidez que se puede llevar a la inversión pues, en muchos casos, el flujo no contiene los recursos necesarios para su realización, y por eso los empresarios recurren al sistema financiero para conseguir la liquidez necesaria para sus inversiones Levine (1997). Pero para que esto se pueda dar, las empresas deben tener la suficiente liquidez para retornar estos dineros prestados a las entidades financieras a unas tasas de interés adecuadas en un tiempo prudente.

Gráfica 1: Movilidad de la inversión.



Fuente: Elaboración propia.

El sistema financiero inyecta liquidez a las empresas, y estos recursos son invertidos en acumulación de capital y en innovación tecnológica que aportan al crecimiento de la economía. El flujo de efectivo es liquidez que se puede utilizar para invertir en acumulación de capital y en innovación tecnológica, que suelen demandar grandes cantidades de recursos monetarios. Por este motivo, que los empresarios se apoyan en el sistema financiero para hacer estas inversiones. Por esto, las entidades financieras hacen parte del crecimiento económico de un país Levine (1997).

Algunos autores sostienen que la movilidad de estos recursos por el sistema financiero, al ser trasladados a las empresas para que estas realicen sus inversiones, se promueve el crecimiento económico de los países.

Hicks (1969) demostró que el sistema financiero fue la base fundamental para el comienzo de la industrialización en Inglaterra, pues canalizó los recursos para la inversión de grandes obras en este país. Los productos y las invenciones ya estaban elaboradas y operaban desde años anteriores y el crecimiento económico aún no había llegado. Sin embargo, cuando el sistema financiero inyectó la liquidez necesaria a través del mercado de capitales, los instrumentos financieros fueron los impulsores de las inversiones de largo plazo que la economía necesitaba.

De igual manera, Shumpeter (1912) sostiene que el sistema financiero y en particular los bancos son entidades que promueven la inversión tecnológica. El sistema identifica los empresarios que están mejor preparados para llevar a cabo innovaciones y crear nuevos productos, y les otorga los recursos necesarios para

que hagan realidad sus políticas empresariales. Para él, los bancos son entidades cuya tarea es identificar empresarios que creen mecanismos de producción eficaces y es a estos quienes con mayor facilidad se les otorgarán los recursos monetarios (liquidez), puesto que suelen obtener mejores resultados financieros que otros empresarios que no están preparados. En esta forma, los riesgos de prestar recursos disminuyen porque la probabilidad de recuperar los dineros invertidos en este tipo de empresas es mayor que las que no tienen la capacidad de innovar y mejorar los procesos productivos. Dice también el autor que, en la medida que las empresas cuenten con los recursos necesarios para realizar sus inversiones en innovación, tecnología y nuevos productos, estas nuevas capacidades impulsan el desarrollo económico de un país.

Robinson (1952), como los dos autores anteriores, sostiene que, a medida que se va dando el crecimiento económico de un país, se van creando las condiciones necesarias para que el sistema financiero provea los productos y servicios financieros adecuados para las nuevas tendencias que se producen en la economía. Con los años, el sistema financiero ha sido el encargado de ofrecer la liquidez necesaria para que los empresarios con nuevos productos y servicios financieros puedan hacer realidad sus inversiones y puedan inyectar capital en tecnología para mejorar sus procesos productivos y ser más competitivos.

Por su parte, North (1990) señala cómo el sistema bancario es uno de los autores principales para el logro del desarrollo y el crecimiento de un país, en la medida que las condiciones financieras de la economía sean mejores o más apropiadas se tendrá un mayor crecimiento, puesto que las entidades bancarias realizarán sus desembolsos de recursos más fácilmente y en mayores cantidades porque, al haber un sistema financiero más eficiente y consolidado, las entidades financieras tendrán mayor información sobre donde colocar sus recursos con menor riesgo y con más altas posibilidades de recuperación de su cartera. La información que tengan las entidades financieras sobre sus clientes y sobre los proyectos en los que pueden invertir, tendrán mejores condiciones financieras, lo que se traduce en un mayor crecimiento económico, en la medida que más cantidad de recursos se puedan canalizar hacia la inversión por las empresas que hacen uso de estos recursos monetarios.

Además, Atje y Jovanovic (1993) demuestran que, en la medida que se dé un buen desarrollo del sistema financiero en una economía, se da un mayor crecimiento económico, puesto que, cuando los empresarios usan los recursos que el sistema financiero les facilita producen necesariamente a una mayor inversión. Las inversiones en el mercado de capitales se incrementan al tener mayor liquidez, y al haber un sistema financiero más desarrollado los riesgos de inversión disminuyen incentivando el incremento de las inversiones y un mayor crecimiento económico.

Bencivenga et al. (1995) demostraron que la inyección de una mayor liquidez por el sistema financiero a las empresas para la inversión produce crecimiento de la economía. Los autores señalan que los costos de transacción afectan de forma directa la inyección de liquidez que se destina a la inversión. De esta manera, en la medida que los costos de transacción financieros son más altos, se genera un menor incentivo por los inversionistas a adquirir activos financieros o productos que emitan las entidades financieras. Y, al contrario, en la medida que los costos transaccionales disminuyan, los incentivos a invertir son mayores, y se inyecta mayor liquidez al sistema, lo que produce mayor inversión y por tanto mayor crecimiento económico.

Para el análisis cualitativo se relacionan los principales hechos económicos ocurridos durante el periodo 1995 – 2014 para el Valle del Cauca, obteniendo los siguientes resultados:

A finales de los años noventa se calificó el desempeño departamental en cuanto al crecimiento se refiere como una década perdida ya que el crecimiento promedio apenas alcanzó un 0,77% DANE (2014). Siendo las ramas de actividad más afectadas la industria y el sector agrícola. Mientras que otros sectores mostraron mejor dinamismo como lo fueron los servicios y la construcción.

Durante los primeros años de la década de los dos mil, el sector agrícola e industrial mostraron unos resultados más alentadores gracias al incremento en las exportaciones. Otro sector que jalonó los buenos resultados fue el de servicios financieros, quienes apoyaron a través del crédito este impulso en las exportaciones generando así mismo un incremento en las utilidades de los bancos.

A pesar de la crisis ocurrida en Venezuela, los empresarios reaccionaron de la región de forma acertada exportando sus productos a otros países, gracias a lo oportuno que se generaron por la ley de preferencias arancelarias andinas y de erradicación de cultivos ilícitos (APTDEA).

Al final de la década los ingresos de las empresas comenzaron a decaer la igual que el crecimiento de la economía, debido a la crisis financiera internacional la cual tuvo repercusiones a nivel mundial y tanto Colombia como el departamento del Valle del Cauca no fueron ajenos a estos efectos que se presentaron en la economía mundial.

A partir de la segunda década de los años dos mil, nuevamente la economía regional comenzó a presentar mejores resultados gracias a que se generaron nuevos negocios de exportación con aquellos países que se tenían relaciones comerciales desde años atrás.

Los eventos anteriormente nombrados coinciden con los resultados de los flujos de efectivo, es decir, en aquellos periodos donde se presentaba un buen

FLUJOS DE EFECTIVO FUTUROS PARA EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL DEL VALLE DEL CAUCA DURANTE EL PERIODO 1995 – 2014

desempeño de la economía de igual forma se comportaron los flujos de efectivo, demostrando de esta forma la relación existente entre las variables estudiadas.

Para establecer la correlación cuantitativa entre las dos variables se trabajó con los siguientes datos:

Tabla 2. Datos para el análisis estadístico.

Período	a. Índice Deflactor	c. Valor del PIB deflactado a precios base año 2008	d. Crecimiento económico para el Valle del Cauca durante los periodos 1996 – 2014	e. Flujos de efectivo deflactados para el valle del Cauca durante el período 1995 – 2014
1995	31,23709	32.778.930	-1,43%	(78.116.780)
1996	37,99651	32.312.041	0,35%	(59.051.328)
1997	44,71589	32.426.701	-0,41%	(205.665.329)
1998	52,18481	32.294.982	-1,61%	(66.744.472)
1999	57,00236	31.778.960	14,62%	73.398.837
2000	61,98903	36.782.315	0,62%	67.802.081
2001	66,72893	37.009.435	1,45%	66.298.519
2002	71,39513	37.551.581	1,94%	33.384.711
2003	76,02913	38.285.326	5,26%	16.731.169
2004	80,20885	40.352.156	2,05%	102.459.825
2005	84,10291	41.188.825	9,10%	25.692.526
2006	87,86896	45.111.493	6,98%	24.671.998
2007	92,87228	48.375.037	-0,57%	(44.022.739)
2008	100,00000	48.100.000	4,50%	131.784.524
2009	102,00181	50.313.813	1,23%	176.473.992
2010	105,23651	50.936.695	3,77%	74.073.746
2011	109,15740	52.893.345	3,86%	67.045.442
2012	111,81576	54.977.044	4,67%	93.768.131
2013	113,98254	57.604.437	3,70%	52.202.794
2014	114,38750	59.773.176	-1,43%	(78.116.780)

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de la Superintendencia de Sociedades de Colombia y el Departamento Nacional de Estadística (DANE).

Con los datos anteriores se procedió a realizar la regresión estadística obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 3. Correlación estadística y coeficientes de determinación entre Producto Interno Bruto y flujos de efectivo de operación y financiación para el Valle del Cauca durante el período 1996 – 2014.

Departamento / Ciudad	Modelo	Coefficiente de correlación (r)	Coefficiente de determinación (r ²)
Valle del Cauca	Regresión lineal	0,481	0,231
	Regresión cúbica	0,778	0,606

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de la tabla número 2.

De acuerdo con las proyecciones de crecimiento del Banco Mundial para el crecimiento de la economía, se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla 4. Proyecciones de crecimiento económico para Colombia para los años 2014 – 2017.

Período	Crecimiento económico proyectado
2014	4,6%
2015	3,5%
2016	3,9%
2017	4,2%

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del Banco Mundial (2015).

Con la información anterior se procedió a aplicar el modelo de regresión lineal, en el cual se obtuvo la siguiente información: para este proceso, la población fueron 45 empresas con las variaciones del PIB entre 1996 y 2014 y los respectivos flujos de efectivo para el mismo período, con los siguientes resultados.

Tabla 5. Análisis estadístico descriptivo para el departamento del Valle del Cauca utilizando las variables crecimiento económico y flujos de efectivo.

	Crecimiento económico (PIB)	Flujos de efectivo de operación y financiación
Número de observaciones	19	19
Media	3,16%	56.876.072
Desviación estándar	3,98%	1,331E+8
Mínimos	-1,61%	-294.983.343
Máximos	14,62%	205.284.384

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los datos de la tabla anterior, se puede determinar que El PIB entre 1995 y 2014 presenta un crecimiento medio de 3,16% con una dispersión en los datos de 3,98%, lo que comprueba que en este período hubo una alta variabilidad en el crecimiento económico, que se refleja en una disminución económica de -1,61% hasta un crecimiento económico de 14,62%, entre 1996 y 2014.

En todo caso, se establece para la media, con un intervalo de confianza del 95% que va desde 1,24% hasta 5,08%, valores útiles para trabajar en la predicción del flujo de efectivo entre 2015 y 2017. Al mismo tiempo, la variable flujos de efectivo, presentó una media de \$56 millones, con una variabilidad de \$133 millones, lo que indica que hay una dispersión alta entre los flujos de efectivo generados cada año. Esta situación se puede evidenciar con el amplio rango en que se encuentran los datos, que van desde -\$294 millones hasta \$205 millones en el mismo período.

Para análisis de regresión el proceso utilizado fueron las mismas variables para establecer el modelo adecuado para la predicción de los flujos de efectivo y se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla 6. Análisis de regresión estadístico para el departamento del Valle del Cauca entre los años 1996 – 2014.

Variables estadísticas	Resultados
Constante	-13.639.479
Coefficiente del PIB ³	586.801
Coefficiente del PIB ²	-13.719.261
Coefficiente del PIB	84.552.075

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con el resultado de la tabla anterior para la predicción de los flujos de efectivo futuros se establece la siguiente fórmula:

$$F.E.E. = -13.639.479 + 586.801 \times PIB^3 - 13.719.261 \times PIB^2 + 84.552.075 \times PIB$$

La constante significa que si el valor del PIB de un período es de cero (0%), es decir, si el crecimiento es nulo, los flujos de efectivo de las empresas del sector comercial en conjunto tendrán un valor de -\$13.639.479, los coeficientes del PIB significan que ante una variación del PIB de manera positiva o negativa, los flujos de efectivo aumentarán o disminuirán conforme el comportamiento de la función cúbica.

FLUJOS DE EFECTIVO FUTUROS PARA EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL DEL VALLE DEL CAUCA DURANTE EL PERIODO 1995 – 2014

Para determinar que el modelo presentado es válido estadísticamente para el departamento del Valle del Cauca, se realizaron las pruebas al modelo descrito en la metodología, obteniendo los siguientes datos:

Tabla 7. Pruebas estadísticas del modelo de regresión lineal para el departamento del Valle del Cauca.

Prueba	Resultado de la prueba	Límites de la prueba	Aceptación de la prueba	Rechazo de la prueba
T de Student Significancia de la prueba Coeficiente de la variable PIB	2,261 3,7% 0,481	Significancia < 5%	X	
Fisher Significancia de la prueba	5,113 3,7%	Significancia < 5%	X	
Coeficiente de determinación	23,1%	Cerca al 50%		X
Normalidad Significancia de la prueba	1,335 5,7%	> 5%	X	
Homocedasticidad	N.A.	> 5%		X

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la tabla anterior, el modelo no es válido para realizar la predicción de los flujos de efectivos futuros ante una variación determinada del PIB, puesto que no cumple todas las pruebas estadísticas planteadas.

Por lo anterior se aplicaron diferentes modelos de regresión resultando que la mejor relación entre las variables analizadas corresponde a la regresión cúbica. Se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla 8. Pruebas estadísticas del modelo de regresión cúbica para el departamento del Valle del Cauca.

Prueba	Resultado de la prueba	Límites de la prueba	Aceptación de la prueba	Rechazo de la prueba
T de Student Significancia de la prueba Coeficiente de la variable PIB	4,260 0,1% 2,528	Significancia < 5%	X	
Fisher Significancia de la prueba	7,767 0,2%	Significancia < 5%	X	
Coeficiente de determinación	52,7%	Cerca al 50%	X	
Normalidad (Residuos) Significancia de la prueba	0,892 35,2%	> 5%	X	
Homocedasticidad	8%	> 5%	X	

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la tabla anterior, el modelo es válido para realizar la predicción de los flujos de efectivos futuros ante una variación determinada del PIB, puesto que cumple todas las pruebas estadísticas planteadas.

FLUJOS DE EFECTIVO FUTUROS PARA EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL DEL VALLE DEL CAUCA DURANTE EL PERIODO 1995 – 2014

En la aplicación al modelo y para determinar el efecto de la variación económica en los flujos de efectivo, se emplea la fórmula del modelo establecido y se prueba con diferentes variaciones en el PIB, para medir el cambio que presentan los flujos de efectivo. Para ello, se ensambló la fórmula y se realizó una simulación donde el PIB variaba en un punto porcentual y se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 9. Resultados de la variación de los flujos de efectivo para el departamento del Valle del Cauca ante cambios en el PIB en un punto porcentual.

Constante	Coefficiente PIB ³	Coefficiente PIB ²	Coefficiente PIB	PIB inicial	PIB final	Valor del flujo de efectivo con el PIB inicial	Valor del flujo de efectivo con el PIB final	Variación en el flujo de efectivo
-13.639.479	586.801	-13.719.261	84.552.075	-5%	-4%	852.731.518,20	608.911.224,58	28,59%
-13.639.479	586.801	-13.719.261	84.552.075	-4%	-3%	608.911.224,58	406.612.681,11	33,22%
-13.639.479	586.801	-13.719.261	84.552.075	-3%	-2%	406.612.681,11	242.315.080,55	40,41%
-13.639.479	586.801	-13.719.261	84.552.075	-2%	-1%	242.315.080,55	112.497.615,67	53,57%
-13.639.479	586.801	-13.719.261	84.552.075	-1%	0%	112.497.615,67	13.639.479,22	87,88%
-13.639.479	586.801	-13.719.261	84.552.075	0%	1%	13.639.479,22	57.780.136,03	523,62%
-13.639.479	586.801	-13.719.261	84.552.075	1%	2%	57.780.136,03	105.282.037,32	82,21%
-13.639.479	586.801	-13.719.261	84.552.075	2%	3%	105.282.037,32	132.387.031,88	25,75%
-13.639.479	586.801	-13.719.261	84.552.075	3%	4%	132.387.031,88	142.615.926,96	7,73%
-13.639.479	586.801	-13.719.261	84.552.075	4%	5%	142.615.926,96	139.489.529,79	-2,19%
-13.639.479	586.801	-13.719.261	84.552.075	5%	6%	139.489.529,79	126.528.647,62	-9,29%
-13.639.479	586.801	-13.719.261	84.552.075	6%	7%	126.528.647,62	107.254.087,67	-15,23%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados presentados en la tabla anterior, se comprueba en el modelo que siempre que el crecimiento económico sea cero por ciento (0%), el valor de los flujos de efectivo será igual al valor de la constante y por cada punto porcentual que varíe el PIB, los flujos de efectivo variarán en función a la ecuación de tercer orden. Las variaciones en el PIB se realizaron desde -5% hasta 7%, ya que en esta escala de variación PIB ha oscilado el rango de este indicador en los últimos 20 años para Colombia.

Según esto, si se desea establecer la variación que tendrán los flujos de efectivo del sector comercial en el departamento del Valle del Cauca, se debe utilizar esta variación obtenida, es decir, determinar los flujos de efectivo en función de la ecuación de tercer orden de acuerdo al PIB esperado.

Las variaciones en el PIB esperadas según los datos del Banco Mundial serán en 2014 del 4,6% y en 2015 del 3,5%. Por lo tanto, la variación del PIB será de -1,1% lo que significa que los flujos de efectivo deben variar en -1,92%. Y en 2016 el crecimiento en el PIB esperado es del 3,9%, pues la variación con respecto al año 2015 es de 0,4%, por lo cual los flujos de efectivo deben aumentar en 2,05%. En 2017 el crecimiento en el PIB esperado es del 4,2%, por tanto, la variación con respecto al año 2016 es de 0,3%, por lo cual los flujos de efectivo deben aumentar en 0,49%. Todo lo anterior se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 10. Predicción de los flujos de efectivo para los años 2014 – 2017 para las empresas del sector comercial del departamento del Valle del Cauca.

Período	PIB proyectado	Valor esperado de los flujos de efectivo	Variación de los flujos de efectivo
2014	4,6%	142.117.392,06	
2015	3,5%	139.390.941,40	-1,918%
2016	3,9%	142.252.118,92	2,053%
2017	4,2%	142.946.405,07	0,488%

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

En la introducción del presente artículo, se enuncia que hay un vacío teórico en la relación que establecen las variables analizadas, según los autores que analizan la predicción de los flujos de efectivo mediante variables como son las ventas, los costos, algunos estados financieros, los flujos de efectivo históricos, entre otras variables. Sin embargo, se muestra en los resultados del presente trabajo que variables externas afectan también los resultados de los flujos de efectivo y que es posible establecer predicciones a través de estas variables, como es el crecimiento económico.

En la elaboración de la teoría que pueda respaldar la relación entre el crecimiento económico y los flujos de efectivo, se exploraron algunos autores que han hablado sobre el crecimiento económico, entre ellos Harrod (1939) que centró su tesis en que cuando un país presenta inestabilidades en su crecimiento se debe al propio intervencionismo estatal. Otro autor consultado fue Domar (1946) quien encontró que el crecimiento de la economía se centra en la demanda, de modo que, en la medida que esta se incrementa de igual forma lo hace la producción. Por su parte, Uzawa (1961) encuentra que el crecimiento económico se suscita por el libre movimiento de la mano de obra y del capital. Kaldor (1956) afirmó que el sector manufacturero es el motor del crecimiento de la economía. Pasinetti (1962) demostró que el crecimiento económico se da por el ahorro acumulado en las economías y la forma como en el largo plazo este ahorro se traslada para generar el crecimiento. Kalecki (1971) como Pasinetti y Kaldor, centró su teoría del crecimiento en el ahorro y la inversión por el estado y las empresas. Hicks (1969) quien demostró que el crecimiento de la economía se da cuando los factores de producción comienzan a escasear, los precios de estos aumentan, lo que estimula nuevas formas de producción.

Por su parte, Solow (1956), aunque en su teoría de crecimiento económico se acerca a postulados como los de Harrod (1939) y se asemeja a los fundamentos de autores como Pasinetti y Kalecki, presenta el crecimiento económico a partir de la acumulación de capital físico que está dado por una combinación entre capital humano y tecnología, de modo que el ahorro produce la liquidez necesaria que el sistema económico necesita para llevar a cabo las inversiones en capital que apuntarán al crecimiento de la economía a largo plazo. Por esto, la teoría base de la relación entre el crecimiento de la economía y los flujos de efectivo es la de este autor y que se expone en el gráfico número uno del presente trabajo.

Para establecer la relación entre los flujos de efectivo y el crecimiento económico, se buscaron autores que indicaran que la liquidez es la principal variable que conecta estos dos aspectos. Entre ellos, se tiene a Aceves y Martínez (2013) y Levine (1997), que señalan cómo un sistema financiero consolidado puede

ofrecer la liquidez suficiente a los empresarios para que estos hagan uso de estos recursos en inversiones que impulsen el crecimiento económico.

Para presentar una mayor homogeneidad de los datos y demostrar que la liquidez es una herramienta clave de los empresarios para apuntalar sus inversiones, se presentan los flujos de efectivo operativos y se les suman a estos los flujos de efectivo de financiación, lo que mejora los resultados de las correlaciones y permiten un mejor pronóstico de los flujos de efectivo. Al agregarle a los flujos de efectivo la financiación, se demuestra que, al inyectarle liquidez a las empresas, estas disponen de mayores recursos para ser invertidos y se propicia el crecimiento de la economía, ya que los datos de correlación y predicción mejoraron frente a un escenario de menor liquidez Levine (1997).

Mediante el análisis cualitativo, se demuestra la relación que hay entre las variables crecimiento económico y flujos de efectivo, pues, en casos como el departamento del Valle del Cauca, durante 12 años, se observa que los hechos económicos de la región afectaron directamente los resultados de los flujos de efectivo para el sector comercial. Es decir, hay una asociación de hechos que explican las variaciones de los flujos de efectivo.

En el departamento del Valle del Cauca, el 53% de los años presenta correlación directa entre las variables crecimiento económico y flujos de efectivo. Esta región se caracteriza porque el sector financiero, industrial, de servicios y comercial han sido los protagonistas para la generación del crecimiento de la economía regional (en ese orden). Sin embargo, en los últimos años sectores como la construcción han aumentado su participación en el PIB regional, pasando de un 3,11% en el año 2000 hasta en un 7,37% en el año 2014 apoyando al crecimiento del PIB, sin embargo, la participación del sector agropecuario ha perdido protagonismo al disminuir su cuota de aporte al PIB en un 1,1% (del 6,4% al 5,3%).

En el desarrollo del presente trabajo, se realizó una comparación de correlación entre el crecimiento económico y los flujos de efectivo de operación del sector comercial. Además, se realizó la correlación entre el crecimiento económico y la sumatoria entre los flujos de efectivo de operación y financiación, llegando al 78%, lo que significa que, al inyectarle liquidez a las empresas, estas tienen mayor disponibilidad de recursos que son destinados a la inversión que deriva en crecimiento económico, como lo indica Levine (1997). La correlación se logró gracias a la aplicación del modelo de regresión cúbica, que a su vez hace parte de un modelo polinómico, en este caso y es no lineal, es decir que las variables se ajustan mejor a una curva que a una recta (modelo lineal) y además se puede obtener la ecuación de tercer orden de dicha curva. El modelo presentado fue validado estadísticamente.

Para el caso de la Economía, y en el momento de determinar los valores en los cuales el ingreso promedio es máximo o igual al ingreso marginal, la regresión polinómica es la que permite estimar de mejor manera el comportamiento de la función ingreso, para el caso del presente trabajo resulta ser válido el comportamiento en los estimados de los flujos de efectivo esperados (F.E.E.) mediante la ecuación de tercer orden, ya que presentarán una variación positiva o negativa en función de la variación del crecimiento económico determinándose de mejor manera el comportamiento de las variables.

A pesar de las amplias variaciones de flujo de efectivo interanuales mostradas por las empresas del sector y analizadas en el presente documento, el sector comercio para el departamento del Valle del Cauca, durante los últimos 15 años ha aportado al PIB total regional un promedio del 12,5%, una cifra casi invariable de manera anual.

Referencias

- Aceves, S., y Martínez, J. (2013). The financial system and his impact in the private sector dynamics. *Revista Contaduría y administración*, 58, 175 – 199.
- Aranaz, M. (2002). *SPSS para Windows*. Madrid: Mc Graw Hill interamericana.
- Atje, R., y Jovanovic, B. (1993). Stock market development and long – run growth. *World Bank economic review*, 10, 323 – 339.
- Atwood, T., Drake, M., Myers, J. N., y L. A. M. (2011). Do earnings reported under IFRS tell us more about future earnings and cash flows? *Journal of accounting and public policy*, 30, 103 – 121.
- Banco Mundial. (2015). *Real GDP growth at markets prices in percent and current account balance in percent of GDP, unless indicated otherwise*. Recuperado el 12 de mayo de 2015, de Banco Mundial: www.worldbank.org/content/dam/worldbank/GEP/GEP2015a/pdfs/GEP2015a_chapter2_regionaloutlook_LAC.pdf
- Bencivenga, V., Smith, B., y Starr, R. (1995). Transactions costs, technological choice, and endogenous growth. *Journal of economic theory*. Vol. 67, 153 – 177.
- Catanach, A., Croll, D., y Grinaker, R. (2000). Taching intermediate financial accounting using a business activity model. *American Accounting association*, 15 , 583 - 603.
- Creswell, J. (2005). *Educational research: planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research*. Upper saddle river: Pearson education.

- DANE. (2014). *Estadísticas, Producto Interno Bruto*. Recuperado el 6 de mayo de 2015, de Departamento Administrativo Nacional de Estadística: www.dane.gov.co/index.php/esp/pib-cuentas-nacionales/investigaciones-especiales/77-cuentas-nacionales/cuentas-anauales/
- Domar, E. (1946). Capital expansion, rate of growth, and employment. *Econometrica*, 14, 137 – 147.
- Escobar, G. (2014). Flujos de efectivo y entorno económico en las empresas de servicios de Risaralda, 2002 - 2011. *Finanzas y política económica*, 6, 141 - 158.
- Fisher, R. (1925). *Statistical Methods for Research Workers*. Oxford: Clarendon Press.
- Francis, N., y Eason, P. (2012). Accruals and the naïve out – of- sample prediction of operating cash flow. *Advances in accounting*, 28, 226 – 234.
- García, O. (1999). *Administración financiera fundamentos y aplicaciones*. Cali: Editorial prensa Moderna.
- Harrod, R. (1939). An essay in dynamic theory. *The economic journal*, 49, 14 – 33.
- Hicks, J. (1969). *A theory of economic history*. Oxford: Clarendon Press.
- Kaldor, N. (1956). Alternative theories of distribution. *The review of economic studies*, 23, 83 – 100.
- Kalecki, M. (1971). *Selected essays on the dynamics of the capitalist economy*. Cambridge: University Press Cambridge.
- Lee, B. (1996). *The contextual usefulness of financial statement analysis in predicting earnings growth and measuring market earnings expectations (PhD. Dissertation)*. Massachusetts: University of Massachusetts.
- Lee, C. (2011). The effect of SFAS 142 on the ability of good will to predict future cash flows. *Journal of accounting and public policy*, 30, 235 – 255.
- Legoria, J., y Sellers, K. (2005). The analysis of SFAS # 109 usefulness in predicting future cash flows from a conceptual framework perspective. *Research in accounting regulation*, 18, 143 – 161.
- León, O., y Montero, I. (2003). *Métodos de Investigación en psicología y Educación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Levine, R. (1997). Desarrollo Financiero y Crecimiento económico: Enfoques y temario. *Journal of economic literature*, 35, 688 – 726.

FLUJOS DE EFECTIVO FUTUROS PARA EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL DEL VALLE DEL CAUCA DURANTE EL PERIODO 1995 – 2014

- Lorek, K. S. (2014). Trend is statistically based quarterly cash – flow prediction models. *Accounting forum*, 38, 145 – 151.
- Luo, M. (2008). Unusual operating cash flows and stock returns. *Journal of accounting and public policy*, 26, 420 – 429.
- North, D. (1990). *Institutional change and economic performance*. Cambridge MA: Cambridge University Press.
- Ou, J., y Penman, S. (1989). Financial statement analysis and the prediction of stock returns. *Journal of accounting and economics*, 11, 295 – 329.
- Pasinetti, L. (1962). Rate of profit and income distribution in relation the rate of economic growth. *The review of economic studies*, 29, 267 – 279.
- Robinson, J. (1952). The generalization of the general theory. En J. Robinson, *The rate of interest and other essays* (págs. 67 – 142). London: McMillan.
- Sampieri, R., Collado, C., y Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México DF: Mc Graw Hill.
- Sancho, A., y Serrano, G. (2006). “*Econometría de Económicas: apuntes para el tema 6*”, Recuperado el 23 de noviembre de 2015. Obtenido de Universidad de Valencia: <http://www.uv.es/~sancho/panel.pdf>.
- Shumpeter, J. A. (1912). *The theory of economic development*. Cambridge MA: Cambridge University Press.
- Sloan, R. G. (1996). Do stock process fully reflect information in accruals and cash flows about future earnings? *The accounting review*, 71(3), 289 – 315.
- Solow, R. (1956). A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics*, 78, 65-94.
- Stober, T. (1992). Summary financial statement measures and analyst forecast of earnings. *Journal accounting and economics*, 15, 347 – 372.
- Stober, T. (1993). The incremental information content of receivables in predicting sales, earnings and profit margins. *Journal of accounting and finance*, 8, 447 – 473.
- Supersociedades. (2015). *SIREM, estados financieros sociedades año 1995 - 2014*. Recuperado el noviembre de 2015, de Superintendencia de sociedades - www.supersociedades.gov.co
- Uzawa, H. (1961). On a two – sector economic growth model. *The review of economic studies*, 29, 40 – 47.



INQUIETUD
EMPRESARIAL

IMPLICACIÓN DE LA CONFIANZA EN LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL¹

Nelson Díaz Cáceres²
Luz Janeth Lozano Correa³
Carlos Andrés Castaño Quintero⁴

Para citar este artículo: Díaz, N., Lozano, L., y Castaño, C. (2016). Implicación de la confianza en la sostenibilidad empresarial. *Inquietud Empresarial*. Vol. XVI (1), 83-114

Fecha de recepción: 17 de septiembre de 2015

Fecha de aceptación: 29 de abril de 2016

¹ Artículo de reflexión. El presente trabajo forma parte del proyecto de investigación “Incidencia de la confianza en las empresas sostenibles” durante los años 2014 y 2015 de la Universidad EAN. El estudiante Edgar Leandro Acevedo apoyó en los procesos de investigación como monitor.

² Doctor en administración por valores. Magíster gestión organizaciones. Director Departamento Gestión Cultural y Socio humanística. Docente titular. Director Grupo Investigación Política y Sostenibilidad. Universidad EAN. E – mail: ndiaz@universidadean.edu.co

³ Doctoranda en Administración. Magíster gestión organizaciones. Coach Ejecutivo Certificado. Docente catedrática, Universidad EAN. E – mail: jalo2000_co@yahoo.com

⁴ Magíster en Mercadeo. Politólogo. E – mail: castanoq@gmail.com

Resumen

En este artículo de reflexión que pretende analizar las variables que pueden influir en la confianza en organizaciones sostenibles. Para desarrollar el trabajo se aplicaron estrategias cualitativas, tomando como punto de partida estudios y marcos conceptuales previos realizados. Entre los estudios previos se investigaron temas como liderazgo, transparencia, tipos de confianza, construcción de confianza, sostenibilidad, entre otros.

A partir del estudio se profundiza la manera como, a partir de diferentes factores, generadores de confianza o de sostenibilidad, se puede identificar, crear, medir, y cuantificar índices de confianza dentro de las organizaciones. Así mismo, teniendo en cuenta estas mismas variables, se evalúa la relación entre la confianza y el desempeño organizacional por medio del análisis del recurso humano como un elemento de coordinación en la ejecución de las diversas tareas de la organización.

Palabras clave: Confianza, sostenibilidad, organizaciones, desempeño, empresa.

Implication of confidence in business sustainability

Abstract

This reflective article, presents an analysis of the factors that influence trust in sustainable organizations. The strategies used to develop the article, were mainly qualitative ones, taking as it's starting point previous studies and conceptual frameworks made. Among previous studies, it was researched different topics such as leadership, transparency, types of trust, trust building, sustainability, among others.

The conclusion of this study, is that, from different factors, generators of trust or sustainability creation of trust in organizations, can be achieved. Also, with the same factors, and the same proportions of those, two or more different companies can be established through the different human resources in them.

Key words: trust, sustainability, organizations, performance, business.

Implicação da confiança em a sostenibilidade empresarial

Resumo

En este artigo se pretende analizar as variáveis que podem influenciar a confiança nas organizações sustentáveis. Para o desenvolvimento do trabalho se aplicam estratégias qualitativas, tendo como ponto de partida estudos e marcos conceituais previos realizados. Entre os estudos prevê se investigar os temas como liderança, transparência, tipos de confiança, construção de confiança, sustentabilidade, entre outros.

A partir do estudo se aprofunda a forma como, a partir de diferentes fatores, geradores de confiança e de apoio, pode se identificar, criar, medir e quantificar índices de confiança dentro das organizações. Assim mesmo, tendo em conta as mesmas variáveis, se avalia a relação entre a confiança eo desempenho organizacional pelo meio de análise do recurso humano como um elemento de coordenação na execução das diversas tarefas da organização.

Palavras chave: Confianza, sostenibilidad, organizaciones, desempeño, empresa.

Introducción

En las condiciones empresariales actuales, no es un secreto que las organizaciones necesitan fijar una orientación proactiva hacia la confianza como el pilar de toda interacción interpersonal exitosa. Los grupos de interés deberían concebir la confianza organizacional como ese pegamento que los une con los líderes y gestores de las empresas, de tal manera que la confianza se convierta en una combinación efectiva de credibilidad, compromiso y ética. Este factor debe ser gestionado de forma acertada, pues de lo contrario puede generar problemas que arriesguen la efectividad de las operaciones, así como la misma existencia de la organización, relacionados con la transparencia, el liderazgo, o la reputación en el sector económico.

Bajo esta premisa, es fundamental reconocer que nos encontramos en un mercado dinámico y cambiante, caracterizado por nuevas tendencias que obligan a las empresas a abandonar prácticas de control y predicción, en la cual demuestren estilos gerenciales mucho más legibles y vinculados con las nuevas tendencias. Por tal motivo, la sostenibilidad empresarial surge como respuesta a los nuevos retos que impone el contexto, se apoya en la innovación, en nuevas tecnologías y transforma la mentalidad de todos los grupos de interés. Las empresas de hoy deben crear valor diferencial, contar con empleados satisfechos, comprometidos y capacitados; contar con flexibilidad operacional, así como contar con procesos

innovadores para dar respuestas efectivas a los problemas sociales y a las necesidades de los clientes.

En ese sentido, aunque existen investigaciones, no es posible encontrar estudios avanzados sobre cómo lograr que la confianza sea la piedra angular para construir organizaciones sostenibles. El PRIME Business School de la Universidad Sergio Arboleda sostiene que las organizaciones, como entes contruidos por seres humanos, necesitan integrar, conversar y realizar acciones coherentes con una dirección estratégica compartida. Es decir que todos los actores interesados deben mantener su propia autonomía, donde puedan distinguir que tienen más de una acción viable a la mano y que su preferencia de acción es legítima, donde puedan emerger diferentes posturas y todas son incluidas para lograr acciones compartidas. Para todo lo anterior, la confianza es la condición que posibilita el éxito de los elementos descritos previamente.

Citando a la revista Portafolio (2015).

En concreto, entonces, la gerencia contemporánea debe estar dispuesta a mantener y promover espacios de confianza; lo que representa un reto de transformación de las relaciones cotidianas, así como de la lógica gerencial: desde la manera en la que se diseña un proyecto hasta el modo de ejecutarlo y evaluarlo; desde la forma en que se saluda, hasta el modo en el que se reparten las tareas y responsabilidades. En últimas, es ejercer una forma de liderazgo que no esté basada en el ejercicio del poder ni en la competencia sino en la capacidad de inspirar alianzas, en aras de facilitar y acompañar procesos asociativos, creativos y de trabajo continuo. Solo en el momento en el que todos: clientes, empleados, proveedores, se sientan en un espacio de confianza en la empresa, se podrá afirmar que es sostenible. (Pág. 1).

Marco Teórico

Alrededor del concepto de confianza se han desarrollado diversas teorías. Kee y Knox (2004), por ejemplo, describen las situaciones de confianza como aquellas donde las partes participantes saben que los resultados de sus opciones son mutuamente dependientes. Así, si uno de los actores decide no confiar, deja a los otros sin posibilidades de acción, fueran estas últimas legítimas o no. La confianza, entendida de esta manera, es necesaria no solo para la consecución del crecimiento económico, a partir del fortalecimiento de las relaciones entre empresas, proveedores y clientes, sino también para el adecuado funcionamiento de las relaciones internas. De manera similar, la instauración de prácticas empresariales sostenibles, contribuye a partir de la transparencia y la ética al desarrollo de la confianza.

Russel Hardin (2002) ofrece otra perspectiva sobre el tema: define la confianza a través del interés encapsulado, bajo la hipótesis de que la parte confiada tiene el incentivo de ser confiable. De este modo, las relaciones se prolongan y estrechan a partir de la existencia de incentivos que beneficien a ambas partes. Cabe aclarar que en el contexto organizacional los beneficios o incentivos pueden ser económicos o de otra índole y están basados en interacciones menores, si estas se comparan, por ejemplo, con aquellas que se dan en las relaciones familiares o personales. Este enfoque permite entender cómo la confianza entre la sociedad y las organizaciones es fundamental para el desarrollo de la sostenibilidad empresarial: la interdependencia indicada por Lozano (2012) al citar al CEC (comisión de las comunidades europeas) y a Elkington, entre los aspectos sociales, ecológicos y económicos de las empresas y su entorno, genera un incentivo tanto para la sociedad como para las corporaciones, donde ambas buscan, en última instancia, beneficiarse mutuamente.

Mayol (2007), al realizar una conceptualización acerca del tema, recurre a Schlemenson, para quien la confianza entre otras cosas lleva a “fortalecer lazos de colaboración que llevan a consolidar las relaciones sociales y la construcción de un objetivo social compartido” (p. 45) y a Bastons i Prats, quien considera que:

Es un sentimiento que se tiene respecto a las intenciones de un agente, que surge del convencimiento de que su sistema de control internaliza (evalúa) los resultados implícitos de las acciones y hace sensible al agente a «lo que le pasa al otro» en la interacción con él (p.45).

Bajo estas perspectivas, es evidente cómo la confianza y la sostenibilidad empresarial se realimentan mutuamente: mientras la confianza entendida desde la formulación de Prats requiere de las empresas que evalúen las potenciales consecuencias de sus acciones y adopten prácticas de sostenibilidad, la instauración de este tipo de prácticas ciertamente fortalece los lazos de colaboración y ayuda a consolidar las relaciones entre los grupos de interés y las organizaciones, promoviendo la confianza entendida desde el punto de vista de Schlemenson.

Lewis y Weigert (1985), desde un marco sociológico, consideran que la confianza

...existe en un sistema social siempre y cuando los miembros de ese sistema actúen de acuerdo y se sientan seguros con el futuro esperado, constituido por la presencia de cada uno o su representación simbólica (p.968).

En este sentido, la sostenibilidad empresarial garantizaría la confianza entre las corporaciones, sus colaboradores y sus grupos de interés, ya que ciertamente el tipo de prácticas que conlleva requiere que las organizaciones actúen de acuerdo

a principios que constituyen beneficios para estos. Estos autores recalcan que, “aunque la confianza es fundamental para las relaciones sociales, siempre involucra un inevitable elemento de riesgo y duda potencial” (p.968).

Cooper (1998) por su parte, considera que la autoconfianza es un pilar sobre el que se erige la confianza hacia otras personas u organizaciones:

Quando confiamos en nosotros mismos y podemos extender esa confianza a los demás y recibirla de regreso, esta se convierte en el lubricante que mantiene unidas las relaciones y libera la confiabilidad. La falta de confianza, por el contrario, nos hace gastar tanto tiempo en protección, dudas, verificaciones e inspecciones como en hacer trabajo real, trabajo colaborativo, de creación, que agregue valor a la organización (p. 395).

De esta manera, las empresas deben crear una relación de confianza con sus colaboradores para luego poder extenderla a sus grupos de interés. En la construcción de la sostenibilidad empresarial esto tiene que ver con la ética al interior de las corporaciones, el intercambio oportuno de información entre departamentos e individuos, y especialmente en la instauración de prácticas de gobierno corporativo, que promueven el manejo adecuado y eficiente de los recursos al interior de la empresa, de manera que esto se evidencie en la generación de beneficios para los grupos de interés (Epstein y Buhovac, 2014).

Rousseau, Sitkin, Burt y Camerer (1998), en un esfuerzo por crear una definición de confianza aceptable para diferentes disciplinas como la psicología, la sociología y la filosofía (entre otras), la describen como “un estado psicológico que incluye la disposición a aceptar vulnerabilidad, fundamentado en expectativas favorables de las intenciones o comportamientos de otros”. En la actualidad las dinámicas entre las organizaciones y su entorno exigen que ambas partes acepten cierto nivel de vulnerabilidad hacia la otra: las acciones de las empresas repercuten en la sociedad y los grupos de interés pueden dificultar el desarrollo corporativo. La aceptación de la vulnerabilidad únicamente se da cuando las partes están convencidas de que no hay una disposición para dañarse mutuamente. La sostenibilidad empresarial permite que exista cierto nivel de seguridad en los grupos de interés acerca de la buena fe de las empresas.

Topa, Palací y Morales (2004) retomaron el concepto ofrecido por los tres autores mencionados anteriormente, y resaltaron la importancia de la confianza para el éxito de las organizaciones. También citaron a Lanschinger, Finegan y Shamian, quienes consideran que las personas no podrían trabajar juntas sin confianza, a menos que los procedimientos de control fuera extremos. Por esto, es importante que las organizaciones cultiven la confianza interna y externamente, si buscan la consecución eficiente de sus objetivos. De este modo, el desarrollo de confianza

contribuye a la generación de valor para la empresa y a la construcción de una relación más cercana con los actores externos, de la cual depende el éxito organizacional, lo que impulsa el desarrollo de la sostenibilidad.

Kramer (1999) cita a Robinson, quien define la confianza como las expectativas o creencias de que las acciones de otros serán beneficiosas, favorables o por lo menos no dañinas con respecto a los intereses propios. Por este motivo, la sostenibilidad permite que la confianza de los grupos de interés hacia las organizaciones crezca, ya que las empresas que la instauran muestran interés en la consecución de sus objetivos a partir de acciones con consecuencias beneficiosas para la sociedad.

Solomon y Flores (2001), citados por Starnes, Truhon y McCarthy (2010), clasifican la confianza en básica, simple, ciega y autentica.

Tabla 1: Tipos y características de la confianza.

Básica	Simple	Ciega	Auténtica
No hay pensamiento o reflexión	Permanece irreflexiva o reflexiva	Expuesta al abuso y a la traición, pero no está abierta la posibilidad	Reflexiva y honesta
No concluyente	No cuestiona ni crítica		Existe la posibilidad de traición y existen los mecanismos para tales situaciones
Ciega	No concibe la posibilidad de desconfianza	Voluntariamente auto engañosa	Enfocada en relaciones más que en simples transacciones o resultados
Puede ser heredada o innata	Basada en la familiaridad	Rehúsa considerar evidencia de traición	No es ingenua ni auto destructiva
Mejora o se socava por experiencias con otras personas	Considera la seguridad como algo aceptado	Se desarrolla a través de las creencias sobre otros	Seguro de si mismo
Base para la personalidad y comportamientos propios	Se desarrolla a través de las creencias sobre otros	Se mantiene por esfuerzo	Auto escrutinios
Crea paradigmas individuales	La traición es devastadora	Fuerte, intensa, emocional	Demanda razones para la confianza
Sumamente negativa, cree que cosas malas van a pasar	La reacción a la traición es la negación	Encapsula a los individuos en paradigmas	Escogida y mantenida con esfuerzo
Se basa en la seguridad propia	No se puede recuperar una vez perdida	La traición es devastadora	Se desarrolla a través de relaciones con otros
Condicional	Condicional	Resulta en ineptitud y en permanecer a la defensiva	Involucra opciones
		Incondicional	Requiere compromiso e integridad
			No se puede dar por asegurada
			Condicional

Fuente: A primer on Organizational trust (2010) de Becky Starnes, Stephen Truhton y Vikkie McCarthy realizado para ASQ (Milwaukke, Estados Unidos).

Entre las definiciones que dan los autores, la confianza básica es la capacidad y la voluntad de conocer gente sin sospechas desmesuradas, la capacidad de hablar y tratar con extraños, y la disposición a entrar en las relaciones íntimas. Este tipo de confianza proporciona la base para la personalidad y actitud de las personas hacia el mundo. Entretanto, La confianza simple es la ausencia absoluta de sospecha: no exige reflexión, elección consciente, control y justificación. Puede ocurrir debido a que jamás ha surgido algo para cuestionar la fiabilidad de la otra persona, pero puede también ser debido a que se es ingenuo.

La confianza ciega ha sido expuesta a la violación y la traición, pero se niega a creer que se ha producido. La confianza ciega niega la posibilidad de que cualquier cosa pueda sacudir o traicionar la confianza. Mientras que la confianza auténtica es totalmente consciente de sí misma, consciente de sus propias condiciones y limitaciones, abierta a nuevas e incluso inimaginables posibilidades, sobre la base de la elección y la responsabilidad en lugar de las operaciones mecánicas de la previsibilidad, la dependencia y rigidez. La confianza auténtica es muy consciente de los riesgos y dispuesto a enfrentar la desconfianza y a superarla.

En el contexto empresarial, la confianza ha sido estudiada desde diferentes perspectivas, y se ha analizado su impacto dentro y fuera de las organizaciones. Así, Arrow (1971) define la confianza como un lubricante esencial sin el cual las más simples formas de intercambio económico no podrían ocurrir. Desde este enfoque, la confianza es deseable porque incrementa la eficiencia de los intercambios, generando gastos menores en aspectos relacionados con el control que las empresas realizan sobre las transacciones comerciales. Esta definición se encuentra relacionada estrechamente con el concepto de confiabilidad, donde el cumplimiento de los compromisos es de extrema importancia para el desarrollo de las relaciones comerciales.

Para la generación de confianza empresa – empleados, Illes y Mathews (2015) consideran que existen cinco factores importantes para generar confianza de los empleados hacia la empresa. El primer factor es la estabilidad laboral (no despido por causas ajenas al desempeño laboral). Otro factor importante es la evaluación del desempeño (como se realizaron las tareas propuestas y la asignación de nuevos compromisos entre empleado y empleador). El entrenamiento y capacitaciones son importantes debido a que la empresa le dice al empleado “queremos que se quede y vamos a mejorar sus capacidades laborales”. Un cuarto factor es la justicia procedimental, que busca generar legitimidad e integridad en todos los procesos de selección o de resolución de conflictos en las compañías. Un último factor se basa en la justicia distributiva que busca que los salarios, bonos y cuestiones de despidos o capacitaciones sean apegados a la realidad.

Coincidiendo con Illes y Mathews (2015), Jennifer Schramm (2015) en el artículo “Respect and trust top to the list of most important employee job satisfaction Factors” publicado en el blog de SHRM (Society for Human Resource Management), explica que el entrenamiento y la oportunidad de ascender en las empresas es un factor que genera respeto y confianza en las organizaciones y en consecuencia satisfacción e implicación en el trabajo. El 72% de los encuestados dijeron que las relaciones respetuosas entre todos los empleados eran muy importantes y el 64% argumentaron que la confianza entre los empleados y los directivos es muy importante.

Amy Anderson (2013) en su artículo “Good Employees make mistakes, Great leaders allow them to” publicado en la revista Forbes, explica que los errores son una forma de conseguir nuevas ideas e innovación y que no son fracasos sino un proceso donde se eliminan alternativas que no funcionan a un problema. Los buenos empleados son aquellos que aprenden de los errores, los dominan, los arreglan y ponen seguros para que el error no se vuelva a cometer. Otro punto importante es que no en todas las áreas se puede experimentar con los errores por lo que se debe escoger que divisiones de una empresa pueden equivocarse.

En cuanto a la importancia de la comunicación en las organizaciones, en el blog de Projection Central (2014) argumentan que la comunicación en una empresa es importante dado que todos necesitan saber lo que ocurre con un proyecto en todo momento. Existen tres formas de comunicación efectiva en las empresas. La primera es la comunicación Bottom-Up, que significa comunicarse con jefes inmediatos, ejecutivos u otros grupos interesados en el proyecto. Se debe buscar que los mensajes orientados sean breves y sustanciosos para que se entiendan y se pueda realizar los correctivos necesarios.

La segunda forma de comunicación es Top-Down, donde las personas que trabajan en el proyecto no siempre son subordinados del gerente del proyecto. Esto significa que la comunicación debe ser clara y concisa debido a las presiones que tienen por medio de su jefe inmediato o de otros gerentes de proyectos. Por lo tanto, las estrategias para que la información llegue pueden incluir reuniones semanales, conversaciones 1 a 1 o documentación actualizada del proyecto. Finalmente, la comunicación horizontal es necesaria debido a que se necesitan recursos de otras áreas. La mejor manera de hacer esa comunicación real es el relacionamiento en actividades conocer los diferentes puntos de vista de las personas y generan empatía entre colegas.

Marta Lucia Restrepo (2007) en su artículo “Construir la confianza, un verdadero arte” publicado en la revista *LatinPyme* argumenta que la construcción de la confianza en una organización debe seguir cinco puntos.

Figura 1: Confianza en la organización.



Fuente: Elaboración propia con datos del artículo “Construir la confianza, un verdadero arte” publicado en la revista *LatinPyme* (2007).

Las políticas comerciales serias y responsables, generan sentido de pertenencia y claridad sobre las reglas de juego. La organización se debe centrar sobre la claridad de las políticas y los procesos para actuar en la prestación del servicio. La política comercial debe ser: amplia y suficiente, flexible y concreta, específica en su alcance, funcional en su aplicación y clara en su expresión (verbal o escrita).

En cuanto a la comunicación comercial coherente y veraz debe existir un flujo de ida y vuelta con los diferentes grupos de interés. Se debe realizar un esfuerzo por decir las cosas como son, lo que provocará beneficios y aumentará el prestigio y confianza en su organización. La comunicación debe ser anticipada, previendo preguntas y estructurando respuestas que sean oportunas y útiles para sus públicos. Se debe utilizar la comunicación comercial para crear una experiencia clara, transparente y de mutuo beneficio. Además, debe ser: objetiva y oportuna, veraz, ética, comprensible a todos los públicos y transparente en todos los sentidos, especialmente en el jurídico.

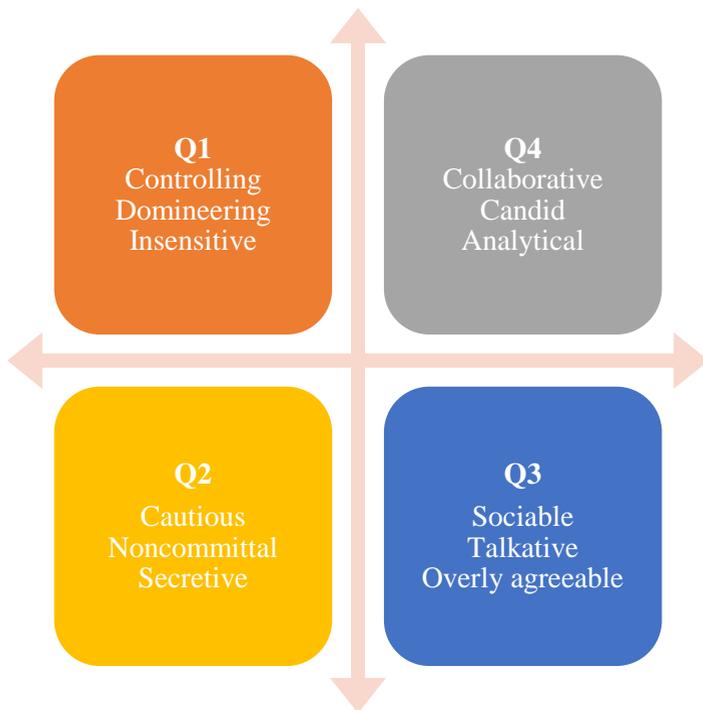
Un sistema de información debe servir para contextualizar la realidad de la organización en su sector económico. Además, debe permitir combinar la información que se tiene de los clientes con las formas de comunicación hacia los mismos. Las características de un sistema de información eficiente son: Estar al alcance de todos, operar de manera óptima, proveer suficiente información, estar soportado por tecnología y que sea administrado todos los días por expertos.

En cuanto a la gestión del servicio centrada en la anticipación, la confianza está relacionada con el servicio como valor de la organización. Debido a que es un desafío a la capacidad de respuesta de la institución y a las expectativas del cliente, la gestión del servicio es la llave del éxito porque la calidad de la experiencia compromete y estimula la preferencia de los consumidores. La gestión del servicio tiene las siguientes características: Manejo de expertos en los procesos, Empoderamiento de los equipos de frente al comprador, Mediciones personalizadas y anticipación a la dinámica comercial.

Finalmente, los procesos modelados con enfoque en la productividad y eficiencia se refieren a la confianza de hacer las cosas bien. El pensamiento por procesos se da en organizaciones con grados de reflexión seria y disciplinada. Esto permite sostener las promesas comerciales e internas e identificar oportunidades de mejora. Entre las principales características técnicas de estos procesos se encuentran: revisión permanente de cada proceso relacionado con el cliente, entrenamiento de los equipos de trabajo en el proceso, mejoramiento continuo y análisis de casos, sucesos y hechos puntuales para aprender de ellos.

En el tema de liderazgo organizacional, Victor Buzzota (2001) explica a través de su Modelo de Comportamiento Dimensional los diferentes tipos de liderazgo para generar una cultura de confianza en las empresas.

Figura 2: Modelo de comportamiento dimensional.



Fuente: Documento encontrado en Comunicare. El título es “Trust as a style” escrito por Víctor Buzzota (2001, p. 2).

El estilo de liderazgo en Q1 combina comportamientos hostiles y dominantes. Los comportamientos tienden a ser controladores e insensibles. Con este tipo de liderazgo no se genera confianza debido a que la persona realiza su trabajo por interés propio, lo que dificulta la generación de trabajo en equipo y de relaciones de trabajo.

En Q2, la confianza no se puede crear debido a los comportamientos del estilo de liderazgo en Q2 son cautelosos, no comprometidos y reservados. Lo anterior ocasiona que se disminuya el riesgo operacional de la empresa, pero no genera un ambiente adecuado para confiar en los empleados.

El estilo de liderazgo de Q3 está enfocado en agradar a otras personas. Los comportamientos observados son de personas altamente sociables, habladoras y agradables. El problema con este tipo de liderazgo es que las conversaciones no son profundas. La debilidad que tienen para tomar cualquier decisión, ya sea porque aplaude todo y que las decisiones tomadas siempre buscan ser populares,

aunque la compañía no pueda soportarlas, hacen que este tipo de líder sea poco fiable.

Solamente, los líderes en Q4 inspiran confianza. Esto se debe a que son personas sinceras, colaborativas y analíticas, lo que hace que acepten el riesgo de confiar en otros. En cuanto a las habilidades que desea que sus empleados tengan, las más importantes son el empoderamiento y la colaboración entre todos. El líder demuestra confianza en cada una de sus actividades mientras anima a las personas a confiar los unos con los otros.

En cuanto a la transparencia de los líderes empresariales, Glenn Llopis (2012) en su artículo “5 Powerful things happen when a leader is transparent” publicado en la revista Forbes, argumenta que los empleados quieren que sus líderes sean más humanos, menos perfectos y algunas veces vulnerables. Esto se debe a que las personas necesitan que los directivos sean transparentes en sus actuaciones ante ellos y por lo tanto desean ver al líder como alguien que ha superado los mismos obstáculos que ellos tienen.

Los cinco resultados de tener un líder transparente son:

1. Los problemas se resuelven más rápido

La transparencia lleva a que los equipos de trabajo puedan descubrir soluciones en menos tiempo y evitando algunas soluciones drásticas (recorte del presupuesto) a problemas como líneas de rendimiento mínimas.

2. Los equipos se construyen fácilmente

Esto se debe a que las personas son asignadas a las funciones que se consideran más factibles dadas sus fortalezas y debilidades en su ingreso al equipo de trabajo. Además, cultiva un espíritu emprendedor para el intercambio de responsabilidades y de oportunidades de crecimiento profesional.

3. Relaciones interpersonales auténticas

Las relaciones interpersonales maduran de una manera acelerada cuando las personas pueden confiar en otras y sus rasgos de personalidad se complementan. Además, que el estar abierto a nuevas relaciones interpersonales puede evitar malentendidos que generen tensión e un equipo de trabajo.

4. Personas empiezan a promover la confianza en su líder

Las personas son más objetivas acerca de las ventajas y desventajas de sus líderes y en momentos de crisis tu liderazgo se incrementa y las personas confían en usted como persona y por ende como líder. También se promoverá su liderazgo con personas ajenas a su equipo eliminando prejuicios que se tengan.

5. Los niveles de rendimiento aumentan

Todos los puntos anteriores se deben cumplir para poder tener niveles de rendimiento altos dado que el único que pierde con no ser transparente es el líder debido a que las personas no darán su máximo potencial de rendimiento si su líder esconde información acerca de los proyectos.

Tan y Lim (2009) consideran que, al interior de las organizaciones, la percepción de las habilidades, benevolencia e integridad de los colaboradores constituyen la base de la confianza. Cuando la sostenibilidad se cultiva al interior de las empresas, se cultivan también la integridad y la benevolencia de los colaboradores.

Por otra parte, Stephen Robbins (2004) considera que la confianza es “la esperanza positiva de que otra persona no se conducirá de forma oportunista por medio de palabras, obras o decisiones”, donde el oportunismo puede entenderse como búsqueda de los intereses propios. La conducta oportunista de grandes corporaciones ha afectado la economía, el medio ambiente y la sociedad de distintos países; la de algunos directivos ha llevado compañías enteras a la quiebra. Las prácticas de sostenibilidad empresarial buscan desincentivar el oportunismo, no a partir de mecanismos de control más estrictos, sino a partir de cambios de fondo en la cultura organizacional y en los procedimientos normales de las empresas. Por esto, la sostenibilidad ayuda a promover el desarrollo de la confianza entre los grupos de interés y las organizaciones.

Almeida (2009) considera que la comunicación y la transparencia crean confianza, ya que permiten apreciar la integridad de cada una de las partes. Según la autora, la información comunicada no debe limitarse solo a la económica o financiera, sino que además debe incluir toda la información relevante para los diferentes grupos de interés. Estos dos factores también son importantes para el desarrollo de la sostenibilidad, como fue explicado por Epstein y Buhovac. De esta manera, el crecimiento de la confianza está ligado al desarrollo de la sostenibilidad, pues ambas dependen de factores comunes para su mejoramiento.

Hernández, A. M. (2010) establece las ventajas que entraña para una organización el desarrollo de la confianza: la primera está relacionada con la eliminación o reducción de mecanismos de control y la burocracia, y por lo tanto, con la reducción de los costos; la segunda se relaciona con la transferencia de información y conocimiento, que se realiza más oportunamente y permite asumir riesgos de una manera más adecuada; la tercera hace referencia a la motivación de los colaboradores, que aumenta gracias a la disminución de los mecanismos de control y les brinda una mayor autonomía; la cuarta y última se refiere a la mejora del clima laboral.

Mintzberg (1992) ofrece una perspectiva diferente; para él, la confianza es "...la creencia de que los objetivos sociales también son importantes para los directivos, y por tanto se cuidan de ellos por interés propio, porque es lo correcto, y no por las presiones que puedan recibir." (p. 677). Así, la confianza podría entenderse de cierta forma, como la creencia de que las empresas aplicarán la sostenibilidad a sus actividades, ya que estas buscan el desarrollo social, económico y ecológico del entorno.

Adicionalmente, este autor sostiene que no se puede confiar en las empresas sin antes presionarlas y regularlas. John Wecker (2002) coincide con Mintzberg en este último aspecto, ya que considera que la confianza no disminuye el requisito de establecer sistemas de control o vigilancia. En este sentido, ambos autores difieren con Arrow, quien considera la eliminación o reducción de los mecanismos de control una de las ventajas más grandes que ofrece la confianza en las relaciones empresariales. Sin embargo, esto puede explicarse a través de la diferencia entre los conceptos de confianza ofrecidos por cada uno de ellos. La perspectiva de Mintzberg exige un comportamiento ético y transparente de la parte confiada, en este caso las empresas (más exactamente los directivos de estas), además de una preocupación por el desarrollo social del entorno. Dado que existe un alto grado de dependencia de las acciones del individuo y de la corporación, es comprensible que estos autores consideren necesario verificar que los principios éticos y los objetivos relacionados con el desarrollo social del individuo se alinean con los de la empresa, y que los de esta están relacionados con los de su entorno.

Por su parte Guillermo Bosovsky (2011) en el artículo "El problema de la credibilidad y la reputación corporativa" de la revista *Tiempo de mercadeo*, explica que en Europa la tendencia es observar los valores representados por las instituciones y las empresas a través de conceptos como la ética, la responsabilidad, la veracidad, el respeto, la transparencia, la búsqueda de relaciones gana-gana y la sostenibilidad. El autor argumenta que el fracaso de una estrategia comunicativa de reputación corporativa se debe a que está basada en la emisión de mensajes, ambición cortoplacista, presión entre otros factores.

Debe existir un cambio de paradigma que requiere identificar los puntos de vista de los grupos de interés y confrontarlos con los que existen dentro de la organización para poder establecer relaciones verdaderas con los públicos.

El artículo propone realizar tres niveles de análisis, en un primer momento se debe realizar una valoración de la reputación de la organización en un contexto de organizaciones significativas para la sociedad. Un segundo estudio donde se mida la reputación en su mismo sector económico y preguntando los *por qué*. Finalmente, una evaluación cuali-cuantitativa de los rasgos de imagen de la organización, incluyendo la forma que los públicos perciben la actitud hacia diferentes temas, la cultura corporativa, entre otros. Con todos estos datos, se puede realizar una estrategia de reputación corporativa, que debe incluir un procedimiento para la comunicación con los distintos grupos de interés y un sistema de seguimiento de los resultados.

De acuerdo a Leon Bracey (2012) en el artículo “The importance of business Reputation” publicado en Business in focus, la reputación de un negocio es esencial para su sobrevivencia. Aunque en el pasado era un tema del cual eran conscientes los grupos de interés a través del “boca a boca”, en los últimos años los nuevos medios de comunicación (redes sociales y comunicación instantánea) hacen que las compañías deban estar pendientes de la reputación todo el tiempo y enfrentar cualquier crisis cuando surja. Si la compañía tiene gran reconocimiento y una reputación importante los consumidores van a preferirla sobre otras que ofrecen lo mismo, esto sin importar el precio. Los siguientes consejos pueden ayudar a generar reputación para la compañía.

Figura 3: Consejos para generar reputación.

Establecer confianza	Ser receptivo	Resolver errores de manera inmediata
Innovación para los grupos de interés	Ser sensible a la privacidad	Concedores de las tendencias en tecnología
Comunicación efectiva y transparente	Mantener un sitio web profesional y claro	Servir a la comunidad

Fuente: Creación propia con datos de Leon Bracey (2012) en el artículo “The importance of business Reputation”.

Siguiendo con el tema de reputación empresarial, Harlan Loeb y Eric McNulty (2014) en el artículo “Don’t trust your company’s reputation to the Quants” publicado en la revista Harvard Business Review, explican que el riesgo de la reputación es cualitativo y cuantitativo y que los riesgos que una empresa enfrenta deben tener soluciones diferentes a las operativas y financieras. Se menciona el indicador de Harris Interactive team que tiene 6 macro indicadores.

Figura 4: Harris Interactive Team – Macro indicadores.



Fuente: Creacion propia con datos de Harlan Loeb y Eric McNulty (2014) en el artículo “Don’t trust your company’s reputation to the Quants”.

Según el último informe de este indicador, mencionado en el artículo, las primeras 10 compañías son empresas de distribución de productos donde el consumidor tiene un papel relevante (ej. Coca-Cola, Walmart, Whole Foods) y las últimas 10 son empresas que los consumidores conocen solo por reputación y nombre (ej. Goldman Sachs, AIG, Monsanto). Las personas que trabajan en análisis cualitativo, los quants, deben ser escuchadas dado que tienen una visión enfocada en las relaciones que se forman con los distintos grupos de interés y como resultarían afectados. Estas personas pueden ser de ayuda en tiempos de crisis y reconstrucción de la compañía para conseguir que la empresa permanezca relevante. Esto se debe a que se analizan valores y emociones y se diseñan estrategias para generar valor y empatía con la empresa.

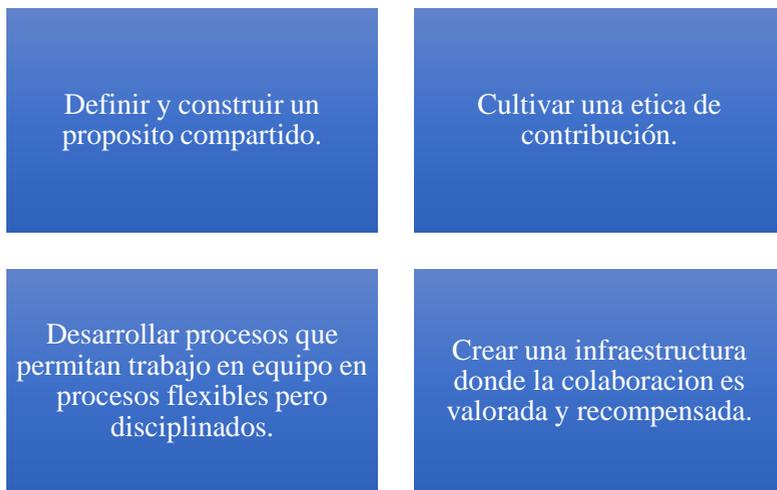
En el tema de generación de confianza empresa-cliente, Melissa Schaefer en su artículo “Como ganarse a un consumidor cada vez más poderoso” publicado en la revista América Empresarial (2013) explica que la confianza de los consumidores en los distribuidores de productos al por menor se da en los mercados o tiendas de barrio en donde el conocimiento de las preferencias y necesidades de los clientes son conocidos. De acuerdo con Sandro Castaldo, colaborador del estudio, la confianza en comercio al dedal se da por tres factores: la experiencia de compra, la experiencia del producto y las comunicaciones. Si hay suficiente confianza entre clientes y distribuidores, los primeros pasan a ser partidarios. Lo anterior conduce a un mayor gasto y conduce a ser la primera

opción cuando nace una necesidad relacionada con el sector del distribuidor. (citado por Schaefer, 2013, p. 3).

Castaldo argumenta que los empleados deben conocer las preferencias y necesidades de los clientes para poder ayudar y asesorar a los clientes. Toda la información que permita al cliente satisfacer su necesidad de compra debe ser puesta a disposición del mismo. Por ejemplo, si un producto también se vende en línea, el empleado debe contar con la misma información que esta descrita en el sitio web. En síntesis, los empleados deben ser embajadores de las marcas. (Citado por Schaefer, 2013, p. 3).

En cuanto a nuevas estructuras empresariales, Paul Adler en el artículo “Como construir una empresa Colaborativa” de la revista Harvard Business Review (2011) muestra una nueva estructura de empresa, llamada comunidad colaborativa que requiere cuatro iniciativas organizacionales para poder ser implementada.

Figura 5: Harris Interactive Team – Macro indicadores.



Fuente: Creación propia con base en el artículo “Como construir una empresa colaborativa” de la revista Harvard Business Review.

Un propósito compartido es la forma como una empresa o grupo empresarial se posiciona de acuerdo a los competidores, socios y las contribuciones que los clientes y la sociedad usaran para definir su éxito. Es multidimensional, practico y constantemente se enriquece en debates sobre problemas concretos.

La construcción de una ética de contribución inicia con un conjunto de valores distintivos que se comparten. Se valora en este tipo de ética el ayudar al propósito común. Se enfatiza el trabajo en equipo y los mejores aportes de cada individuo

para el bien común. La confianza generada con la ética de la contribución es menos natural que en las organizaciones tradicionales debido a que en estas últimas las señales simbólicas de la cultura compartida (por ejemplo, los bonos por ser buen empleado) generan un fuerte arraigo en las personas. Pero es menos voluble que la confianza construida a partir de la fe en un líder carismático y en las deslumbrantes exhibiciones de la brillantez individual.

Para que las personas puedan contribuir entre sí, se necesita crear un mecanismo llamado gestión de procesos interdependientes, un grupo de técnicas que incluye el kaizen, el mapa de procesos y protocolos formales para el brainstorming, gestión de reuniones participativas y toma de decisiones con varios stakeholders. Se debe informar a todos los participantes del proyecto los cambios hechos al proyecto debido a que todos tienen que entenderlos.

La unificación de los aspectos anteriores se realiza a través de una estructura de autoridad que se denomina centralización participativa. Participativa, debido a que moviliza el conocimiento de todos y centralizada porque ese conocimiento debe ser coordinado de modo que se pueda usar en distintos proyectos.

La estructura usual en las empresas colaborativas es la estructuración por matrices donde las personas no pertenecen a áreas sino a proyectos. Son altamente difíciles de mantener, pero al mantenerlas las empresas generan ventajas competitivas en sus sectores. Los sistemas de compensación no son los principales motivadores de este tipo de empresas sin que la satisfacción laboral estará determinada por asumir nuevos desafíos dentro de las empresas. Los sistemas de reputación son importantes debido a que se convertirán en la base de selección para los nuevos proyectos.

La confianza, entre otros factores, juega un papel fundamental para que la instauración de la sostenibilidad en las organizaciones sea posible. Así mismo, un enfoque de sostenibilidad contribuye a la construcción de la confianza en una empresa, tanto internamente como en relación con sus grupos de interés.

Por consiguiente; existe un enfoque relacional planteado por Donati y Ruiz, 2006, citado en Márquez 2013 p. 119) el cual se basa en tres semánticas que describen los tipos de relaciones sociales: la semántica referencial o simbólica, que corresponde a asignar el significado o intención de una situación o persona a otra; la semántica estructural o de generación de vínculos que corresponde a la creación de un vínculo que es a su vez un recurso; y la semántica generativa, que se refiere a las relaciones propiamente dichas es la que representa a aquello que se genera entre los sujetos y agentes que están en contacto o tienen un vínculo. Así mismo; Alain Degenne (2009) define las relaciones como un conjunto de interacciones que se presentan entre los mismos individuos a lo largo del tiempo, y a las interacciones como intercambios de corta duración entre los involucrados

y que son aceptados por todos ellos. Por lo tanto, la confianza influye en la forma en que las personas se relacionan y la manera en que sus actividades colectivas se llevan a cabo, ésta es un componente esencial en el desarrollo de la sostenibilidad empresarial.

Sostenibilidad

La sostenibilidad empresarial se deriva del concepto de desarrollo sostenible, una de cuyas primeras apariciones se dio en 1987, en el reporte Brundtland *Our Common Future* (citado por Kurzrok y Hund, 2013). En ese documento se define desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”.

La sostenibilidad se ha convertido en una de las más grandes preocupaciones de la sociedad actual, y esto se ha visto reflejado en las políticas internacionales establecidas por diferentes organismos supranacionales como la ONU y la OEA. Sin embargo, esta no se puede alcanzar sin un esfuerzo conjunto de todos los actores involucrados en el desarrollo de las comunidades.

Las organizaciones juegan un papel fundamental en la preservación de los recursos para las generaciones venideras. Sin embargo, la sostenibilidad empresarial no se limita a este aspecto: busca “conciliar el crecimiento económico con el cuidado del entorno social y la protección del medio ambiente” (Gil, A. M. y Paula, L., 2001, p. 80). Por lo tanto, en el mundo empresarial, la sostenibilidad no está enfocada únicamente a la preservación del medio ambiente, sino que busca el crecimiento económico y social alrededor de las actividades desarrolladas en el entorno de los negocios.

Uno de los primeros autores en integrar el concepto de sostenibilidad al mundo empresarial fue John Elkington (1997, citado en Pinillos y Fernández 2011, p.13), quien sostiene que “para que una empresa sea sostenible, tiene que garantizar un triple objetivo: ser económicamente viable, ser socialmente beneficiosa y ser ambientalmente responsable.” Esta definición, que integra el concepto de triple balance o triple cuenta de resultados, evidencia nuevamente la necesidad de integrar la responsabilidad ecológica y social a los objetivos económicos de las organizaciones.

Para la dimensión económica de la sostenibilidad, la consultora McKinsey (2011) nos ofrece una visión sustentable a través de la siguiente figura.

Figura 6: La captura de valor en tres áreas clave.



Fuente: Datos del artículo “The business of sustainability: Putting it in practice” de la consultora McKinsey y Company (2011), p.3.

En el aspecto crecimiento, las compañías deben revisar su portafolio de productos para determinar el impacto potencial de las tendencias que pueden llevar a nuevas oportunidades de negocios. Otro punto importante es alinear oportunidades sustentables con sus estrategias y lograr identificar potenciales clientes. En la encuesta que toma como base para su análisis la consultora, 88% de los directivos en empresas líderes dijeron que siempre buscan nuevas oportunidades para invertir en sostenibilidad.

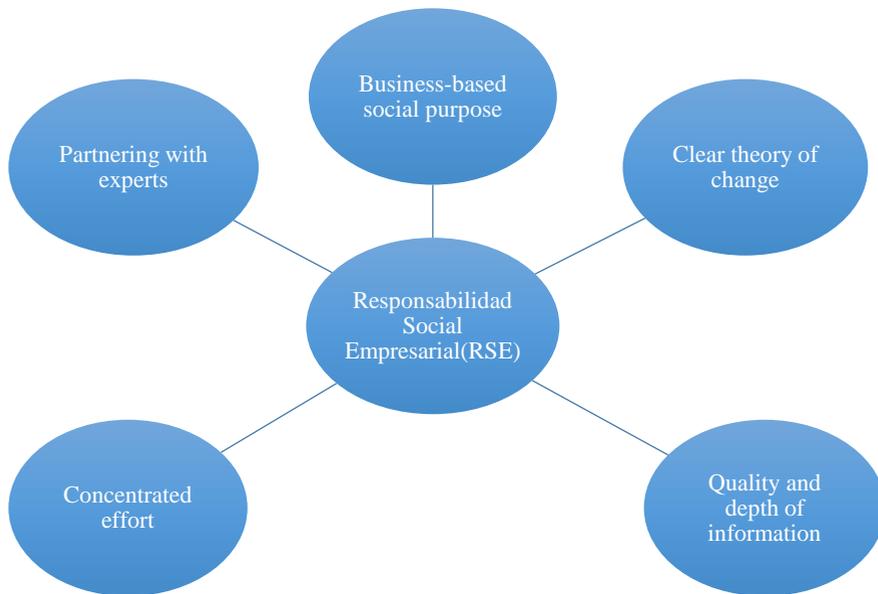
El retorno en capital se da cuando las empresas reducen sus costos operacionales (reducción de agua o energía) generando operaciones sustentables desde los costos fijos. Otra forma de aumentar el retorno en capital es transformando las cadenas de valor para reducir costos de materiales o insumos que se usan frecuentemente y son fácilmente sustituibles, este punto también genera un efecto ambiental dado que se cambia un insumo dañino para el medio ambiente por uno eco amigable. En la encuesta, 78% de los directivos dijeron que ya habían integrado casi o en su totalidad la sostenibilidad en sus cadenas de valor.

El manejo del riesgo empieza con la detección de riesgos significativos que puedan retrasar o detener el funcionamiento de la empresa. Estos riesgos

proviene, principalmente, del cambio climático, la escasez de materia prima y problemas sociales o con los gobiernos (boicot o demoras en la otorgación de permisos).

Para el aspecto social de sostenibilidad, Paul Klein (2011) en el artículo “The Five elements of the Best CSR Programs” de la revista *Forbes*, muestra una visión sustentable a través de la siguiente figura.

Figura 7: Responsabilidad Social Empresarial (RSE).



Fuente: Elaboración Propia con datos del artículo “The Five elements of the Best CSR Programs” de la revista *Forbes*.

El propósito social debe estar basado en la actividad económica de la compañía. Es decir, si es una empresa agrícola debe procurar que los propósitos sociales sean dirigidos a contrarrestar o apoyar causas como apoyar a los pequeños campesinos con campañas de mejora de las condiciones de siembra o darles los residuos de su actividad agrícola (cascaras del arroz o de la palma).

La RSE dejó de ser un tema de moda en las empresas para poder ser un valor empresarial, lo que significa que los esfuerzos sociales de las compañías deben ser lo más innovadores posibles para lograr diferenciarse. Por ejemplo, si las compañías de un determinado sector están ayudando a construir huertas

comunitarias, se puede hacer un proyecto donde esa huerta sea la que suministre a restaurantes reconocidos de la ciudad.

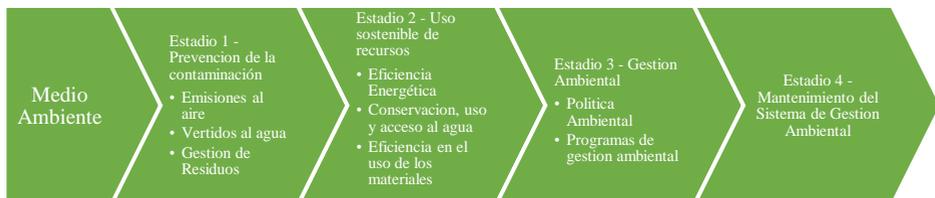
La calidad y profundidad de la información relevante a los proyectos sociales debe ser una prioridad para poder desarrollar un programa abordando un problema de una manera directa y efectiva. No es suficiente con decir que un determinado producto está afectando la salud pública, se debe realizar una investigación a fondo para determinar que elemento específico es el causante de este incidente.

Las compañías no deben concentrarse en múltiples problemas sociales a la vez, dado que no les prestaran la suficiente atención a todos. Es mejor enfocar todos sus recursos internos y externos en un determinado problema para poder dar con una solución.

Se debe contar con la ayuda de expertos en los temas que se quieren intervenir por parte de las empresas. Esto se debe a que el RSE debe tener un alto grado de credibilidad para poder comenzar a operar. Si se quiere construir un hospital o una escuela en un municipio se debe contar con personas de la comunidad académica o médica para conocer donde sería más apropiada la presencia de los mismos.

Para el aspecto ambiental, En el cuaderno de investigación “Guía para el mejoramiento de la responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bogotá” (2013) de los autores Luz Janeth Lozano y Nelson Díaz Cáceres, se documenta el modelo MMGO Componente RSE posee una sección de medio ambiente, que se explica con la siguiente figura.

Figura 8: Modelo MMGO – Componente RSE.



Fuente: Creación propia con datos del cuaderno de investigación “Guía para el mejoramiento de la responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bogotá” de la Universidad EAN. Díaz y Lozano 2011.

El objetivo del modelo MMGO es ayudar a las pequeñas y Medianas empresas (Pymes) en su transformación hacia empresas competitivas, con prácticas de gestión para facilitar el alcance de sus resultados. En el caso de la parte del medio ambiente, el objetivo final es la generación de un sistema de gestión ambiental (SGA) para poder cumplir con los compromisos ambientales que suscriban las empresas.

En el estadio 1, las empresas deben prevenir la contaminación que se dan en sus actividades productivas por medio de las emisiones al aire, que pueden contener químicos nocivos para el ambiente o la salud humana. Otro punto importante es evitar los vertimientos a las fuentes hídricas, directa o indirectamente, que se originen por medio de sus operaciones o el uso de sus productos. El último inciso de este estadio es la gestión de recursos que busca evitar que los residuos generados por medio de las actividades de las organizaciones provoquen una contaminación de cualquier tipo. Para lograr este fin se debe seguir la jerarquía de reducción de los residuos que consiste en los siguientes procesos.

Figura 9: Modelo MMGO – Reducción de los residuos.



Fuente: Creación propia con datos del cuaderno de investigación “Guía para el mejoramiento de la responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bogotá” de la Universidad EAN. Díaz y Lozano 2011.

Cuando estos planes de acción estén en marcha y dando resultados, el estadio 2 ofrece más herramientas para poder seguir consolidando la creación del SGA. La eficiencia energética es una acción por la cual se busca la reducción en el consumo de energía en las instalaciones, maquinas, transportes, entre otras fuentes de consumo de energía en las operaciones de las empresas. Además, se busca el cambio energético de energía eléctrica producida por el carbón o la madera por otras más renovables como la energía solar, eólica, geotérmica o hidroeléctrica.

La conservación uso y acceso al agua se refiere al acceso a suministro de agua potable segura y fiable y a los servicios sanitarios, las empresas deben asegurarse de conservar, reducir y reutilizar el agua en sus operaciones y la estimulación de la conservación del agua en su esfera de influencia. Finalmente, la eficiencia en el uso de materiales se refiere a la reducción del deterioro ambiental que ocasiona el uso de materias primas en los procesos de producción, productos terminados o

entrega en los servicios de las compañías (ej. Los plásticos en los empaques de carnes).

Al realizarse los estadios anteriores y tener en funcionamiento las diversas actividades para la reducción de la huella ambiental de las empresas, se debe crear un documento donde se especifique la política ambiental de la empresa, definida por la alta dirección. En esta política ambiental, debe estar escrito como se van a identificar los aspectos medioambientales de las actividades de la empresa, así como de sus productos o servicios. Otro punto importante es la definición de un proceso para conocer las diferentes regulaciones ambientales que aplican a la empresa. Por último, se debe implementar un procedimiento para lograr los objetivos y metas ambientales, con base en sistemas de medición y de revisión y ajuste. El estadio 4 es el mantenimiento del SGA con los controles y ajuste a los que haya lugar.

En el artículo “Valor Compartido, más allá de las empresas” publicado en la revista Responsabilidad Sostenibilidad (2013), Juana García Duque argumenta que el concepto de Creación de Valor Compartido (CVC) esta incrustado en el corazón de los negocios. Esto crea oportunidades de negocio con beneficios sociales y ambientales tangibles, aunque las herramientas para poner en práctica esta nueva forma de hacer negocios todavía no se han desarrollado para todos los sectores.

Es el gobierno y no las empresas quien debe dar los lineamientos para que la apropiación del CVC se de en todos los sectores de las sociedades, no solamente en el empresarial. Un sector que debe influir más en el CVC es el de la cooperación internacional que puede aportar experiencias de otros países donde acciones sociales y medioambientales han tenido éxito en la transformación de la sociedad. La autora considera que es necesaria una sinergia entre las empresas, el gobierno y la cooperación internacional para generar un mayor impacto y un mejor conocimiento de las problemáticas para generar resultados sociales que lleven a la innovación, crecimiento e impacto social a largo plazo.

Persons (2012) reconoce el triple balance o triple objetivo (personas, planeta y productividad) propuesto por Elkington como el fundamento de la sostenibilidad. Este profesor de la Universidad Rider cita al IMA (Institute of Management Accountants) para complementar la conceptualización de este tema. El instituto considera que la sostenibilidad es la habilidad de la organización para conocer, entender y considerar todos los factores que afectan su valor y condicionan sus posibilidades de operar en el futuro. Adicionalmente indica que una junta directiva no representa a sus grupos de interés cuando no considera los impactos sociales y ambientales tanto como los aspectos económicos tangibles e intangibles que contribuyen a la habilidad de mantener la empresa.

Walt Freese (2007), por su parte, toma a Paul Hawken como punto de partida para construir su propio concepto de sostenibilidad. Para él, la sostenibilidad se debe enfocar en tres aspectos fundamentales: lo que las empresas toman, lo que hacen y lo que tanto estas como sus clientes desperdician. Esto integra el concepto de sostenibilidad a las actividades cotidianas de las organizaciones y a la manera en que estas se desarrollan.

Smith (2013) explica que la sostenibilidad busca crear valor (en los aspectos anteriormente explicados por otros autores) en el largo plazo, a través de la participación de los grupos de interés y la transparencia de las organizaciones. Es clave resaltar que las políticas de sostenibilidad no buscan resultados inmediatos, sino desarrollo general en el largo plazo.

Con respecto a la sostenibilidad en las empresas, Don Schjeldahl (2013) describe las dos formas en que las organizaciones se han enfocado en ella: el enfoque externo, que consiste en incluir prácticas extras a las actividades de la empresa, de manera que la organización tenga la oportunidad de devolver beneficios a la comunidad; y el enfoque interno que consiste en integrar los objetivos de sostenibilidad a los propios de la empresa, de manera que estén estrechamente relacionados con la estrategia operativa y las actividades diarias de la organización. Aunque el primer enfoque es relevante para la consecución de los objetivos de la sostenibilidad empresarial, el segundo constituye el reto al que se enfrentan las organizaciones actualmente, pues es la manera más eficiente de lograr el desarrollo económico propio y generar cambios positivos en el entorno.

Por otra parte, Marc Epstein y Adriana Buhovac (2014) ofrecen una delimitación del concepto (en el contexto de la responsabilidad corporativa) aún más profunda y detallada, al establecer 9 principios que la componen: ética, gobierno, transparencia, relaciones de negocio, retorno financiero para inversionistas y prestamistas, participación de la comunidad y desarrollo económico, valor de los productos y servicios, prácticas de empleo y protección del medio ambiente. Estos principios sirven como guía para las empresas que buscan integrar la sostenibilidad a sus actividades.

Así mismo, Turan y Needy (2013) citan a Dyllick y Hockerts, quienes consideran que la sostenibilidad debe tener en cuenta las necesidades de sus grupos de interés tanto directos como indirectos. La mención de estos últimos deja clara la necesidad de evaluar todos los potenciales niveles de impacto que las acciones de las empresas tienen no solo sobre los grupos e individuos con los que interactúan directamente, sino además sobre todos los actores que constituyen su entorno. Estos mismos autores citan a Dow Jones Sustainability Indexes, una organización encargada de evaluar y asesorar la sostenibilidad corporativa, que a las definiciones anteriores agrega que la sostenibilidad se alcanza a través del

aprovechamiento de las oportunidades y el adecuado manejo de los riesgos que se derivan de los desarrollos en las tres dimensiones de la sostenibilidad.

Kurzrok y Hund (2013) establecen la importancia que tiene para las organizaciones el intercambio de información acerca de la sostenibilidad con sus grupos de interés. Estos autores consideran que los reportes de sostenibilidad pueden afectar el desempeño de las empresas en el corto, mediano y largo plazo. La selección de la información incluida en estos reportes es vista como uno de los factores críticos para lograr prácticas sostenibles: el documento muestra que la disposición de las organizaciones para asumir responsabilidad por las acciones que puedan tener impacto sobre los grupos de interés representa un cierto nivel de compromiso por parte de las empresas.

Se debe recalcar que, aunque existen organismos externos que evalúan la sostenibilidad corporativa, las empresas son, en última instancia, quienes proveen información sobre sus prácticas y quienes deciden si y cómo integrar la sostenibilidad empresarial a sus actividades. Por este motivo, la confianza generada entre los grupos de interés y las organizaciones, así como la que se da al interior de las mismas, influye directamente la sostenibilidad de las empresas y la percepción que los agentes externos tienen de esta.

Así pues, la sostenibilidad empresarial está estrechamente relacionada con la confianza, ya que tanto el adecuado intercambio de información, como los principios descritos por Epstein y Buhovac y los tres pilares del concepto (crecimiento económico, cuidado del entorno social y protección del medio ambiente) dependen en gran medida de la confianza existente entre las organizaciones y sus grupos de interés, así como de la que se genera al interior de las mismas.

Conclusiones

En este trabajo de investigación se ha presentado un análisis de las variables que pueden influir en la creación de confianza en organizaciones sostenibles a partir de la revisión teórica de varios factores importantes en las empresas, con los cuales se pueden realizar hipótesis de compañías que tengan algunas de los factores mencionados. La confianza es, por tanto, un factor clave para el éxito de cualquier negocio; para que este tenga alto índices de sostenibilidad, es de suma importancia que la confianza sea un intangible que se pueda cuantificar y medir, así como un componente clave en los espacios de trabajo como factor relacional entre los empleados y el empleador.

La confianza juega un papel relevante en la construcción de equipos, en la funcionalidad y en la productividad. Debe ser vista como la llave para un buen desempeño organizacional y el éxito de las relaciones interpersonales. Estas

relaciones de confianza logran que aun un plan organizacional defectuoso funcione, ya que proveen las llaves las buenas comunicaciones, crean las condiciones para el trabajo en equipo, rectifican las acciones realizadas fuera de tiempo y suavizan el impacto de un ambiente organizacional explosivo y difamatorio. Las relaciones de confianza crean las condiciones para el éxito de cualquier empresa.

En la investigación se percibe como existen factores que influyen en la confianza tan distinta entre ellos como la reputación y la transparencia, a los cuales con un cambio mínimo se tienen dos compañías que generan confianza de una manera distinta. La confianza como valor organizacional puede ser adoptado y gestionado como valor relacional por cuanto contribuye eficazmente a reducir la complejidad, el riesgo, la incertidumbre, equilibra el poder y limita el odio o la misma venganza. En consecuencia, la confianza debe cultivarse hacia dentro y hacia afuera de la organización. También, se observó que las empresas sostenibles realizan muchas inversiones en la parte económica, social y ambiental que permitan que todos los grupos de interés perciban que la llegada de la compañía es un beneficio para ellos.

La confianza auténtica es totalmente consciente de sí misma, consciente de sus propias condiciones y limitaciones, abierta a nuevas e incluso inimaginables posibilidades, sobre la base de la elección y la responsabilidad en lugar de las operaciones mecánicas de la previsibilidad, la dependencia y rigidez. La confianza auténtica es muy consciente de los riesgos y dispuesto a enfrentar la desconfianza y a superarla.

Referencias

- Almeida, M. A. (2009). La transparencia de las empresas en internet para la confianza de los accionistas e inversores: un análisis empírico. *Cuadernos De Administración* (01203592), 22(38), 11-30.
- Anderson, A. R. (2013). Good Employees Make Mistakes. Great Leaders Allow Them To. Recuperado el 13 de octubre de 2015 de: <http://www.forbes.com/sites/amyanderson/2013/04/17/good-employees-make-mistakes-great-leaders-allow-them-to/>.
- Arrow, K. J. (1971). *Essays in the Theory of Risk Bearing*, Chapter 3, pp. 90-133. Chicago: Markham Publishing Co.
- Bosovsky, G. (2011). El problema de la credibilidad y la reputación corporativa. *Tiempo de Mercadeo*, 31, 27-31.

- Bracey, L. (2012). The Importance of Business Reputation. Recuperado el 15 de octubre de 2015 de: <http://www.businessinfocusmagazine.com/2012/10/the-importance-of-business-reputation/>.
- Buzzota, V. (May/2001). *Trust as a Style*. Recuperado el 27 de julio de 2015, de Comunicare:
http://www.comunicare.com/DT/pdf/Value%20Added%20Documents/Trust%20As%20A%20Style_VBuzzotta,%202001.pdf
- Cooper, Robert. (1998). *La inteligencia emocional aplicada al liderazgo y a las organizaciones*. Editorial Norma.
- Duque J. G. (2013) “Valor Compartido, mas alla de las empresas. *Responsabilidad y Sostenibilidad*, 57, p. 32.
- Epstein, M. J., y Buhovac, A. R. (2014). *Making sustainability work: Best practices in managing and measuring corporate social, environmental, and economic impacts*. Berrett-Koehler Publishers.
- Freese, W. (2007). The business case for sustainability. *New Directions For Institutional Research*, 2007(134), 27-35. doi:10.1002/ir.210
- Gil Lafuente, A. M., y Paula, L. B. (2011). La gestión de los grupos de interés: una reflexión sobre los desafíos a los que se enfrentan las empresas en la búsqueda de la sostenibilidad empresarial. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 11, 71-90.
- Russell, Hardin. (2002). *Trust and Trustworthiness*. New York, Russell Sage Foundation.
- Hernández, A. M. (2010). *La confianza en las organizaciones. Una experiencia desde "Great Place to Work Institute " de México*. México: Great Place to Work.
- Hund, G., y Kurzrok, A. J. (2013). *Beyond compliance: Integrating nonproliferation into corporate sustainability* (No. PNNL-SA-90974). Pacific Northwest National Laboratory (PNNL), Richland, WA (US).
- Illes, Katalin., y Mathews, Martin. (2015). Leadership, trust and communication: Building trust in Companies through effective leadership communication, *University of Westminster*. Recuperado el 16 de julio de 2015 de: <http://www.allthingsic.com/wp-content/uploads/2015/02/Trustreport-1.pdf>
- Kee, Herbert W., y Knox, Robert E. (2004). Conceptual and Methodological Considerations in the Study of Trust and suspicion, *The Journal of Conflict Resolution*, Vol. 14, N° 3, Sep, pp. 357 – 366.
- Klein, Paul (2011). The Five Elements of the Best CSR Programs. Recuperado el 7 de septiembre de 2015 de: <http://www.forbes.com/sites/csr/2011/04/26/the-five-elements-of-the-best-csr-programs/>.

IMPLICACIÓN DE LA CONFIANZA EN LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

- Kramer, R. M. (1999). Trust and distrust in organizations: Emerging perspectives, enduring questions. *Annual Review of Psychology*, 50(1), 569.
- Lewis, J. D., y Weigert, A. (1985). Trust as a Social Reality. *Social Forces*, 63(4), 967-985.
- Loep, H. y McNulty, E. J. (2014). Don't trust your company's reputation to the Quants. Recuperado el 16 de octubre de 2015 de: <https://hbr.org/2014/08/dont-trust-your-companys-reputation-to-the-quants>.
- Lozano, L. J., y Cáceres, N. (2013). "Guía para el mejoramiento de la responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bogotá. *Universidad EAN*, Recurso electrónico encontrado en el Catalogo SIBEAN.
- Lozano, R. (2012). Orchestrating Organisational Changes for Corporate Sustainability. *Greener Management International*, (57), 43-64.
- Llopis, G. (2012). Powerful things happen when a leader is transparent. Recuperado el 11 de octubre de 2015 de: <http://www.forbes.com/sites/glennllopis/2012/09/10/5-powerful-things-happen-when-a-leader-is-transparent/>.
- Márquez, A. (2013) La justicia relacional como círculo virtuoso. *Recerca, Revista de Pensament i Anàlisi*, 14, 117-134.
- Mayol, D. (2007). La confianza en la organización: ¿valor o valiosa? *Logoi*, (12),37-51.
- McKinsey. (2011). The business of sustainability: Putting it into practice. Recuperado el 3 de septiembre de 2015 de: http://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client_service/sustainability/pdfs/putting_it_into_practice.ashx.
- Mintzberg, H. (1992). *El poder en la organización*. Barcelona: Ariel.
- Persons, O. (2012). Incorporating Corporate Social Responsibility and Sustainability Into a Business Course: A Shared Experience. *Journal of Education For Business*, 87(2), 63-72. doi:10.1080/08832323.2011.562933
- Pinillos, A. A., y Fernández, J. L. F. (2011). De la RSC a la sostenibilidad corporativa: una evolución necesaria para la creación de valor. *Harvard-Deusto Business Review*, 207, 5-21.
- Projection Central. (2014). How to Communicate Up, Down, and Sideways in Your Company. Recuperado el 12 de octubre de 2015 de: <http://projectioncentral.com/blog/how-to-communicate-up-down-and-sideways-in-your-company/>.
- Redacción Portafolio (2015) *Academia/ Confianza, motor de sostenibilidad empresarial*. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/academia-confianza-motor-sostenibilidad-empresarial-24630>
- Restrepo, M. L. (2007). Construir la confianza, un verdadero arte. *Latinpyme*, 36, 32-33.

- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Prentice Hall.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., y Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of management review*, 23(3), 393-404.
- Schjeldahl, D. (2013). The coming era of sustainability. *Economic Development Journal*, 12(4), 5-12.
- Schaefer, M. (2013). Como ganarse a un consumidor cada vez más poderoso. *America Empresarial*, 6, 40-51.
- Schramm, J. (2015). Respect And Trust Top The List Of Most Important Employee Job Satisfaction Factors. Recuperado el 13 de octubre de 2015 de: <http://blog.shrm.org/blog/respect-and-trust-top-the-list-of-most-important-employee-job-satisfaction>.
- Smith, T. M. (2013). Climate change: Corporate sustainability in the supply chain. *Bulletin of The Atomic Scientists*, 69(3), 43-52. doi:10.1177/0096340213487310
- Starnes, B., Truhon, S., McCarthy, V. (2010). Organizational Trust: Employee-Employer Relationships. Recuperado el 12 de agosto de 2015 de: <http://rube.asq.org/hdl/2010/06/a-primer-on-organizational-trust.pdf>
- Tan, H. H., y Lim, A. H. (2009). Trust in Coworkers and Trust in Organizations. *Journal of Psychology*, 143(1), 45-66.
- Topa, G., Palací, F. y Morales, J.F. (2004). La ruptura de contrato psicológico y las respuestas del trabajador. ¿Relaciones mediadas por la confianza organizacional? *Revista de Psicología del Trabajo y de Las Organizaciones*, 20(1), 31-45.
- Turan, F. K., y Needy, K. L. (2013). A Quantitative Decision Model Towards Maximizing Organizational Sustainability. *Engineering Management Journal*, 25(1), 3-18.



INQUIETUD
EMPRESARIAL

MOBILIDADE GEOGRÁFICA E CARREIRA: UM ESTUDO SOBRE PROFISSIONAIS QUE MIGRARAM PARA OS ESTADOS UNIDOS¹

Tamara Cecilia Karawejczyk²

Para citar este artículo: Karawejczyk, T. (2016). Mobilidade geográfica e carreira: um estudo sobre profissionais que migraram para os Estados Unidos. *Inquietud Empresarial*. Vol. XVI (1), 117-143

Fecha de recepción: 6 de octubre de 2015

Fecha de aceptación: 24 de junio de 2016

¹ Este é um artigo de investigação científica e tecnológica.

² Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Atualmente é professora e pesquisadora do PPG em Memória Social e Bens Culturais do Unilasalle - Canoas/RS, na linha de pesquisa Memória e Gestão Cultural. Líder do Grupo de Pesquisa Gestão do Conhecimento, Mudança e Aprendizagem do Unilasalle/CNPQ. Atua também como docente no curso de administração e recursos humanos do Unilasalle. Tem experiência nas áreas de aprendizagem e gestão do conhecimento, formação gerencial, comportamento organizacional, gestão cultural e coaching. Possui publicações nacionais e internacionais sobre estes temas. E-mail: tamara.karawejczyk@unilasalle.edu.br

Resumo

Este estudo tem o intuito de investigar a mobilidade geográfica e a carreira dos profissionais que migram para os Estados Unidos. Para um melhor entendimento do assunto, as teorias relacionadas a noções de cultura e à cultura organizacional, incluindo a cultura americana, a trajetória de carreira profissional e a mobilidade geográfica oferecem o suporte necessário. O método de estudo escolhido foi o qualitativo exploratório e a técnica de análise foi a do discurso do sujeito coletivo, pois a intenção era a compreensão do todo e não a do individual. Para alcançar o objetivo, realizou-se entrevista com quinze profissionais de diferentes nacionalidades, que se enquadravam nas características da pesquisa, da empresa norte-americana *Golden Gate*. Como resultado desta investigação, foi categorizado em duas seções: perfil e trajetória de carreira dos entrevistados e mobilidade geográfica e trabalho nos Estados Unidos. A segunda seção permitiu a construção de seis categorias: motivos de saída do país de origem, motivos da escolha pelos Estados Unidos, conseguir emprego, dificuldades encontradas, motivos da permanência nos Estados Unidos e plano de carreira para o futuro.

Palavras chave: Mobilidade geográfica; carreira; profissionais; Estados Unidos.

Movilidad geográfica y carrera: Un estudio de profesionales que emigraron a los EE.UU.

Resumen

Este estudio tiene como objetivo investigar la movilidad geográfica y la carrera de los profesionales que emigran a los Estados Unidos. Para una mejor comprensión del tema, las teorías relacionadas con la cultura y los conceptos de cultura organizacional, incluyendo la cultura americana, trayectoria profesional y la movilidad geográfica ofrecen el apoyo necesario. El método de estudio elegido era técnica de análisis exploratorio y cualitativo fue objeto de debate público, ya que la intención era comprender el todo y no el individuo. Para lograr el objetivo, hubo una entrevista con quince profesionales de diferentes nacionalidades que se adaptan a las características de la investigación, la firma estadounidense *Golden Gate*. Como resultado de esta investigación, se clasifica en dos secciones: el perfil y la trayectoria profesional de los encuestados y la movilidad geográfica y el trabajo en los Estados Unidos. La segunda sección permitió la construcción de seis categorías: el país de origen de salida razones, razones para la elección de los Estados Unidos, obtener puestos de trabajo, las dificultades encontradas, manteniendo los motivos en los Estados Unidos y plan de carrera para el futuro.

Palabras clave: Movilidad geográfica; carrera; profesionales; Estados Unidos.

Geographic mobility and career: a study on professionals who migrate for the United States

Abstract

This study, aims to research the geographical mobility and the studies of the professionals who migrate to the United States. For a better understanding of the topic, the theories related to notions of culture and organizational culture, including American culture, the trajectory of career and geographic mobility provide the necessary support. The methodology of the study chosen, was qualitative exploratory and the analysis technique was the collective subject speech, because the intention was to understand the whole and not the individual. In order to achieve the goal, interviews were held with fifteen professionals of different nationalities, who fit the characteristics of the research, from the U.S. firm Golden Gate. As a result of this research, two major sections were carried out: profile and career trajectory of respondents and geographic mobility and work in the United States. The second section allowed the construction of six categories: reasons for leaving country of origin, reasons for choosing the United States, find work / employment in the United States, difficulties, reasons for staying in the U.S. and future career plans. Finally, we emphasize that this study provides opportunities for further research.

Key words: geographic mobility, career, professionals, United States.

1. Introdução

A globalização propiciou ao longo do tempo um novo fenômeno para o mercado de trabalho, ou seja, a possibilidade da mobilidade geográfica. Nos estudos organizacionais o fenômeno da expatriação, é um dos mais pesquisados, pois acompanha de perto os processos de internacionalização das organizações. Os estudos sobre expatriação tem sido objeto de pesquisa no meio acadêmico (Vianna e Souza, 2009; Tanure, Cyrino e Penido, 2007; Fonseca, Medeiros e Cleto, 2000; Freitas, 2000), porém a análise da mobilidade geográfica de imigrantes, é um tema recente e merecem estudos aprofundados sobre sua importância, os impactos para a vida familiar e para a carreira (Neto et al., 2010). Além disto, as diferentes culturas estão trabalhando em um mesmo contexto mercadológico, percebe-se a necessidade de entender as influências que essa realidade traz ao profissional. Desta forma pode-se ter uma ideia de como a cultura tende a influenciar a carreira profissional, trazendo influências positivas e negativas.

Entre as diversas definições para cultura, tem-se uma característica comum: a dependência de uma definição geográfica ou de uma área histórica. Os valores,

as normas ou as crenças compartilhadas por uma sociedade pertencem a uma parte da teoria sobre cultura que existe há anos. A cultura mais temporal baseia-se no significado e no comportamento do grupo analisado, como destaca Reuter (2011).

Por consequência desses fatores, a presença da multiculturalidade dentro das organizações vem aumentando. Sendo assim, essa diversidade de cultura pode gerar conflitos. Para Gelfand et al. (2010), o desafio dos gestores é conseguir administrar essa variedade. Conforme Kunda (apud Pliopas; Tonelli, 2004), existem fatores que devem ser analisados pelos gestores, como os traços culturais que afetam a gestão e a obtenção de resultados, bem como todos os comportamentos de seus funcionários. Freitas (1991) define elementos da cultura que auxiliam na interpretação e compreensão desse assunto. Acrescenta-se, assim, que esses fatores culturais resultam em diferentes intervenções na carreira dos profissionais.

A opção pela mobilidade geográfica ocasiona mudanças para o profissional, as quais impactam diretamente em suas vidas pessoais, relata Neto et al. (2010). Nesse âmbito, mostra-se que as mulheres demonstram mais resistência a mudarem de local geográfico do que os homens. Freitas (2002) alega que a escassez de trabalho e as guerras enfrentadas por alguns países estimulam a migração. Para motivar as pessoas que optam pela mobilidade geográfica é necessário que o gestor compreenda os motivos que as levaram a fazer essa escolha para suas carreiras. Ridilla (2002) ressalta que existem formas remuneradas e não remuneradas para motivar os profissionais.

Nesse contexto, o objetivo deste artigo é investigar a mobilidade geográfica e a carreira do profissional que migra para os Estados Unidos. Nesse sentido, há diferentes fatores envolvidos como: a cultura, a carreira, a mobilidade geográfica e a motivação. Assim, destaca-se a importância de compreender a influência que a cultura traz para o ser humano, bem como entender a trajetória de carreira do profissional, as dificuldades encontradas e seus planos para o futuro. Descobrir quais são as motivações que levaram o profissional a optar pela mobilidade geográfica e os motivos que fazem com que ele permaneça nos EUA também auxiliam no alcance do objetivo do presente estudo.

Para a concretização do objeto de pesquisa, escolheu-se uma empresa norte-americana de limpeza, conservação e movimentação de carros de aluguel, a *Golden Gate/EUA*, que se encontra em catorze cidades americanas, sendo que para este estudo foram pesquisadas as unidades de Miami, Orlando e Fort Lauderdale, as quais contratam profissionais que moram nos Estados Unidos, mas que têm sua origem em outro país.

2. Referencial teórico

Cultura é um conceito amplo para o qual existem diferentes definições. Todas as pessoas trazem consigo uma cultura enraizada, podendo ter sua origem nos seus antepassados, no local em que viveram em situações de suas vidas, entre outros. A forma de uma pessoa lidar com a sua vida, tanto pessoal como profissional, está relacionada com a cultura em que ela vive ou viveu. Tal realidade, no ambiente profissional, pode trazer problemas, pois algumas empresas estão optando pela estratégia da multiculturalidade, ou seja, várias culturas em um mesmo local. Assim, se essas organizações souberem liderar profissionais de diferentes localidades, provavelmente, terão sucesso empresarial.

Existem muitas definições para o termo “cultura”, declara Reuter (2011), sendo que é uma característica comum às definições a dependência de uma definição geográfica ou de uma área histórica. O significado sociológico da cultura refere-se a valores, normas ou crenças de uma parte da sociedade que os compartilha. Com este conceito pode-se dizer que a cultura tem uma característica duradoura, permanece por anos.

Atrair colaboradores para a organização e retê-los é função dos gestores. Nesse sentido, Ridilla (2002) aposta na ideia de que o gestor deve fazer com que o funcionário sinta-se trabalhando em uma ótima empresa, além de tratá-lo bem. Assim, o colaborador terá vontade de ir trabalhar na organização e terá orgulho em falar para todos sobre seu serviço. Acrescenta-se que essas duas atitudes servem como fatores motivacionais aos colaboradores. No entanto, sozinhas não são o suficiente. O clima organizacional é fator importante para motivar as pessoas a optarem por trabalhar em determinada organização. Quando o funcionário se sente bem em seu ambiente de trabalho, ele desempenha melhor suas funções. Respeitar os colaboradores traz sensações de orgulho para as pessoas, acrescenta Ridilla (2002).

Gelfand et al. (2010) apresentam diferentes maneiras de lidar com a multiculturalidade, e uma delas, abordada neste estudo, é como gerenciar os conflitos resultantes da diversidade cultural. Algumas pessoas optam por lidar com o conflito de uma forma proativa, o que resulta em negociações construtivas e na resolução de problemas de uma forma colaborativa. Por outro lado, existem as pessoas que lidam de forma mais competitiva e tentam dominar o parceiro que está em conflito, acreditando que, nessas situações, se eles não vencerem, serão vencidos.

Nesse contexto, conseguir a atenção dos funcionários, fazer com que a equipe consiga estar em sintonia e compreender as coisas da mesma forma resulta em uma boa execução do trabalho. Para isso, usar estratégias criativas de

comunicação ajuda e incentiva os colaboradores. Macdonald (2004) alega que pequenas atitudes podem fazer grande diferença para o profissional; valorizar as pessoas e preocupar-se com a vida pessoal faz com que as pessoas se sintam importantes para a empresa, contribuindo, assim, para uma boa produtividade.

Determinar metas e prioridades pode ser uma forma simples de motivar os profissionais a buscarem o sucesso. Identificar e comunicar novos comportamentos necessários para superar os desafios organizacionais geram resultados satisfatórios. Johnson (2006) menciona que ter conhecimento de algumas atividades pessoais dos profissionais ajuda na compreensão daquilo que os motiva.

Pliopas e Tonelli (2004) apresentam a entrevista realizada com Gideon Kunda, na qual ele relata que os gestores organizacionais devem prestar atenção em todos os elementos da cultura organizacional. Kunda acrescenta que há alguns fatores que devem ser analisados: os traços culturais que afetam a administração e a obtenção de resultados, bem como todos os comportamentos de seus funcionários. Freitas (1991) apresenta os elementos da cultura, que são uma forma de interpretação que os colaboradores da empresa utilizam para dar significado ao que é aceito por eles. Na medida em que eles concordam com determinada atitude organizacional, suas atitudes são refletidas pelos elementos por eles especificados. Dentre esses elementos, estão os valores, as crenças e os pressupostos, os ritos, os rituais e as cerimônias, as histórias e os mitos, os tabus, os heróis, as normas e a comunicação.

Ao realizar um estudo em uma empresa americana, cujo tema tem muita relação com a cultura, compreender um pouco sobre a cultura norte-americana auxilia no entendimento do país e no comportamento das pessoas. Além disso, com uma visão geral, é possível de se perceber algumas barreiras que trabalhadores de outros países enfrentam ao optar pela mudança.

Na entrevista de Alonso (2007), Rapaille menciona que a cultura norte-americana não tem caráter de fidelização com os produtos, ou seja, americanos provam novos produtos por gostarem do novo, do diferente. Além disso, ela é caracterizada como uma cultura jovem, muito relacionada à contínua chegada de novos imigrantes. Os norte-americanos gostam do prático, da eficiência, da rapidez e não perdem tempo com as atividades que não julgam importantes. No que se refere à qualidade das coisas, o norte-americano não costuma elogiar o que é bom. No entanto, quando tem a primeira impressão de que determinado produto ou serviço não funciona, considera-o como algo de má qualidade.

Alguns dos elementos de estudo de Rocha (apud Pozas, 2008) relacionados a distância psicológica entre países, focado em negócios internacionais, pode ser utilizado para esse estudo. Entre os aspectos representativos, para este artigo estão: o idioma, o contexto, a maneira de ser e o relacionamento. Em relação ao idioma, a autora menciona que não ter o domínio da língua do país dificulta a relação entre as pessoas. Pozas (2008) afirma que o conhecimento do idioma é muito importante para o sucesso. Com a dificuldade da compreensão fica mais difícil das pessoas aprenderem a cultura do país.

2.1 Trajetória de Carreira Profissional e Mobilidade Geográfica

As facilidades de movimento existentes hoje para os profissionais fazem com que eles, assim que se depara com a insatisfação no trabalho, optem por modificar sua carreira. Nesse mesmo cenário, as organizações decidem buscar profissionais no mercado externo que possuem diferentes capacidades e habilidades. A grande movimentação de profissionais fez com que algumas empresas diminuíssem seus quadros hierárquicos. Esses fatores deram origem à carreira denominada carreira sem fronteiras. O dinamismo atual na carreira profissional e a instabilidade no emprego têm feito com que as pessoas se foquem mais em sua carreira pessoal. Dessa decisão resulta maior foco em suas habilidades e competências, bem como o aumento na sua empregabilidade (Direnzo e Greenhaus, 2011).

A família influencia mais na carreira da mulher do que na do homem. Essa afirmação é baseada em contextos históricos culturais, pois, na visão social, as mulheres podem naturalmente dedicar-se mais à família do que à sua carreira, nesse estágio de sua vida. Com o homem não ocorre o mesmo, já que não deixa de investir em sua carreira por causa de seu casamento e de sua família, sabendo que a mulher fará seu trabalho pela família. Países que possuem cultura masculina têm expectativas de que a carreira do homem está mais vinculada com trabalhos externos a sua casa, diferente das mulheres que se dedicam mais à família. Além disso, o perfil competitivo, duro e firme é característica masculina. Países com cultura feminina não possuem essa mesma visão. Nesses locais, não se percebe essa diferença, na medida em que os homens também se dedicam à família as mulheres têm mais oportunidades de se preocuparem com a carreira, da mesma forma que eles. Acrescenta-se que, com o passar dos anos, essa segunda tendência é vista cada vez mais, ou seja, as mulheres estão em busca de igualdade, porém com muita dificuldade (Hewlett, apud Neto et al., 2010).

No que se refere ao capital humano, Kirchmeyer, Aycan e Reinhold (apud Neto et al., 2010) relatam que historicamente homens tiveram mais oportunidade de investir em educação e em treinamento do que as mulheres. Esse investimento é

relacionado diretamente com as maiores oportunidades de carreira que surgiram para os homens em comparação com as que surgiram para as mulheres.

O fracasso na carreira tem menor interferência para as mulheres do que para os homens, afirma Neto et al. (2010). Esse valor é muito vinculado ao nível de investimento na carreira que dos homens é maior que o das mulheres, portanto, se o sucesso não ocorrer, as consequências negativas são menores. O fracasso na carreira feminina é mais aceito pelo aspecto mencionado anteriormente de que a mulher tem a preocupação de cuidar da sua família, o que ocasiona a diminuição de investimento em sua carreira, assim tornando-se uma explicação aceita ao fracasso.

Conclui-se que a grande maioria dessas diferenças entre a carreira do homem e a da mulher está relacionada com os aspectos culturais e históricos. Essas diversificações destinaram as mulheres para um estilo de vida e os homens para outro. Percebe-se que, quando há necessidade de alguma mobilidade geográfica, a mulher demonstra mais resistência, pois pensa em sua estrutura familiar. Quando o mesmo ocorre com o homem, as possibilidades dessa mudança são maiores (Neto et al., 2010).

Pessoas que optam pela mudança de localidade em suas vidas têm a tendência a alcançar maior status do que aquele que sempre viveu no mesmo lugar. A mobilidade geográfica proporciona maiores promoções na vida das pessoas (Jannuzzi, 2000). No momento em que uma pessoa se depara com a insegurança do que vai ocorrer no futuro, alguns sentimentos como desorientação, confusão e dúvida passam pelo ser humano, alega Freitas (2002).

As mudanças, com o passar dos anos, impactam também nas famílias. Freitas (2002) menciona que as mulheres adiam a decisão de ter filhos por estarem em determinado estágio profissional, ou seja, naquele momento a preferência é pelo seu trabalho. A grande mobilidade geográfica que está ocorrendo faz com que muitos filhos tenham uma criação dividida entre os pais ou, até mesmo, acabam sendo criados apenas por um deles. Com todas as mudanças que vêm ocorrendo, aquele que mais sofre as interferências é o indivíduo, sendo influenciado por todos os lados. Essas alterações causam diferentes consequências comportamentais aos seres humanos, por meio das suas atitudes diárias, da forma de lidar com sua vida, na esperança de seu futuro, no sentimento de autoconfiança, entre outros.

Nesse sentido, a organização em que o colaborador ingressar pode auxiliar nessa adaptação, utilizando algumas estratégias de motivação, como ter uma política de remuneração variável que auxilia na motivação do profissional, conforme

constata Ridilla (2002). Fazer com que o colaborador evolua dentro da organização também estimula-o a continuar fazendo o melhor possível para seu trabalho, além de fazer com que ele se sinta valorizado pelo que faz.

Segundo Macdonald (2004), quando o profissional percebe que a organização se preocupa com seu desenvolvimento de carreira, oferece oportunidades de aprendizagem e dispõe de treinamentos, ele se sente motivado a trabalhar e a desempenhar bem seu papel. Além disso, essas atitudes estimulam o profissional a querer desempenhar melhor suas funções. Na mesma linha de raciocínio de Ridilla (2002) a respeito de remuneração variável, Macdonald (2004) acrescenta que, quando as pessoas são reconhecidas pelos seus resultados, elas se motivam a melhorar seus resultados e a irem em busca dos objetivos organizacionais, bem como dos pessoais.

3. Percorso metodológico

Escolheu-se uma empresa norte-americana de limpeza, conservação e movimentação de carros de aluguel, *Golden Gate/EUA*, a qual contrata profissionais que moram nos Estados Unidos, mas que têm sua origem em outro país. Essa empresa foi a escolhida, por ser uma empresa norte-americana, primeiramente, fundada por brasileiros, e por demonstrar-se aberta à realização do estudo. Dentro de seu quadro funcional, entrevistaram-se quinze profissionais que se enquadravam nas características do estudo, sendo eles: um cubano, um libanês, um sírio, oito brasileiros, três colombianos e um haitiano. O período destinado à coleta da pesquisa foi o do mês de janeiro de 2012, sendo coletados dados em três sedes da empresa de diferentes cidades: Orlando, Miami e Fort Lauderdale. Nesse período de estudo, a pesquisadora esteve nos Estados Unidos e compreendeu algumas características dos profissionais ao realizar as entrevistas.

O método de pesquisa é de caráter qualitativo exploratório, que segundo Piovesan e Temporini (1995), tem como objetivo conhecer a variável de estudo como ela é apresentada, todo o contexto em que ela se insere, normalmente, um assunto pouco abordado, assim, abrindo espaço para pesquisas futuras. Escolheu-se como técnica de análise de estudo o discurso do sujeito coletivo, que tem como característica a pesquisa qualitativa com perguntas abertas para estimular a produção de um discurso pelo entrevistado. Ressalta-se que esse método não anula discursos, nem reduz informações; o que o discurso do sujeito coletivo pretende fazer é reconstruir um novo discurso baseado em informações individuais, no entanto, com semelhanças. Assim, utiliza-se de uma estratégia metodológica que tem por objetivo tornar mais clara um conjunto de perfis.

Para a realização de entrevistas, elaborou-se um roteiro semiestruturado de perguntas com o intuito de investigar o entrevistado, tendo uma seção, a primeira, destinada ao perfil do candidato; a segunda referente à história de vida do entrevistado a qual contribuiu com sua trajetória de carreira, englobando motivações, objetivos, dificuldades, preparação, oportunidades; e a terceira seção relacionada à carreira profissional. Destaca-se que como limitação de estudo o fato de que, dentre as catorze cidades de atuação da empresa, entrevistaram-se apenas funcionários de três delas, a saber: Miami, Orlando e Fort Lauderdale. Outro fator limitador foi a amostra, pois foram entrevistados quinze funcionários de todo o quadro funcional.

4. Apresentação e análise dos resultados

Para retratar os resultados, esta seção está dividida em duas categorias: perfil e trajetória de carreira dos entrevistados e mobilidade geográfica e trabalho nos Estados Unidos.

4.1 Perfil e Trajetória de Carreira dos Entrevistados

Para a realização deste estudo, entrevistaram-se quinze pessoas: oito brasileiros, uma cubana, três colombianas, um haitiano, uma síria e um libanês. Com essa pequena amostra, já se pode confirmar a teoria de Rapaille (apud Alonso, 2007), a qual menciona a presença da multiculturalidade nas empresas, fator que pode favorecer a diversidade. Entre todos, há nove pessoas do gênero masculino e seis do feminino, havendo uma similaridade entre os gêneros. Os entrevistados já estão em uma fase da vida de constituição de família, pois há doze sujeitos casados e, destes, apenas dois não possuem filhos. Das outras três pessoas, duas são divorciadas, uma com filho e outra sem, e uma é solteira.

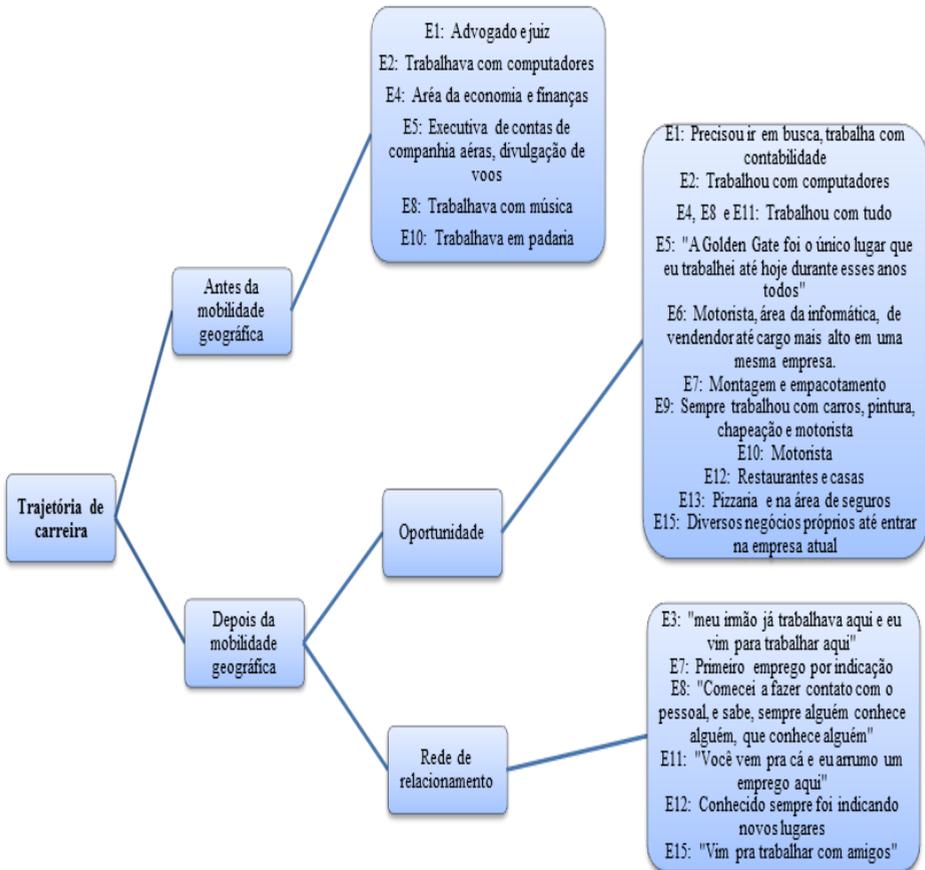
Tabela 1. Perfil de entrevistados.

Entrevistado	Gênero	Nacionalidade	Estado civil	Filhos	Tempo de permanência nos EUA
E1	Masculino	Brasileira	Casado	Sim	10 anos
E2	Feminino	Cubana	Divorciada	Não	4 anos
E3	Masculino	Brasileira	Casado	Sim	11 anos
E4	Masculino	Brasileira	Casado	Sim	10 anos
E5	Feminino	Brasileira	Casado	Sim	10 anos
E6	Masculino	Brasileira	Casado	Sim	6 anos
E7	Feminino	Colombiana	Casada	Sim	24 anos
E8	Masculino	Brasileira	Casado	Não	4 anos
E9	Masculino	Colombiana	Casado	Sim	11 anos
E10	Masculino	Haitiana	Solteiro	Sim	19 anos
E11	Masculino	Brasileira	Casado	Sim	10 anos
E12	Feminino	Síria	Divorciada	Sim	12 anos
E13	Feminino	Brasileira	Casada	Não	11 anos
E14	Feminino	Colombiana	Casada	Sim	7 anos
E15	Masculino	Libanesa	Casado	Sim	15 anos

Fonte: autoria propria

4.1.1 Mapa da trajetória

Pela diversificação das respostas dos entrevistados, necessitou-se elaborar um mapa da trajetória da carreira dos sujeitos, pois o método do sujeito coletivo, nessa realidade, não permite uma análise adequada. Para a elaboração desse mapa, analisaram-se as respostas de todos os entrevistados, sendo separadas em duas categorias: trajetória antes e depois da mobilidade geográfica. Além disso, a categoria “depois da mobilidade geográfica”, foi subdividida em: aqueles que conseguiram emprego por oportunidades que surgiram e aqueles que tiveram, em algum momento, auxílio da rede de relacionamento.

Ilustração 1. Mapa da trajetória de carreira.

Fonte: autoria propia

Por intermédio do mapa, da Ilustração 1, é possível perceber que a maioria dos entrevistados que teve auxílio de conhecidos para conseguir emprego nos Estados Unidos também obteve oportunidades de trabalho sem a ajuda da rede de relacionamento. Além disso, foi notório que esse auxílio foi para ingressar no mercado de trabalho no país e que, depois disso, as pessoas foram em busca de oportunidades ou essas foram surgindo. A frase "comecei a fazer contato com o pessoal, e sabe, sempre alguém conhece alguém, que conhece alguém" de um dos entrevistados deixa evidente como a rede de relacionamentos pode gerar oportunidade de trabalho.

Com o mapa, nota-se que a maioria dos entrevistados se submeteu a trabalhos diferentes do que tinha em seu país de origem. Com essa atitude, é possível afirmar que os sujeitos aceitam mudar o caminho da sua trajetória de carreira pela vontade de mudar de país, ou ainda, que em países estrangeiros eles aceitam qualquer tipo de serviço para iniciar sua carreira, mesmo já tendo possuído cargos de maior nível em seu país de origem. Essa conclusão pode ser confirmada pela comparação de trabalhos que aparecem antes da mobilidade geográfica como o de advogado, juiz e executivo de contas com os exemplos que aparecem depois da mudança como motorista, vendedor, empacotador.

Conclui-se que aqueles que já possuíam uma carreira de trabalho antes de optarem pela mobilidade geográfica não se importam em mudar sua trajetória, diversificando o nível do cargo e, até mesmo, a área de atuação. Fica assim evidente que possuir rede de relacionamentos facilita a obtenção de serviços, mas não é a única fonte, pois há ofertas de empregos que surgem por intermédio de oportunidades. Por fim, pode-se assinalar que quem muda de país está disposto a dar origem a um novo futuro para sua carreira profissional.

4.2 Mobilidade Geográfica e Trabalho nos Estados Unidos

Para investigar a mobilidade geográfica e o trabalho dos migrantes nos Estados Unidos, realizou-se um conjunto de perguntas para quinze entrevistados que possuíam o perfil da pesquisa. As respostas obtidas possibilitaram a elaboração de seis categorias de análise, descritas no quadro síntese apresentado: motivos de saída do país de origem, motivos da escolha dos Estados Unidos, conseguir trabalho/emprego nos Estados Unidos, dificuldades encontradas, motivos da permanência nos Estados Unidos e plano de carreira para o futuro. Cada categoria de análise possui um conjunto de itens chaves (IC), os quais foram mencionados pelos sujeitos e auxiliam na compreensão da categoria. Após a análise dessas seis categorias, há o alcance do objetivo deste estudo.

4.2.1 Análise dos motivos que levam a mobilidade geográfica

Na primeira categoria encontram-se os motivos que levam os migrantes a saírem de seu país de origem. Entre os itens chaves estão à intenção de estudar, a oportunidade de trabalho no exterior, possuir rede de relacionamentos no exterior, aumentar a qualidade de vida e ir para ganhar e juntar dinheiro. Ao que se refere ao estudo, percebe-se que, praticamente, a metade dos entrevistados mencionam a vontade de estudar como um dos motivos de sua saída.

“A intenção de ida para outro país é de estudar, além disso parentes acreditam que o estudo fora é melhor do que o do país de origem. Ter a possibilidade de aprender e poder falar o inglês, aprimorar uma segunda língua é uma motivação. ”

Através do DSC, percebe-se que, além da intenção de estudar fora do país, a oportunidade de aprender outra língua, que também é uma forma de estudo, é fonte de motivação. Com frase dita por um dos entrevistados “eu vim para estudar, minhas duas irmãs se mudaram para cá, aí elas queriam que eu fizesse faculdade aqui”, pode-se perceber que a mudança tem influência de pessoas que já estão residindo no país.

QUADRO SÍNTESE																
Categoria deanálise	Entrevistados															
	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	
Motivos de saída do país de origem																
IC1: Estudar	X			X	X	X		X		X			X			
IC2: Oportunidade de trabalho		X	X	X	X	X		X	X			X		X	X	
IC3: Rede de relacionamentos							X								X	
IC4: Qualidade de vida									X		X		X	X		
IC5: Dinheiro					X						X	X				
Motivos da escolha dos Estados Unidos																
IC1: Estudar nos EUA				X									X			
IC2: Oportunidade de trabalho nos EUA	X							X				X			X	
IC3: Rede de Relacionamentos nos EUA	X		X				X		X				X		X	
IC4: Cultura Americana	X			X	X	X					X			X		
Conseguir trabalho/emprego nos Estados Unidos																
IC1: Sem planejamento		X	X		X			X	X			X	X			
IC2: Com planejamento	X			X		X				X	X			X	X	
Dificuldades encontradas																
IC1: Cultura e idioma	X				X				X		X	X	X		X	
IC2: Pessoas e solidão	X			X			X							X		
IC3: Trabalho e questões legais		X	X			X	X	X				X				
IC4: Outros	X		X					X		X			X			
Motivos da permanência nos EUA																
IC1: Família			X		X	X	X		X	X					X	
IC2: Estilo de vida e cultura americana					X						X		X	X		
IC3: Trabalho e estudo	X	X			X			X			X		X	X	X	
Plano de carreira para o futuro																
IC1: Voltar para o país de origen	X			X			X					X				
IC2: Estudar e trabalhar		X				X		X		X			X			
IC3: Sem planos	X		X		X				X		X			X	X	

Fonte: autoria propria

“Não poder trabalhar no país de origem, principalmente na área que agrada, motiva a saída do país, incentiva ir em busca de oportunidade de trabalho em outro país. Depois de se decepcionar com os resultados do negócio próprio, no país de origem, a solução é ir em busca de novas oportunidades. Quando há desemprego, vai-se em busca de trabalho onde há oportunidade. Fazer negócios e conseguir emprego no exterior é fácil”.

O DSC apresenta que alguns países apresentam impedimentos para algumas pessoas trabalharem naquilo que desejam, em sua área de interesse. Esse fator leva as pessoas a irem em busca de igualdades e oportunidades de trabalho. A frase de uma das entrevistadas deixa claro essa proibição e sua atitude perante isso: “lá em Cuba eu era proibida de trabalhar com isso (...) e eu vim em um barco para trabalhar aqui”. A percepção de que conseguir emprego no exterior é fácil, faz com que as pessoas optem por essa mobilidade assim que encontra um obstáculo em seu país, como o desemprego, o erro nos negócios, ou, até mesmo, a ambição de melhorar sua vida profissional. Essas ideias reafirmam a teoria de Direnzo e Greenhaus (2011), a qual defende que a dinâmica na carreira mundial e a instabilidade profissional fazem as pessoas se focarem mais em sua carreira profissional, passando a existir a carreira sem fronteiras.

O terceiro item chave relata como a rede de relacionamentos se torna um fator motivacional para que os sujeitos optem pela mobilidade geográfica. As frases de dois dos sujeitos “eu tinha amigos aqui, então a gente foi conversando, então falaram que se eu quisesse vir pros Estados Unidos (...)” e “fiquei por aqui, pois como minha filha maior vive aqui, ela solicitou os documentos para que eu pudesse viver aqui” mostram duas realidades diferentes, na qual a rede de relacionamentos motivou a ida dos migrantes aos EUA.

Com o DSC pode-se perceber que por intermédio das redes de relacionamentos o interesse pela mobilidade geográfica pode surgir após uma visita, uma conversa, trocas de experiências, ou ainda, pode aparecer a vontade de estar próximo àquelas pessoas. Por outro lado, problemas com entes queridos no país de origem fazem com que algumas pessoas optem pela mobilidade como uma forma de fuga e de lembranças desagradáveis. A mudança de país depois do falecimento de alguma pessoa, separação conjugal ou qualquer outro tipo de briga familiar é utilizado como fonte de esquecimento, como se a pessoa quisesse apagar aquele momento triste, optando por deixar aquele país que lhe traz más lembranças.

O último item dessa categoria está relacionado ao dinheiro. Este serve de motivação para algumas pessoas optarem pela mobilidade geográfica. Nesse item, pode-se fazer uma relação com a teoria de Ridilla (2002), a qual menciona

que a remuneração motiva as pessoas. A autora traz formas das quais a empresa pode-se utilizar para esse quesito.

“Ir morar um tempo fora, aproximadamente, seis meses, para juntar dinheiro. Conseguir ganhar dinheiro para voltar para o país de origem e conseguir pagar estudo, contas e o lazer.”

O DSC desse item traz intenções de pessoas que pretenderam ganhar e juntar dinheiro com a mudança. Houve manifestações de pessoas que foram para o exterior para passar um tempo e juntar dinheiro, conforme a frase “a proposta era, dentro desses seis meses, juntar uma grana e voltar para o Brasil”. Alguns têm a intenção de juntar dinheiro para pagar estudos, contas e lazer para só então retornar ao seu país. Outros não possuem a intenção de voltar. Ressalta-se que nenhum dos entrevistados optou pela mobilidade apenas com intenção de ganhar dinheiro; essa veio junto com a vontade de estudar, pela busca por oportunidade de trabalho ou pela melhoria da qualidade de vida.

Para a categoria – motivos de escolha - há quatro itens como fontes de motivação: vontade de estudar nos EUA, existência de oportunidade de trabalho nos EUA, possuir rede de relacionamentos nos EUA e a cultura americana. O primeiro item chave traz a intenção das pessoas de terem vontade de estudar nos EUA.

“Sempre se ouve falar que o estudo nos Estados Unidos é bom, sendo assim, quando o objetivo é ir atrás de bom estudo, os EUA é referência. Profissionais formados nos EUA são bem vistos, ganham boas oportunidades e tem sucesso na sua carreira.”

O DSC apresenta a visão que as pessoas apresentam de os EUA ser uma referência quanto ao estudo. Além de ser um país lembrado pelo bom estudo, os sujeitos acrescentam que profissionais que tem em seu currículo alguma formação americana têm maiores chances de obterem sucesso profissional. Percebe-se que quem mencionou os estudos nessa categoria, atrelou sua escolha também à rede de relacionamento ou à cultura americana, portanto o estudo não foi o único fator decisório à mudança.

O DSC apresenta diferentes formas em que o trabalho motiva as pessoas a irem para os EUA, além do fato de alguns sujeitos possuírem facilidades por diversos motivos. Primeiramente, os EUA sempre foram visto como um país que possui oferta de trabalho, além de ter uma remuneração relativamente boa. Os EUA não é um país discriminatório, logo, não proíbe ninguém de trabalhar nas áreas que lhe agrada. Ainda relacionado ao trabalho, há pessoas que vão para fazer negócios com conhecidos. Pode-se relacionar esse DSC com a teoria de Drenzo e

Greenhaus (2011) que relatam que as facilidades de movimentos fazem com que as pessoas modifiquem suas carreiras profissionais sempre que se deparam com as insatisfações no trabalho. Por fim, unir oportunidade de trabalho, englobando oferta e liberdade, faz a diferença na hora de optar pela escolha do país.

O terceiro item dessa categoria é a rede de relacionamentos que os sujeitos possuem nos Estados Unidos. A resposta “tenho amigos aqui, só amigos e facilidades” de um dos entrevistados, deixa claro que a rede de relacionamentos foi um dos principais motivos da escolha pelo país. Pode-se dizer que esse é um dos dois itens mais mencionados nessa categoria. Ao analisar o DSC, percebe-se a forte relação que a rede de relacionamentos tem com a escolha do país, bem como com a decisão de permanência. O fato de visitar algum conhecido no país influencia o sujeito a optar por aquele país, além de que o mesmo, assim, já possui referência de uma fonte segura para ele. Além disso, existe o outro lado que essas redes podem influenciar que é a vontade de estar junto com a pessoa. Tal fato, normalmente, refere-se a laços familiares, principalmente, entre filhos, pais e mães.

A cultura americana é o quarto item mencionado nessa categoria. Um dos entrevistados que escolheu os EUA pela cultura mencionou: “sempre gostei da cultura, o idioma, a facilidade de vim”, ficando claro que a cultura foi um dos motivos da sua escolha. O item relacionado à cultura é um dos dois mais mencionados quando se questiona sobre os motivos pelas escolhas dos EUA. Por intermédio do DSC, pode-se notar que quem tem a oportunidade de ir de férias para o país norte-americano já se encanta pela cultura que presencia naquele período. Todos os fatores que envolvem a cultura, como a segurança, o respeito, a igualdade, entre outros, são quesitos que atraem os migrantes. Deve-se levar em consideração que países que não são de primeiro mundo possuem carência nesses aspectos.

Fatores relacionados a conseguir trabalho/emprego nos Estados Unidos integram a terceira categoria identificada neste estudo. Dentro dessa, há dois grandes itens: o primeiro referente àquelas pessoas que não fizeram planos; o segundo aquelas que fizeram planejamento para a sua mudança. No primeiro item chave, mencionam-se os sujeitos que não tiveram uma preparação para a sua mudança. A frase citada por um dos sujeitos deixa clara a falta de planejamento: “apareceu a oportunidade para eu vir para cá e eu nem pensei”.

“Não ir com nada programado, sem nenhuma preparação, juntar um pouco de dinheiro e ir em busca de emprego e lugar para ficar. Os Estados Unidos é um país de oportunidade, então é fácil de encontrar emprego. Em pouco tempo já se está empregado. Antigamente nem documentação

era muito exigida, já, hoje em dia, só se consegue emprego depois de ter a documentação. Quando aparece a oportunidade não se pensa duas vezes em mudar de país. O acesso a viajar facilita a ida e aumenta as oportunidades.”

Algumas pessoas aproveitam as oportunidades que aparecem na vida para mudar de país, conforme apresentado no DSC. Juntam um pouco de dinheiro e deixam para resolver o resto quando chegam lá; a única preocupação que têm, antes de ir, é ir atrás da documentação e da passagem de avião. Como já mencionado, os EUA é visto como um país de oportunidade de emprego, então as pessoas não se preocupam em ir com algum trabalho certo quando saem de seus países, pois acreditam que irão conseguir um facilmente. A situação mencionada por uma das entrevistadas deixa clara a facilidade de conseguir emprego: “eu desembarquei às onze horas da manhã e às nove horas da noite eu já estava trabalhando”. Ressalta-se que nem todos conseguiram um emprego de imediato como o relato dessa situação, mas todos os entrevistados mencionaram a facilidade de encontrar emprego nos EUA. No entanto, ao decorrer do artigo, relata-se que há empregos que não deixam boas lembranças.

4.2.2 Dificuldades encontradas

As dificuldades encontradas com a mudança dos sujeitos é a quarta categoria deste estudo. Dentro desta, foram detectados quatro itens chaves: a cultura e o idioma, as pessoas e a solidão, o trabalho e as questões legais e outros fatores. O primeiro item relata a dificuldade que as pessoas enfrentam em relação à cultura americana e ao idioma. Esse item tem relação com a teoria de Schein (apud Freitas, 1991), a qual traz a ideia de que para uma pessoa solucionar um problema precisa possuir as mesmas crenças e pressupostos, ou seja, a realidade e a visão precisam se equivaler. Portanto, até o sujeito se acostumar com a nova cultura, irá encontrar dificuldades. Nesse mesmo item, a teoria de Rocha (apud Pozas, 2008), que apresenta a dificuldade de relacionamento entre pessoas que não falam o mesmo idioma, condiz com a ideia dos entrevistados de que a falta de domínio do idioma do país é uma dificuldade.

Os sujeitos destacam que a diferença cultural entre o país de origem e os Estados Unidos é uma dificuldade encontrada nos primeiros momentos da mudança, pois até entenderem o sistema do país e se adaptarem ao novo demanda um tempo. Mesmo que essa cultura seja fascinante para a maioria dos migrantes, eles mencionam que toda a mudança tem suas dificuldades, portanto, pode-se concluir que mesmo sendo algo que agrada os sujeitos e até mesmo que os atrai para o país um dia já foi motivo de dificuldade.

O quesito solidão e pessoas é o segundo item relatado pelos sujeitos como dificuldades encontradas com a mudança. Nesse quesito, pode-se relacionar o estudo de Gelfand et al. (2010), o qual menciona os conflitos que podem surgir com a diversidade cultural. Nesse estudo, os autores apresentam três diferentes formas que as pessoas lidam com o conflito: forma proativa, forma competitiva e a forma em os sujeitos evitam o conflito.

Quando o aspecto pessoas torna-se uma dificuldade para os entrevistados, como mencionado no DSC, os mesmos se referem ao fato de não saberem ao certo com que pessoas estão lidando. Essa insegurança surge de uma vantagem que os EUA proporciona a seus residentes, que é a igualdade em que todos vivem. Por esse motivo, as pessoas não sabem exatamente quem são os colegas de trabalho. Além disso, alguns sujeitos têm dificuldade de lidar com outras pessoas, portanto, quando esse contato é necessário, realizar as atividades torna-se mais difícil.

A falta de pessoas também torna-se uma dificuldade, pois a solidão começa a prejudicar a vida. A teoria de Freitas (2002) relata que o individualismo dos sujeitos tem como consequência a solidão. Nesse sentido a pesquisa apresenta que a rotina dos EUA não proporciona às pessoas a criação do hábito de encontrar os amigos; a vida acaba se fechando em um círculo menor, ou até mesmo ocasiona o individualismo. Assim, percebe-se que as pessoas acabam vivendo uma vida mais isolada, além de não terem o contato com os parentes que deixaram em seu país de origem. Viver longe dos parentes e das pessoas queridas prejudica o bem estar dos sujeitos.

O terceiro item traz as dificuldades relacionadas ao trabalho e a questões legais que os migrantes enfrentam. Frases das entrevistas exemplificam a dificuldade desses dois itens: “eu consegui um trabalho fácil, mas assim, não era um trabalho digno de se trabalhar, até antes de eu começar a trabalhar aqui” e “a maior dificuldade que encontrei aqui foi me legaliza.”

“Conseguir se legalizar nos Estados Unidos é uma dificuldade, a documentação sempre foi um problema. Alguns trabalhos que as pessoas precisam se submeter para começar a carreira nos EUA são alguns dos momentos mais difíceis.”

O DSC traz a ideia de que o migrante tem vontade de ficar legalizado nos Estados Unidos, no entanto, encontra dificuldade para conseguir a documentação. No mesmo sentido, quando os documentos são autorizados e os migrantes os recebem, esse passa a ser um dos momentos mais marcantes para o sujeito. A partir de então, eles possuem todos os seus direitos, inclusive entrar e sair do país

sempre que desejarem. A documentação permite a eles serem cidadãos ou apenas ter a autorização para viver no país.

O início da carreira nos EUA, normalmente, não é lembrada como um bom momento. Quando as pessoas se mudam para um novo país, estão dispostas a encarar qualquer oportunidade que aparecer e essa atitude pode acabar se tornando uma experiência desagradável na mobilidade do sujeito. Os entrevistados mencionaram que alguns dos primeiros trabalhos que tiveram não podem ser considerados trabalhos dignos. Essa análise coincide com a pesquisa feita por Posner, Kouses e Schimidt (apud Freitas, 1991), que confirma que os profissionais ficam mais satisfeitos quando conseguem relacionar os seus valores com os da empresa, e com a teoria de Ridilla (2002), que menciona que quando há um bom clima organizacional as pessoas se motivam mais. Pode-se dizer que até as pessoas conseguirem se estabilizar profissionalmente no emprego que lhes agrada passam por dificuldades no trabalho, aceitando questões que não vão ao encontro de seus valores. Com isso, vivem, até mesmo, em um clima organizacional desagradável.

O último item dessa categoria foi elaborado para outros aspectos que foram mencionados pelos sujeitos, mas que não possuem uma denominação específica.

“Crises econômicas dificultam os negócios e prejudica as vidas. Além disso, acidentes de carros também são marcas de lembranças ruins.”

O DSC apresenta dois pontos difíceis para os sujeitos, o primeiro relacionado às crises econômicas que envolveram os Estados Unidos e que prejudicou os trabalhadores e empregadores americanos. Esse impacto econômico, gerou consequências no trabalho das pessoas, até mesmo o desemprego, causando efeito na vida dos sujeitos. O segundo são os acidentes de carros, que foi mencionado por mais de três entrevistados, podendo esses ter ocorrido com o próprio sujeito ou com algum conhecido. Esse tipo de acontecimento deixa marcas ruins na experiência de mobilidade geográfica dessas pessoas.

4.2.3 Motivos de Permanência

Com base nas entrevistas cedidas pelos sujeitos foi possível analisar que a grande maioria não pretende mais retornar para seu país de origem, o que se pode ser percebido com o DSC decorrente.

“Pretensão de ficar sempre nos EUA, a saída do país de origem já ocorreu com a intensão de ficar, não pode ou não quer retornar. País de origem é

apenas um destino de viagem à passeio, passar um tempo e depois voltar aos EUA. A vida é nos EUA, onde estão as raízes e a família. ”

O primeiro item chave refere-se à família ser o motivo de permanência dos migrantes no país norte-americano. A concepção de que a família é algo muito importante para os sujeitos fica clara com o DSC. Os migrantes vão para os Estados Unidos com um conjunto de objetivos, no entanto, no decorrer dos anos esses mudam.

“A família e os filhos são motivos de permanência nos EUA. O prazer de estar com a família é maior que a vontade de sair do país. Tendo a família nos EUA não há motivos para sair de lá. O nascimento dos filhos, constituição da família, é uma das melhores coisas da vida. ”

Percebe-se que a maioria dos entrevistados optou pela mobilidade em um estágio de vida menos avançado, mas agora que já constituíram suas famílias a alternativa da mudança de país já não é mais avaliada como uma possibilidade. Essa conclusão pode ser explicada por dois motivos: primeiro é o fato de os sujeitos estarem satisfeitos com o país em que estão vivendo, e o segundo, especificado no DSC, é que a família os prende; criar raízes torna-se mais importante do que os outros objetivos. Ressalta-se que não houve exclusividade de gênero nessa resposta, ou seja, tanto homens quanto mulheres possuem essa preocupação familiar. Assim, pode-se confirmar a teoria de Hewlett (apud Neto et al., 2010), acrescentando que os Estados Unidos não possuem uma cultura machista, pois homens e mulheres, na mesma proporção, preocupam-se com a família e ambos possuem tempo e oportunidade para se dedicar à carreira profissional, sendo essa uma atitude de tendência mundial.

Outro item mencionado pelos sujeitos foi que o estilo de vida e a cultura americana fazem com que eles permaneçam no país. Esse DSC pode ser relacionado com o um dos resultados da pesquisa apresentada por Rodrigues (2010). Esta evidencia que o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal é uma busca dos profissionais.

“Educar os filhos, ter segurança, conforto e qualidade de vida são fatores que levam a permanência nos EUA. A cultura do país é encantadora, o respeito com as pessoas, o modo de vida é fascinante. Recomeçar a vida do zero em outro país não motiva quando se tem a vida dos sonhos”.

O segundo item refere-se a questões diretamente ligadas ao país, no entanto, percebe-se que também apareceu a preocupação com os filhos, fato relacionado com o item anterior. No DSC destaca-se que as pessoas estão satisfeitas com a vida que levam nos Estados Unidos, levando à conclusão de que essa é uma

caraterística específica do país, a qual condiz com as vontades dos sujeitos. Pode-se relacionar essa satisfação com fato de que todos os entrevistados viviam em uma realidade de países denominados de terceiro mundo e que agora estão vivendo em um país de primeiro mundo. Além disso, foi manifestado que para quem já recomeçou a vida em outro país, ou seja, quem já optou pela mobilidade geográfica, não possui mais a vontade de começar tudo de novo em outro lugar e, assim, decidem seguir a vida que têm atualmente, conforme o trecho de uma das entrevistas: “acho que não teria a mínima condição de eu começar do zero lá, então o que me faz ficar aqui é que eu já estou no meio do caminho”.

Trabalho e estudo também são fatores que fazem os sujeitos permanecerem nos Estados Unidos. Com o surgimento desse item, pode-se perceber que a afirmação de Freitas (2002), referente à ideia de que a pessoa que não ir em busca de conhecimento não terá oportunidade de trabalho, foi confirmada com a pesquisa, pois essa foi uma preocupação apresentada pelos sujeitos.

“As oportunidades de estudo e de trabalho dos Estados Unidos motivam a permanência. Querer crescer no trabalho, mudar de profissão, estudar outras áreas incentivam continuar morando no país. Quando se fica legalizado nos EUA e, a partir de então, poder fazer tudo, a vontade de ficar aumenta mais.”

Os mesmos motivos que fizeram alguns dos entrevistados irem aos Estados Unidos são os que fazem com que eles continuem vivendo no país. Exemplo disso é apresentado no DSC acima que os estudos e o trabalho são fatores de decisão de permanência, bem como motivadores à mudança. Percebe-se o interesse entre os entrevistados de começar a estudar novamente para iniciar uma nova profissão. O maior interesse em mudar de profissão está na melhoria financeira; existem determinados trabalhos nos EUA que são muito bem valorizados, mas que requerem estudos específicos. A afirmação “quero voltar a estudar, para melhorar minha carreira profissional” de um do entrevistados exemplifica essa motivação. Além disso, alguns sujeitos gostariam de dar outro foco para sua carreira por não querer mais atuar no ramo atual. A partir do momento em que as pessoas conseguem a documentação do país, torna-se mais difícil quererem retornar ao país de origem, pois começam a ter todos os direitos, principalmente, trabalho legal, como dito por uma das entrevistadas: “o que faz eu permanecer aqui é que eu já conquistei minha cidadania, eu já tenho meu direito aqui”. Percebe-se que os sujeitos visam ser cidadãos americanos e que, quando o governo cede a cidadania, torna-se um marco importante na vida dos migrantes, pois esse é um processo burocrático.

4.2.4 Plano de carreira para o futuro

Para entender melhor a opção de carreira dos sujeitos, elaborou-se a sexta categoria de análise relacionada ao planejamento de carreira futuro. Nessa, identificaram-se três itens chaves: voltar ao país de origem, estudar e trabalhar e aqueles que não possuem planos. O primeiro item chave é direcionado àqueles que têm a intenção de retornar ao país de origem para seguir sua carreira.

“Pretensão de voltar ao país de origem. Juntar dinheiro e retornar ao país é o planejamento para o futuro. Quanto antes conseguir voltar melhor é.”

Com o DSC nota-se a vontade que os sujeitos possuem de retornar ao seu país, exemplificado na frase “gostaria de voltar para meu país, tenho planos para isso”. Detectou-se que quatro dos entrevistados possuem essa vontade por diferentes motivos: saudades da família que ficou no outro país, não terem alcançado os objetivos que possuíam, ter encontrado muitas dificuldades. Para esses sujeitos, o maior plano é juntar dinheiro, ou se aposentar, em um caso específico, e retomar a vida que levava em seu país.

O segundo item refere que alguns dos sujeitos possuem planos de estudar e trabalhar, rapidamente mencionado na categoria anterior. Percebe-se que essa é uma preocupação trazida na teoria dos elementos da cultura de Neto et al. (2010) que menciona a preocupação com o capital humano, oportunidade de investir na educação. No entanto, não há distinção entre gêneros, como mencionado por Kirchmeyer, Aycan e Reinhold (apud Neto et al., 2010), pois tanto homens quanto mulheres possuem interesse de estudar para alavancar sua carreira profissional.

“Pro futuro a visão é ir trabalhar em outra áreas, diferente da atual. Desistir da área de atuação incentiva voltar aos estudos e mudar de área. O planejamento futuro é crescer profissionalmente, estudar mais e ganhar dinheiro.”

O DSC mostra que a preocupação futura está na carreira profissional. Alguns pretendem voltar a estudar para trocar de área, ou ainda, tem aqueles que querem continuar no ramo que estão, mas querem crescer dentro da empresa. Nesse ponto a teoria de Macdonald (2004) acrescenta a ideia de que quando o profissional percebe a preocupação da empresa no desenvolvimento de sua carreira, ele se motiva mais a desempenhar suas atividades. Ressalta também que aqueles que pretendem mudar de ramo têm esse objetivo para aumentar sua renda e não necessariamente estejam insatisfeitos com o trabalho atual. Percebe-se que a

intenção de mudar de área leva as pessoas a voltar aos estudos e a acreditar que sem estudar dificilmente conseguirão melhorar suas carreiras profissionais.

O terceiro item dessa categoria foi definido para aqueles sujeitos que não fazem planos futuros. Como exemplo a esse item, tem-se a ideia de um dos entrevistados: “eu não gosto muito de planejar coisas muito pra frente, porque nunca da certo do jeito como que se pensa”.

“Não há planos futuros, algumas coisas acontecem sem que hajam planos. A decisão de não fazer planos é por causa da falta do tempo, para não criar expectativas, por acreditar não haver necessidade e preferir que as coisas aconteçam sozinhas.”

Quase a metade dos sujeitos não tem a preocupação de fazer planos futuros ou possuem muitos, mas nada em específico. Nesse sentido, o DSC mostra que são diversos os motivos que os levam a pensar dessa forma. Algumas pessoas preferem deixar as coisas acontecerem e aproveitar a oportunidade. Essa decisão pode ser explicada por decepções anteriores, ou seja, haviam muitos planos e esses não tiveram êxito, e, desse modo, preferem não criar mais expectativas. Há sujeitos que pensam que planejar não é sinônimo de bons resultados e preferem estar preparados para o que vier a acontecer do que fazer planos. Os mesmos acreditam que as coisas devem acontecer sozinhas. Alguns se demonstram dispostos a encarar novos desafios, analisam a situação que surge, e se, em sua percepção, for viável, se arriscam.

5. Considerações finais

Descobriu-se que estudar, busca por oportunidades de trabalho, rede de relacionamentos, melhora da qualidade de vida e dinheiro são os motivos que levam os sujeitos a saírem dos seus países de origem. Os motivos que incentivaram os entrevistados a escolherem os Estados Unidos como destino de sua mobilidade são: o estudo dos EUA, a oportunidade de trabalho existente nos EUA, rede de relacionamento nos EUA e a cultura americana. Em relação a conseguir trabalho/emprego nos EUA, há aqueles que vão sem e com planejamento. Entre as dificuldades encontradas pelos profissionais estão: cultura e idioma, pessoas e solidão, trabalho e questões legais e outros. A família, o estilo de vida e a cultura americana, o trabalho e o estudo foram mencionados como os motivos da permanência das pessoas nos país analisado. Por fim, os planos de carreira futuro são: voltar ao país de origem, estudar e trabalhar e, ainda, há sujeitos que não possuem planos.

Além desses, a pesquisa apresentou outros resultados. Entre eles está o fato de que a maioria dos entrevistados mencionou não apenas um motivo como o impulsionador para que optassem pela mobilidade geográfica. Dentre os motivos que levaram as pessoas a escolher os Estados Unidos, os mais mencionados foram a cultura americana e possuir uma rede de relacionamento no país norte-americano. Para aqueles que se mudam, sendo com ou sem planejamento, acabam permanecendo no país por mais tempo que o previsto, ou, até mesmo, decidem residir nos EUA definitivamente. Foi diagnosticado que todos os entrevistados consideraram fácil entrar no mercado de trabalho do país norte-americano. Os fatores que motivaram a ida dos sujeitos aos Estados Unidos são os mesmos mencionados como motivos de permanência no país, destacando-se a cultura americana, o trabalho e os estudos. Por fim, como planos futuros, detectaram-se a vontade de retornar ao país de origem, os planos para o trabalho, sendo tanto mudança de área quanto crescimento organizacional, e há aqueles que não fazem planos.

Referências

- Alonso, V. (2007). Aprendendo a decifrar os códigos culturais. *HSM Management* 60. São Paulo: HSM do Brasil, 1 (60).
- Direnzo, M. y Greenhaus, J. (2011). Job search and voluntary turnover in a boundaryless world: A control theory perspective. *Academy of Management Review*, 36(3), pp. 567–589.
- Freitas, M. (1991). “Cultura organizacional: formação, tipologias e impacto”. Makron Books do Brasil Editora Ltda. São Paulo.
- Freitas, M. (2002). “Cultura organizacional: identidade, sedução e carisma? ” Editora FGV. 3. Ed. Rio de Janeiro.
- Gelfand, M., Leslie, Lisa M., Keller, K., y Dedreu, C. (2010). *Cultures of conflict: how leaders and members shape conflict cultures in organizations*. Academy of Management Proceedings.
- Jannuzzi, P. (2000). “Migração e mobilidade social: migrantes no mercado de trabalho paulista”. Campinas – SP, p. 14.
- Johnson, L. (2006). Motivating employees to go above and beyond. *Harvard management update*. pp. 3-4.
- Macdonald, B. (2004). “Organizations strain to retain high performers: Tips for motivating employees”. *Canadian Manager*.

MOBILIDADE GEOGRÁFICA E CARREIRA: UM ESTUDO SOBRE PROFISSIONAIS QUE MIGRARAM PARA OS ESTADOS UNIDOS

- Neto, A., Tanure, B., y Andrade, J. (2010). Executivas: Carreira, maternidade, amores e preconceitos. *RAE – Revista de Administração de Empresas*, 9 (1).
- Piovesan, A., y Temporini, E. (1995). Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. *Revista Saúde Pública*, São Paulo, 29 (4)
- Pozas, R. (2008). *O fenômeno da distancia psicológica na percepção dos exportadores brasileiros no estabelecimento de negócios com os Estados Unidos da América. 2008*. 149f Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS.
- Reuter, C. (2011). A survey of ‘culture and finance’. *Revue de l’association française de finance*, 32 (1).
- Ridilla, P. (2002). *Motivating Employees Begins With Key People*. Air conditioning, heating and refrigeration news.
- Rodrigues, G. (2011). *Até que ponto o dinheiro motiva ou não as pessoas*. Disponível em: < http://www.rhportal.com.br/artigos/wmview.php?idc_cad=nlhfhcndk>. Acesso em: 5 de mai. 2011.



INQUIETUD
EMPRESARIAL

TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO: UN MECANISMO DE
COMPETITIVIDAD PARA LAS PYMES EN EL ESTADO DE NUEVO
LEÓN

Nora Luisa Salas de la Rosa¹
Marisela Garza Ruíz²

Para citar este artículo: Salas, N., y Garza, M. (2016). Transferencia de conocimiento: un mecanismo de competitividad para las PYMES en el Estado de Nuevo León. *Inquietud Empresarial*. Vol. XVI (1), 147-165

Fecha de recepción: 21 de octubre de 2015

Fecha de aceptación: 02 de junio de 2016

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León; San Nicolás de los Garza, Nuevo León, Mexico; Centro de Incubación de Empresas y Transferencia de Tecnología; Facultad De Ciencias Políticas Y Administración Pública.

² Universidad Autónoma de Nuevo León; San Nicolás de los Garza, Nuevo León, Mexico; Facultad De Ciencias Políticas Y Administración Pública.

Resumen

La finalidad del presente artículo de investigación es conocer actualmente las universidades transfieren conocimiento a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del Estado de Nuevo León. La metodología fue mediante la recolección de datos por fuente primaria, a través de una aplicación de encuesta presencial a los estudiantes de 9° grado de licenciatura, de las carreras de biotecnología genómica y licenciado en tecnologías computacionales (TICs). Se recopiló un total de 43 encuestas y la hipótesis fue sujeta a prueba usando el método de correlación y regresión lineal (SPSS). Los resultados afirman que la variable dependiente denominada en el concepto de transferencia de conocimiento, es un mecanismo para la adopción de innovación y competitividad para las PYMES. La evidencia empírica comprobará la relación a la vinculación entre el sector empresarial y académico, es decir, conocer si la universidad cuenta con capacidad de formación académica en transferencia de conocimiento para vincularse con las PYMES, con el objetivo de generar innovación en sus procesos y lograr ventaja competitiva. La relevancia del presente trabajo de investigación, será conocer los principales factores que actualmente se aplican en las universidades para realizar transferencia de conocimiento a las PYMES.

Palabras clave: Transferencia de conocimiento, innovación, competitividad, vinculación, PYMES.

Abstract

The objective of the present article in research is to know like currently the universities transfer knowledge to small and medium-sized enterprises (SMES) of the State of Nuevo Leon, Mexico. The methodology was through the in search of data by primary source, through a face-to-face survey application to 9th grade students of degree, careers in biotechnology genomics and degree in computational technologies (ICTs). With a total of 43 surveys, the hypothesis was subject to test using the method of correlation and linear regression (SPSS). The results have determinate that the dependent variable named in the concept of transfer of knowledge, is a mechanism for the adoption of innovation and competitiveness for SMES. Empirical evidence will check the linkage relationship between business and academia, i.e., whether the University has academic training in knowledge transfer capacity to engage with SMES, with the aim of generating innovation processes and achieve competitive advantage. The relevance of this research work, will be the main factors that currently apply in the universities to transfer knowledge to SMES.

Key words: Transfer of knowledge, innovation, competitiveness, linkage, PYMES.

Resumo

O objetivo deste trabalho de pesquisa é conhecido atualmente universidades transferir conhecimento para pequenas e médias empresas (PME) no Estado de Nuevo Leon. A metodologia utilizada foi através da recolha de dados de fonte primária através de um inquérito aplicativo-face de 9 de estudantes da classe de pós-graduação, a genômica de corrida eo grau biotecnologia no computador tecnologias (TIC). Um total de 43 inquéritos foi compilada e hipótese sujeito foi testado usando o método de regressão linear e correlação (SPSS). Os resultados afirmam que a variável dependente chamado no conceito de transferência de conhecimento, é um mecanismo para a adopção de inovação e competitividade para as PME. A evidência empírica irá verificar a conexão com a ligação entre empresas e universidades, ou seja, saber se a universidade tem uma capacidade de formação académica na transferência de conhecimento para conectar-se com as PME, com o objectivo de inovação que geram em seus processos e alcançar vantagem competitiva. A relevância desta pesquisa, vai conhecer os principais fatores actualmente aplicadas nas universidades para a transferência de conhecimentos para as PME.

Palavras chave: Transferência de conhecimentos, inovação, competitividade, colagem, PYMES.

Introducción.

En la actualidad las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son un motor importante para la economía del país, porque existen áreas de oportunidad para su crecimiento, con la implementación del desarrollo tecnológico en sus procesos, les permite figurar como empresas de alta tecnología a través de la innovación, que se genera con la aportación de conocimiento con capacidad científica y tecnológica.

Estas empresas deben emprender métodos que le ayuden a mejorar sus procesos de producción, para ser competitivas en el mercado global. Los métodos pueden ser basados sobre una línea científica, tecnológica e innovadora, que aporte nuevos conocimientos a sus procesos.

Como referencia de lo anterior, nuestro estudio se deriva de la vinculación de las PYMES con la academia, en particular con la participación de estudiantes en las actividades productivas, el cual puede ser un motor en la generación de empleo para futuros profesionistas.

Se ha observado que la anexión de egresados incorporados a las actividades productivas de las PYMES, ha sido un factor clave para generar innovación en los procesos.

Los resultados que se derivan de estas actividades aportan un valor agregado en los procesos del sector productivo, dando como resultado mayor competitividad y crecimiento económico en las empresas.

Sobre estas premisas, es necesario conocer el mecanismo de adhesión sobre la vinculación académica con el sector empresarial a través de la transferencia de conocimiento.

Por esta razón, nos basamos en los estudios de Jorge Sábato, en su propuesta de las interacciones entre políticas públicas, actividades productivas y capacidad científica y tecnológica, a lo que llamo “triángulo de Sábato”, para identificar los elementos que intervienen para el mejor funcionamiento de la vinculación académica- empresarial, llamada *technology pull*. Por otra parte, nos enfocamos al fundamento teórico, a lo establecido por Michael E. Porter, en su libro “La ventaja competitiva de las naciones”, donde nos menciona a la innovación como un elemento esencial para obtener una ventaja competitiva en las empresas, y este elemento se genera a través de la transferencia de conocimiento.

Con base a la investigación exploratoria, el estudio empírico se aplica con el método cuantitativo, aplicando un instrumento de medición a través de encuestas con la técnica de Likert a un grupo de estudiantes de la carrera de Biotecnología y Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC’s), para definir la relación que presentan sus actividades académicas con el sector empresarial, y conocer los principales factores de atención para impulsar la Transferencia de Conocimiento con elementos de innovación para el sector empresarial, vinculada a las demandas sociales y económicas del país. De esta manera, se define como variables dependientes a la cultura innovadora y competitividad académica; y la variable independiente es la transferencia de conocimiento.

La selección de la muestra, se define porque dichas áreas académicas corresponden a sectores estratégicos que presentan mayor productividad en la economía del país: el sector de Biotecnología y el sector de TIC’s.

Por lo tanto, el presente estudio aportará conocimiento para identificar los puntos de atención que las universidades deben atender en la formación académica de nivel superior, con capacidad científica dirigida a cubrir las necesidades del sector empresarial. Lo anterior permitirá la generación de empleos a los recién egresados y el alcance de una ventaja competitiva para las PYMES a nivel global.

Planteamiento del problema.

Objetivo

Conocer las actividades académicas de las universidades que realizan vinculación con las empresas para la transferencia de conocimiento.

Desarrollo de la hipótesis.

La investigación aplicada examina si las actividades académicas impartidas en las universidades se realizan conforme a las demandas del sector empresarial, lo cual se medirá como la capacidad de transferencia del conocimiento a través de vinculación con las PYMES. La innovación y competitividad se mide de acuerdo a la cultura innovadora y competitividad académica respectivamente, aplicada en las universidades para transferirlo en modo de conocimiento a dichas empresas. Por lo tanto, nuestra hipótesis se formula de la siguiente manera: el impulso para la transferencia de conocimiento de las universidades con el sector empresarial es a través de actividades sobre una cultura innovadora y competitividad académica.

A partir de una investigación exploratoria, para conocer los factores de vinculación entre el sector académico-empresarial a través de la transferencia de conocimiento, se ha definido como un proceso en el que instituciones académicas buscan colocar los resultados de sus proyectos de investigación y desarrollo (I+D) para contribuir al bienestar social. Esta actividad debe ser una parte importante de las actividades de las instituciones dedicadas a la educación e investigación debido al impacto que puede tener en sí misma y en la economía (Fundación IDEA, A. C., 2011).

Por lo tanto, uno de los objetivos para lograr el bienestar general, es un crecimiento orientado a mejorar la capacidad de incorporar conocimientos y tecnología a la estructura productiva, tanto en los productos como en los procesos productivos (Espino, 2002).

Como bienestar general, lo podemos entender como un proceso cíclico de generar beneficios en cada una de los sectores involucrados. Se puede mencionar, como ejemplo, al sector académico con la transferencia de conocimiento al sector productivo, el cual obtiene beneficios adoptando nuevas tecnologías para optimizar su nivel de producción, ofreciendo al mercado productos de vanguardia y de calidad, para lograr un crecimiento de ventas y con un impacto favorable en el sector laboral.

De forma particular, actualmente las pequeñas y medianas empresas (PYMES) han proyectado un crecimiento significativo en la economía del país, a través de la generación de empleos y el incremento del PIB. Y si nos enfocamos al Estado de Nuevo León, las PYMES muestran una participación económica importante a nivel nacional, de acuerdo a los sectores estratégicos que señala la Secretaría de Economía (SE) para esta zona geográfica. Además, la entidad cuenta con factores notables a su favor, por su ubicación en zona fronteriza, y el desarrollo de importantes Instituciones de Educación Superior, Parques Industriales y

Tecnológicos, lo que establece a Monterrey como la Ciudad del Conocimiento, como influencia en atraer mayor inversión extranjera directa a la región.

Sin embargo, un enfoque sobre la innovación en las empresas, se considera una de las principales ventajas competitivas en la competencia internacional. De acuerdo como lo señala Porter (1991), innovación es el desarrollo de un nuevo producto, nuevo proceso de producción, nuevo enfoque de comercialización y una nueva manera de organizar; que a su vez, se pretende analizar una comparativa de los distintos enfoques y teorías que se han desarrollado para definir el concepto de innovación, aplicable a las actividades de las empresas. La innovación se origina del desarrollo tecnológico y de investigación, es decir, ciencia y tecnología que nace de las instituciones de educación superior.

La innovación se define como la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores (de Oslo, M. , 2006).

En relación a Tomás (2010), en el contexto que las universidades deben generar innovaciones si quieren adaptarse a los cambios sociales, se define tres claves para los procesos de innovación en la Universidad:

- La primera clave se refiere a una atención específica al cambio y a la innovación: actualmente se solicita de la universidad, no sólo que genere el conocimiento, sino que construya en su interior una nueva cultura innovadora de la que apropiarse todo el que pasa por ella y transmitir este conocimiento y cultura a la sociedad.
- Las otras dos claves guardan relación con las TICs asociadas a la producción de conocimiento y con programas de formación permanente.

De este modo, definimos la cultura de innovación como un conjunto de asunciones, valores y comportamientos que permiten a un grupo de personas, a un departamento, a una facultad o universidad llevar a cabo innovaciones sin mayores resistencias (Tomàs, 2010).

En vista de lo anterior, concluimos que la cultura innovadora se basa en el desarrollo de una actitud favorable al cambio y a la introducción de reajustes cuando sea proceso (Beraza, 2003).

El análisis de conocer los alcances de una cultura innovadora como factor de transferencia de conocimiento al sector empresarial, a su vez, se mide el nivel de competitividad académica como variable de estudio, donde este concepto implica conocimiento, tecnología, manejo de información, destrezas; lo cual significa

eleva la calidad de los sistemas educativos y la preparación de los recursos humanos de alto nivel (Salas Perea, 2000).

Por lo tanto, la competitividad representa la incorporación del progreso técnico a la actividad productiva y de los servicios, por lo tanto, en el modelo compiten los aparatos económicos, las condiciones sociales, los sistemas educativos y las políticas de desarrollo científico y tecnológico, es decir, es la sociedad en su conjunto, quien compite y no sólo el sector empresarial (Salas Perea, 2000).

De acuerdo a las variables independientes, a las que nos referimos como cultura innovadora y competitividad académica, obtendremos en nuestro estudio el nivel de trascendencia que actualmente se aplican en las universidades para transferirse en conocimiento al sector empresarial, para la generación de innovación con alcance a una ventaja competitiva.

Pregunta de investigación.

La pregunta de investigación que se plantea es la siguiente: ¿Qué actividades impulsan la transferencia de conocimiento con el sector empresarial en las universidades?

Justificación.

El origen de las PYMES tiene dos vertientes importantes, el cumplimiento del deseo laboral para aquellos emprendedores independientes que buscan colocarse dentro del mercado actual, y otra, aquellos que establecen un negocio con el objetivo de superar cada día debido a la crisis económica. Aunque el primer caso es más afortunado al contar generalmente con recursos financieros para empezar, establecer y mantener una posición con su empresa, ambos necesitarán de conocimientos de vanguardia para competir en el mercado.

La transferencia de conocimiento es parte de la función “habilitar” del Modelo de Gestión de la Tecnología que siguen las empresas para administrar la obtención, dentro y fuera de la organización, de tecnología y recursos necesarios para la ejecución de los proyectos incluidos en su cartera de proyectos. Es una de las más importantes actividades para posicionarse dentro del mundo empresarial, siempre que sean generadoras de innovación. Partiendo que “la innovación es una actividad primordial e integradora en el quehacer de una empresa competitiva”.

Las PYMES deberán tomar en cuenta que gestionar el conocimiento especializado de su personal es una buena oportunidad de competitividad para ellas. La gestión del conocimiento se da indistintamente en empresas grandes como en medianas y pequeñas, la transferencia entonces está en función de la preparación de su personal contratado, así si una empresa desea emplear profesionales especializados el conocimiento podrá moverse dentro de la

organización de manera adecuada, pero si no cuenta con personal especializado siempre podrá obtener fuera de la organización conocimiento adecuado de la Academia para llevar a cabo sus proyectos.

Se ha observado que la falta de cultura para gestionar el conocimiento desde el interior de las organizaciones provoca que no se consoliden como empresas competentes, de acuerdo al comportamiento de las PYMES que han tenido éxito, se observa que la transferencia de conocimiento que han adquirido cuando han vinculado con la academia genera productos y procesos innovadores. Por ello, es importante establecer un diseño de vinculación para trabajarse en conjunto empresa – academia, mediante un análisis de requerimientos específicos para carreras y perfiles de egresados para el aseguramiento de competencias adecuadas y pertinentes a las necesidades de empresas en vías de consolidación y posicionamiento. El enfoque de recurso intelectual alineado con el concepto de negocio es lo primordial para que las PYMES entren a un nivel competitivo.

Marco teórico.

Transferencia de Conocimiento: Triángulo de Sábato

Los nuevos estudiosos de los procesos universitarios, entre ellos Jorge Sábato y Natalio Botana, concibieron el primer modelo moderno de la relación de Universidad Empresa-Estado mediante la interacción de una tríada denominada el Triángulo de Sábato. Este modelo nace en 1968 y en él se plantea cómo las universidades deben interactuar con su entorno. La base de su modelo es el planteamiento de la política para el desarrollo de la capacidad técnico-científica de América Latina.

Ramírez Salazar y García Val (2013) mencionan sobre la existencia de este triángulo, que asegura para la sociedad en donde, como, con quien y con qué, innovar de acuerdo a la demanda que exista, asegura el desarrollo y traza lineamientos de progresos económicos, si revisamos los vértices sugeridos por Sábato y Botana podemos entender que el vértice infraestructura científico tecnológica es el conglomerado de instituciones del sector educativo, los centros de desarrollo tecnológicos los laboratorios y demás instituciones que permanentemente se dedican a la investigación.

La investigación nace de lo anterior, como creatividad de la mente humana, porque los investigadores son quienes disparan la innovación con su poder de pensamiento y articulación de sus ideas a las necesidades del sector productivo, el vértice estructura productiva es el conjunto de bienes y servicios que pertenecen a los sectores de la economía de una respectiva región, son todas aquellas empresas que día a día ofrecen nuevas alternativas de consumo para

mejorar su productividad y competitividad, son el motor de empleo y desarrollo de un país (Ramírez Salazar & García Val, 2013).

Por lo tanto, las universidades deben contribuir en tres funciones: producción de conocimiento, transmisión del conocimiento y transferencia del conocimiento (Ramírez Salazar y García Val, 2013). Esta tercera misión es la que ahora ocupa al Sistema de las Universidades. El poder desarrollar el conocimiento útil, apropiarlo y validarlo en los usuarios finales, es lo que debe preocupar a los académicos de la actual época.

Jorge Sábato en su publicación “La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro de América Latina”, nos explica que el origen de hacer investigación tiene un impacto social, porque se desarrolla infraestructura científica-tecnológica, donde se desprenden distintos elementos, de los cuales es relevante identificarlos para abordar nuestro tema de estudio, en referencia a las actividades realizadas en las universidades para la transferencia de conocimiento a partir de la formación académica (Ramírez Salazar y García Val, 2013).

Estas actividades se desarrollan de la siguiente manera según Sábato y Botana (1970):

- a) El sistema educativo que produce en la calidad y cantidad necesaria los hombres que protagonizan la investigación: científicos, tecnólogos, ayudantes, asistentes, operarios, administradores;
- b) Los laboratorios, institutos, centros, plantas pilotos (formados por hombres, equipos y edificios) donde se hace investigación;
- c) El sistema institucional de planificación, de promoción, de coordinación y de estímulo a la investigación (Consejos de Investigación, Academias de Ciencias, etc.).
- d) Los mecanismos jurídico-administrativos que reglan el funcionamiento de las instituciones y actividades descritas en a), b) y c).
- e) Los recursos económicos y financieros aplicados a su funcionamiento.

La debilidad de la infraestructura científico- tecnológica en nuestros países proviene de la acción simultánea de varios factores negativos: sistemas educativos anticuados que en general no producen hombres creativos o los combaten; universidades tradicionales donde la investigación es considerada como una función secundaria; investigación casi nula en el sector privado y muy débil en el sector público ligado a la producción (Sábato y Botana , 1970).

Por esta razón, será conveniente medir el nivel académico que se ofrecen en las universidades actualmente, es cuestión de competitividad e innovación dirigido a la demanda productiva de las empresas.

Sábato y Botana (1970), introduce como concepto de innovación, al cual designa la incorporación del conocimiento –propio o ajeno– con el objeto de generar un proceso productivo. Es por cierto un concepto distinto al de investigación: el conocimiento transferido puede ser el resultado –directo o indirecto– de la investigación, pero puede resultar también de una observación fortuita, un descubrimiento inesperado, una intuición a–científica, una conexión aleatoria de hechos dispersos.

Por otro lado, cabe señalar, en base al Modelo del Triángulo de Sábato, los sucesos en las interrelaciones entre las actividades infraestructura científico–tecnológica con la estructura productiva de las empresas, en donde Sábato y Botana (1970) nos menciona que cuando se trata de actividades diferenciadas no sólo de acuerdo a su función sino también de acuerdo a su posición institucional (por ejemplo una empresa que no realiza actividades de investigación frente a una institución consagrada exclusivamente a tareas científicas) uno de los métodos más adecuados para desbrozar el camino por donde circulen las demandas recíprocas, parece ser el de la movilidad ocupacional, o transferencia recíproca del personal humano de uno a otro vértice.

Sobre esta premisa, si los sujetos de ambos vértices cuentan con una capacidad creadora y una capacidad empresarial, las vías de comunicación estarán necesariamente abiertas, pero sí se percibe que ambas cualidades son muchas veces inexistentes en los sujetos de uno y otro vértice, el peligro del encierro y del diálogo de sordos entre empresarios y científicos se presenta como un obstáculo muchas veces insuperable (Sábato y Botana , 1970).

Sin embargo, la clave del éxito radicaría en la movilización de inteligencias en distintos sectores de la infraestructura científico–tecnológica, motivadas por los objetivos de una política tecnológica, porque es imprescindible movilizar a la universidad relacionándola con la estructura productiva y aprovechando al máximo las tradiciones ya existentes, pero si es factible movilizar las inteligencias y voluntades a los sectores estratégicos para incorporar investigadores que estén alienados a las demandas nacionales, otorgando un sentido social a la existencia del individuo y garantizado el desarrollo de su vocación (Sábato y Botana , 1970).

A esta movilización, nos vamos a referir como transferencia de conocimiento, donde el conocimiento puede ser la base de una ventaja competitiva sostenible (Garud, 1997).

Continuando con la revisión de literatura de Sábato, nos explica el fenómeno porque se pretende introducir la tecnología en el proceso productivo de "afuera hacia adentro", casi como si fuera un "apósito" colocado sobre el proceso mismo. Por esta razón, él propone una solución basada en un esquema conceptual distinto y que pretende introducir la tecnología desde "adentro hacia afuera".

Sábato (1997) presenta una respuesta al siguiente problema específico: dada una política industrial inscrita en el marco de una cierta política económica, cómo utilizar la tecnología en forma de asegurar que su comportamiento contribuya de manera óptima a alcanzar los objetivos propuestos por la política industrial dada.

Sábato (1980) da énfasis a la ciencia, que puede desarrollarse en el ámbito aislado de una universidad, una academia, un instituto o un laboratorio, la tecnología lo hace en un espacio social muy vasto, el de las unidades de la estructura productiva, con la activa participación de muy diversos actores.

Una de sus estrategias, es el fomento de la producción de tecnología mediante acciones orientadas a fortalecer intensamente la capacidad de producción de tecnología y a promover la creación de capacidades bilaterales, multilaterales y subregionales, que oportunamente podrían llegar a articularse en una verdadera capacidad tecnológica regional (Sábato, 1980).

En referencia a las citas anteriores, concluimos la relevancia que presenta la transferencia de conocimiento hacia el sector empresarial como ventaja competitiva, en cuestión de generación de innovación en sus procesos.

Innovación como ventaja competitiva: Teoría de Porter (1991).

En este capítulo nos enfocamos al tema de la innovación como una ventaja competitiva para las empresas, donde se aborda en particular el caso de la pequeña y mediana empresa (PYME).

La PYME, se define de acuerdo al número de trabajadores que emplean, el volumen de producción o ventas, el valor de capital invertido y el consumo de energía (Hernández Flores, Paredes Cuahquentzi, y Nava Mozo, 2011).

En México, la PYME se puede definir en base a la estratificación publicada en el Diario Oficial de la Federación de 2002, donde de acuerdo al sector industrial se clasifica de 11 a 250 empleados; y para el sector comercio y de servicio se clasifica en un rango de 11 a 100 empleados (Hernández Flores, et al., 2011).

La PYME juega un papel importante de carácter social, porque sirven de soporte para el problema del desempleo, ya que representan una posibilidad de empleo para la gran parte de la fuerza de trabajo excedente que no posee una cualificación

apropiada a las exigencias de las empresas grandes (Hernández Flores, et al., 2011).

Sobre el éxito de las PYMES, Hernández Flores, Paredes Cuahquentzi, y Nava Mozo (2011) menciona que el éxito se ha mostrado con distritos industriales, aglomerados (clusters) y desarrollo local al lograr un mayor desarrollo económico y competitividad local, tomando como base el contexto empresarial –territorial-, debido a que la concentración productiva permite generar una forma de organización social y económica a través de vínculos y redes entre empresas especializadas e integradas en un ámbito local.

Sin embargo, un factor de competitividad que presentan las PYMES en el ámbito global, son las innovaciones, estas son indispensables para tener presencia en el mercado, para el desarrollo de productos nuevos y como el acceso a innovaciones de equipo, proceso y operación; ventajas logísticas derivadas de redes de distribución (Castañón Ibarra, 2005).

Sin embargo, Porter (1991) define como ventaja competitiva al resultado de una efectiva combinación de circunstancias nacionales y estrategia de la empresa, es decir, es aprovechar la oportunidad de las condiciones del país para crear un entorno donde las empresas puedan alcanzar una ventaja competitiva internacional.

Porter (1991) considera como principios importantes, en el sentido de mantener una ventaja competitiva en las PYMES a nivel global, los siguientes:

1. La ventaja competitiva se deriva fundamentalmente de la mejora, la innovación y el cambio.
2. La ventaja competitiva abarca todo el sistema de valor.
3. La ventaja competitiva se mantiene solamente gracias a mejoras incesantes.
4. Para mantener la ventaja se necesita que sus fuentes se perfeccionen.
5. Para mantener la ventaja se requiere un planteamiento mundial de la estrategia.

La clásica definición de las estrategias competitivas genéricas desarrollada por Porter (1991), que distingue entre el liderazgo en costes y la diferenciación, puede conectarse con la dimensión de la organización. La estrategia de diferenciación requiere una elevada inversión en capacidades que asegura que los productos tienen determinadas características que los consumidores valoran. Para salvaguardar la durabilidad de la diferenciación, las empresas deben constantemente desarrollar nuevas habilidades que alimenten la capacidad innovadora (Zornoza, 2010).

TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO: UN MECANISMO DE COMPETITIVIDAD PARA LAS PYMES EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN

La competitividad por una tecnología revolucionaria es más valiosa para la industria que una evolución; porque es menos probable que los destinatarios potenciales pueden lograr avances similares por otros medios (Bradley, 2013).

Debido a que las PYMES buscan mecanismos para mejorar su innovación, la utilización de la tecnología para el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos se ha convertido en el factor clave para la obtención de ventajas competitivas (Moreno Moya, Munuera Alemás, y García Pérez de Lema, 2011).

Los productos pueden tener éxito internacionalmente por su precio, por su calidad, por su diseño o, sencillamente, porque se dispone de una red comercial más amplia o sea hecho más publicidad. Pero, ¿cómo han sido posibles estos productos competitivos? ¿Cómo se han generado? La respuesta es a través de innovaciones (Escorsa Castells y Valls Pasola, 2003).

Hoy, la empresa está obligada a ser innovadora si quiere sobrevivir. Al no ser innovadora, pronto será alcanzada por sus competidores. La presión es muy fuerte, ya que los productos y los procesos tienen, en general, un ciclo de vida cada vez más corto.

Esta tendencia procede de tres aspectos fundamentales: el progreso técnico, productos actuales que desaparecen por la aparición de nuevos productos mejorados; la internacionalización de la economía; la desmasificación de los mercados, la tendencia a fabricar productos cada vez más personalizados, hechos a medida, dirigidos a mercados específicos. Esta trayectoria empuja hacia una mayor flexibilidad en los procesos productivos (Escorsa Castells y Valls Pasola, 2003).

Porter (1991) defiende que sólo tres estrategias genéricas pueden llevar el éxito de la competitividad:

- a) El liderazgo en costos, que requiere grandes instalaciones para fabricar enormes series de manera eficiente;
- b) La diferenciación, que exige crear productos que sean percibidos como únicos en el mercado;
- c) La alta segmentación, es decir, la especialización en un grupo de compradores en particular, ya sea en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico.

Tabla 1. Estrategias para empresas en sectores situados en la etapa de introducción o al principio de la de crecimiento.

		Posición tecnológica		
		Fuerte	Mediana	Débil
<i>Fuerte</i>		Liderazgo tecnológico	Liderazgo tecnológico	Estrategia de seguidor
<i>Mediana</i>		Liderazgo tecnológico	Seguidor /Nicho	Adquisición de tecnología
<i>Débil</i>		Nicho	Joint – Venture	Reconversión
<i>Posición competitiva</i>				

Fuente. Elaboración propia en base a Tecnología e innovación en la empresa, Escorsa Castells y Valls Pasola (2003).

Pueden deducirse seis estrategias (Escorsa Castells y Valls Pasola, 2003):

- Liderazgo tecnológico: requiere mantenerse en vanguardia, a través de innovaciones sucesivas en las tecnologías clave e incipientes del sector.
- Seguidor: consiste en seguir de cerca el líder, evitando los riesgos de ser el primero y los costos de la investigación. Permite alcanzar el liderazgo si la empresa es capaz de asignar más recursos económicos y humanos a la innovación o si el líder comete un error.
- Adquisición de tecnología: para empresas con fuerte posición competitiva pero débil base técnica. Se trata de comprar por los procedimientos habituales (licencias, adquisición de empresas, contratación de técnicos, entre otros).
- Nicho tecnológico: consiste en especializarse en un número limitado de tecnologías claves e incipientes, en las cuales pueda conseguir una superioridad sobre los competidores. Ampliando el nicho de forma gradual se puede pasar a una estrategia de seguidor o, incluso, de líder.

TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO: UN MECANISMO DE COMPETITIVIDAD PARA LAS PYMES EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN

- Empresa mixta (joint venture): apropiada para empresas que han logrado un invento importante en posición tecnológica fuerte y que no tienen los recursos necesarios para comercializarlo y convertirlo en una innovación exitosa.
- Reconversión. Necesaria para empresas en posiciones débiles. Se recomienda la especialización en un cierto número de tecnologías críticas y abandonar las restantes.

En el caso de Estados Unidos, García-Calderón (2013) expone que el motivo que ha deteriorado a las industrias de alta tecnología donde se ocupaban personal altamente tecnificado, y por una parte lo han deteriorado las industrias y servicios ordinarios en los cuales la mano de obra estadounidense tiene la productividad de sus pares en los países emergentes, inclusive puede ser algo superior en algunos campos, pero a un costo demasiado alto.

La competitividad se basa en saber crear unos productos, de menor costo y más rápidamente que los competidores. Por esto la estrategia de la alta dirección debe consolidar las aptitudes y las tecnologías para generar las habilidades que faculten a las distintas unidades empresariales a adaptarse rápidamente a las nuevas oportunidades generadas por los cambios.

Las empresas manufactureras pueden incrementar su competitividad, mediante la innovación y/o la mejora continua. La innovación tecnológica proporciona grandes mejoras espaciadas en el tiempo, pero sin continuidad, mientras que las técnicas de *lean manufacturing* proporcionan pequeñas y frecuentes mejoras porque agrupan técnicas que lo hacen posible. Por ello, las empresas innovadoras y, además seguidoras de esta filosofía, lograrán un ritmo de mejora y de incremento de la competitividad, óptimo y sostenido en el tiempo (Rajadell y Sánchez, 2010).

Otro argumento a favor de *lean manufacturing*, es la reducción de los costos globales (especialmente los indirectos) mientras se mantienen los estándares de calidad y disminuyen los tiempos de ciclo de fabricación. Cabe señalar que la mayoría de las aplicaciones lean manufacturing se encuentran en el entorno de fabricación en serie, línea o repetitiva, en operaciones donde se producen lotes de productos estándar a elevada velocidad y un gran volumen, moviéndose los materiales en flujo continuo (Rajadell y Sánchez, 2010).

Otra estrategia competitiva es la inteligencia competitiva. Se podría definir la inteligencia competitiva como el conjunto de conceptos, métodos y herramientas que sirven para desarrollar, de forma coordinada, las actividades de búsqueda, obtención, análisis, almacenamiento y difusión de la información relevante de

cara a la toma de decisión en la organización de acuerdo con su estrategia de actuación (Morcillo, 2003).

Apoyándose en todos estos esfuerzos, la empresa afrontará con mayor conocimiento de causa los diferentes aspectos que configuran el entorno en el que compete. Dichos aspectos son (Morcillo, 2003):

- La identificación de los nuevos competidores procedentes de otras áreas geográficas o de sectores distintos al que pertenece la empresa en cuestión (aparición de nuevos competidores que fundamentan su entrada en innovaciones radicales de tipo genérico y transversal).
- El análisis de competidores con la evaluación de los impactos derivados de sus comportamientos.
- Las oportunidades económicas propiciadas por la creación de nuevos mercados.
- Cambios producidos en el entorno y que afectan directa o indirectamente a la empresa.
- La detección de nuevas tecnologías que tienen un gran futuro por delante debido al impacto que producirán en el sistema productivo.
- El estudio de la nueva legislación y evaluación de su influencia en el desarrollo de la actividad económica y empresarial.

Si la inteligencia se limita tan sólo a la tecnología entonces los objetivos serán los siguientes (Morcillo, 2003):

- Proporcionar conocimiento oportuno sobre aquellas actividades en el ámbito de la ciencia y la tecnología que puedan tener algún efecto importante a corto, medio o largo plazo.
- Identificar y evaluar nuevos productos o procesos tecnológicos.
- Determinar nuevas oportunidades para acceder a los avances tecnológicos.
- Seguir el desarrollo de tecnologías emergentes.
- Seguir las actividades de organizaciones específicas como competidores, proveedores, entre otros.
- Proporcionar datos de carácter técnico y servicios de información.
- Contribuir a la creación de una cultura tecnológica en la organización.

En vista de lo anterior, entendemos que existe una visión de innovación como ventaja competitiva para las PYMES, en dirección de establecer alianzas de vinculación, investigación y el impulso de integrarse a la red de la cadena de valor; en donde los sectores económicos conllevan a la optimización del sistema para obtener mejores condiciones de negociación en el mercado global.

Diseño de la investigación.

El objetivo del estudio para este análisis de casos, es conocer la percepción de los estudiantes de noveno grado de la carrera de biotecnología genómica y TICs, sobre las actividades académicas que se desarrollan en las instituciones de educación superior en base a la aplicación de transferencia de conocimiento que se emprende en sus actividades, como propuesta a un proyecto de mejoras académicas para vincularse con el sector empresarial, en medición a las siguientes variables: cultura innovadora, competitividad académica y transferencia de conocimiento; fueron determinadas de acuerdo a la teoría con el objetivo de examinar la relación que existe entre dichas variables (Creswell J. W., 2013).

Por lo tanto, el resultado de nuestro análisis, aportará a los funcionarios de las instituciones de educación superior un esquema oportuno sobre la transferencia de conocimiento, de acuerdo a las actividades aplicadas actualmente. Dicha aportación servirá de base para realizar su informe anual en la clasificación del plan de mejora académico para la vinculación con el sector empresarial.

- Unidad de Análisis

Para determinar el instrumento, se inició con establecer la unidad de análisis, el cual fue la población de estudiantes de las instituciones de educación superior del Estado de Nuevo León, sobre una muestra aleatoria con las siguientes características: último grado de licenciatura y que curse la carrera de un sector estratégico (Biotecnología/TICs).

- Diseño del instrumento

Para la definición de las preguntas, el tipo de dato es de fuente primaria actitudinal que se refiere a la recopilación de datos por uno mismo, usando una escala de Likert de cinco opciones de forma descriptiva, porque esta técnica nos permite medir actitudes y comportamientos (Lévy, 2003).

- Estimación de tamaño de muestra para la investigación

Para la prueba piloto, se determinó aplicar 25 encuestas como representación de nuestra población, según el Teorema de Límite Central, para que los resultados respondan a una distribución normal y sea confiable el resultado.

El tipo de muestra será probabilística, los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados y se consigue definiendo las características de la población (Hernández Sampieri R., 2010).

Por lo tanto, se determinó una muestra de 44 encuestas para definir nuestro estudio, en base al resultado mínimo de la siguiente formula:

$$n = \frac{1.96^2 \times .834^2}{(5 \times .05)^2} = 42.75 = 43 \text{ alumnos}$$

- **Aplicación del instrumento**

La encuesta se aplicó de forma presencial a cada usuario en el aula de estudio, la cual fue diseñada en una hoja de cálculo, con la intención de facilitar su llenado y el proceso de codificación de los datos.

- **Tipo de estudio**

Es un estudio transaccional descriptivo correlacional sobre 44 casos, de acuerdo a un segmento de la población del caso, de acuerdo a Hernández Sampieri R. (2010) “una investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice y describe tendencias de un grupo o población”. Para el modelo de medición exterior, se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio.

- **Validación estadística de un instrumento**

Se recibieron las encuestas y se procedió a codificar los datos en base a las cuatro variables: Transferencia de Conocimiento (TC), Cultura Innovadora (CI) y Competitividad académica (CA). Se realizó la transferencia de datos al programa de datos estadísticos SPSS versión 22, donde se llevó las siguientes pruebas: consistencia interna, correlación, multicolinealidad y análisis factorial.

Se realizó una prueba de confiabilidad en los resultados de nuestra muestra piloto, sobre un Alfa de Cronbach mayor a .7 lo que nos indica que existe correlación entre los ítems.

Como referencia la confiabilidad es la consistencia interna de las correlaciones, y debemos tomar en consideración la existencia de otros factores de confiabilidad, los cuales son el número de encuestas y el perfil de las personas a quien se le aplica la encuesta.

El objetivo primordial del instrumento es capturar la varianza de la variable de un Likert de opciones del 1 al 5. Para el caso práctico se medirá cada variable en forma independiente.

- **Prueba de confiabilidad**

El proceso realizado para el diseño del instrumento, se llevó a cabo de la siguiente manera: se diseñó un sólo cuestionario en una hoja de cálculo, el cual se analizó cada ítem para presentarse de forma coherente sobre la unidad de análisis seleccionada, se aplicó y se recolectaron los datos sobre 25 encuestas.

Los resultados se sometieron a una prueba de consistencia interna, para la medición de confiabilidad por el Alfa de Cronbach, y posteriormente procedimos a la validación de cada ítem mediante la aplicación del Análisis factorial.

Se realizó una prueba de confiabilidad en los resultados de nuestra muestra piloto, sobre un Alfa de Cronbach mayor a .7 lo que nos indica que existe correlación entre los ítems.

Figura 1. Alfa de Cronbach para validar el instrumento para la muestra piloto.

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.748	.814	3

Fuente. Extraído del software de análisis de datos cuantitativos SPSS.

- **Prueba de correlación.**

Se observa que los valores se encuentran con un valor mayor de .5, posterior a su factorización, lo que significa que los constructos TC y CA, tienen relación entre sí y su medición es confiable. En nuestro criterio de análisis, se permite el constructo CI como variable independiente “y”, al presentar un valor de 0.429, cuya diferencia sobre el valor de .50 correspondiente al margen de error es poco relevante, lo que se considera su correspondiente factorización con el resto de las variables. Cuando la correlación nos da igual a 1, nos presenta que no se puede factorizar, esto significa que no existe nada en común con otros ítems, es decir, porque el 95% corresponde a su confiabilidad y el 5% a su margen de error. Por lo tanto, la correlación es la relación entre las variables “x” y “y”, y debe ser mayor a .50 como valor.

Figura 2. Matriz de correlaciones.

		TC	CI	CA
Correlación	TC	1.000	.429	.559
	CI	.429	1.000	.793
	CA	.559	.793	1.000
Sig. (unilateral)	TC		.016	.002
	CI	.016		.000
	CA	.002	.000	

a. Determinante = .255

Fuente. Extraído del software de análisis de datos cuantitativos SPSS.

- **Análisis factorial**

En la técnica del análisis factorial, lo que se busca es reducir dimensiones, lo cual nos referimos a la simplificación de ítems a lo mínimo, que son la esencia de la medición; y otro objetivo ha sido optimizar el instrumento, para que sea confiable. El factor agrupa la varianza en la prueba de KMO, cuando es bajo no pueden ser factorizados, a esto nos referimos a la prueba de esfericidad de Bartlett.

La reducción del número de factores en el instrumento de medición, se determinó en base a 21 ítems, donde se realizaron diversas corridas para aplicar las pruebas de validación, de las cuales se obtuvo como resultado 7 ítems que presentaban condiciones de homogeneidad, que corresponde a la validez de cada constructo y lo convierte como un instrumento válido y confiable.

La factorización resulto de la siguiente manera:

Tabla 2. Análisis factorial.

Variable	Factor	Ítems
Transferencia de conocimiento	1, 2, 3, 4 y 5	10 y 11
Cultura Innovadora	1 y 2	12, 14 y 16
Competitividad Académica	1 y 2	17 y 20

Fuente. Extraído del software de análisis de datos cuantitativos SPSS.

TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO: UN MECANISMO DE COMPETITIVIDAD PARA LAS PYMES EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN

Como conclusión, se obtuvo un instrumento con 7 ítems, en donde gracias a la técnica aplicada se presenta una optimización del 77% en base a la reducción de dimensiones, para que la encuesta sea digerible, con fácil aplicación y que su llenado sea conciso. Dichos elementos nos permiten obtener mayores datos para comprobar las teorías, sobre el análisis de correlación de variables, y podamos comprobar las hipótesis de nuestro objeto de estudio en forma eficiente y oportuna.

Figura 3. Prueba de KMO y Bartlett.

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.615
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	30.278
	Gl	3
	Sig.	.000

Fuente. Extraído del software de análisis de datos cuantitativos SPSS.

Cuando se nos presenta un mínimo en la prueba de KMO de .5 es inaceptable, por esta razón procedemos a factorizar nuevamente.

En la prueba de KMO, se tomó en consideración el valor de .6, como medida para factorizar los valores mayores a .5. Utilizamos la prueba del KMO para probar la hipótesis, en la matriz de identidad de 1 y 0.

Figura 4. Matrices anti-imagen.

		TC	CI	CA
Covarianza anti-imagen	TC	.688	.014	-.184
	CI	.014	.371	-.252
	CA	-.184	-.252	.313
Correlación anti-imagen	TC	.758 ^a	.027	-.397
	CI	.027	.598 ^a	-.739
	CA	-.397	-.739	.572 ^a

a. Medidas de adecuación de muestreo (MSA)

Fuente. Extraído del software de análisis de datos cuantitativos SPSS.

Como se puede observar, en la matriz anti-imagen, en los constructos TC, CI y CA, nos presenta una varianza mayor a .5.

En lo que respecta a la correlación, se puede observar que para los constructos CI y CA, presentan un valor menor a .6 (Prueba de KOM), de igual manera, por existir una mínima diferencia entre estos dos valores se toma en consideración como válido. Se presentaron casos, donde la correlación anti-imagen se encontraba por debajo de .5, lo que significó que ese ítem está ocasionando multicolinealidad, por lo tanto, se tomó como criterio su eliminación.

Para la correlación anti-imagen, se procedió a eliminarse las que se encuentren debajo de .5, aplicando un análisis exploratorio.

Posterior al análisis factorial, se obtuvo un instrumento con 7 ítems a partir de 3 constructos, correspondientes a cada una de las variables de estudio, en donde nos hemos referido como variables independientes a la cultura innovadora y competitividad académica, así como variable dependiente a la transferencia de conocimiento. Las tres variables corresponden a un estudio para medir el nivel de innovación y competitividad que ofrecen las instituciones de educación superior en sus planes académicos para una efectiva transferencia de conocimiento al sector empresarial.

La prueba de confiabilidad, posterior a la reducción de dimensiones del instrumento de 7 ítems, se presenta con un Alfa de Cronbach de 0.796, como se presenta a continuación:

Figura 5. Alfa de Cronbach del instrumento validado.

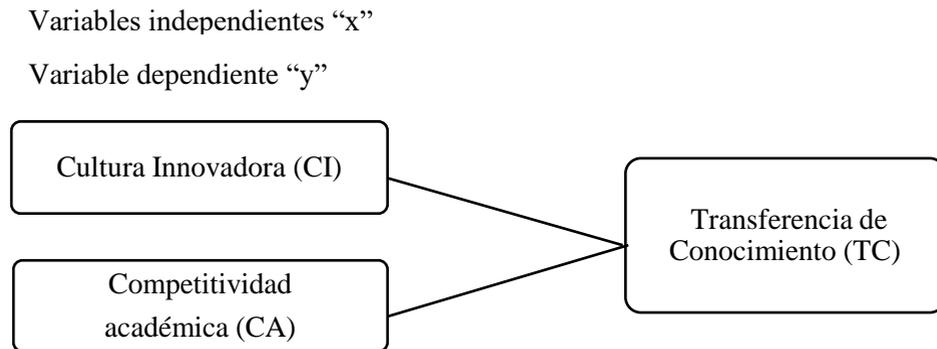
Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.796	.814	3

Fuente. Extraído del software de análisis de datos cuantitativos SPSS.

Hay que recordar, que las variables no se pueden eliminar por discreción, porque están establecidas como fundamento en el marco teórico, y la interpretación de los resultados serán establecidos en base a la teoría

Por lo tanto, las variables de estudio se representan en el siguiente modelo.

Figura 9. Modelo de variables de estudio.



Fuente. Elaboración propia.

Resultados y discusión.

De acuerdo a un análisis de correlaciones entre las variables de estudio, a las que nos referimos como Transferencia de Conocimiento (TC), Cultura Innovadora (CI) y Competitividad Académica (CA), se manifiesta que la transferencia de conocimiento en las universidades públicas sólo se aplica a través de actividades de competitividad académica, en base a que se realiza un monitoreo sobre las necesidades y la creación de nuevos campos de investigación de acuerdo a la demanda del sector empresarial.

Lo anterior, nos referimos a los resultados, donde se muestra la relación que existe entre la variable dependiente (TC) con la variable independiente (CA), con un valor por encima de 0.5, es decir, una correlación significativa. Esto significa, que en base a la competitividad académica que actualmente se aplica en las universidades, existe relación para transferir conocimiento al sector empresarial. Por lo tanto, la hipótesis se rechaza, en cuestión de la débil relación que representa la variable independiente Cultura innovadora (CI) con la variable dependiente a la que denominamos como Transferencia de Conocimiento (TC). Los resultados nos proyectan, el panorama actual en las universidades, donde existen focos de atención para estimular actividades para crear una cultura innovadora universitaria.

De tal manera, como áreas de oportunidad para impulsar una cultura innovadora en las universidades públicas, se pueden implementar los programas académicos para que los estudiantes apliquen sus conocimientos y habilidades en pro de la comunidad y la vinculación de formación profesional con las ofertas de empleo del sector empresarial.

Dichas actividades se proponen con el soporte de tendencias en innovación como el equipamiento de laboratorios y aplicación de tecnologías de vanguardia, como el uso de base de datos electrónicas para consulta de información sobre artículos científicos, propiedad intelectual, tecnologías y procesos de actualidad.

Figura 10. Análisis de correlaciones entre variables.

		TC	CI	CA
TC	Correlación de Pearson	1	.110	.579**
	Sig. (bilateral)		.476	.000
	N	44	44	44
CI	Correlación de Pearson	.110	1	.456**
	Sig. (bilateral)	.476		.002
	N	44	44	44
CA	Correlación de Pearson	.579**	.456**	1
	Sig. (bilateral)	.000	.002	
	N	44	44	44

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente. Extraído del software de análisis de datos cuantitativos SPSS.

Implicaciones prácticas

La medición de cada constructo del modelo, tiene una implicación práctica importante, ya que sirven de diagnóstico para mostrar la relevancia que presentan las actividades académicas para vincularse con el sector empresarial y para detectar áreas de oportunidad al presentar los informes de planeación académica sobre este ámbito de estudio.

Futuras líneas de investigación.

Como futura línea de investigación, sería llevar este modelo a otros contextos del sector académico, para aplicarse en distintas universidades de la región y del país. Además de establecer la relación de la transferencia de conocimiento como otro tipo de indicador para la competitividad en el sector empresarial.

Conclusiones.

En nuestro estudio, podemos concluir que actualmente existen actividades que se desarrollan en las universidades públicas para transferir conocimiento a los sectores empresariales, porque con este mecanismo se pueden lograr ventajas competitivas, como es la adopción de nuevo conocimiento para innovar en sus procesos productivos o de servicio, organizacionales, de producto y de estrategias de comercialización.

En base a los estudios del Triángulo de Sabato, se identificaron los elementos que se manifiestan en los vértices del sector académico con el sector empresarial, donde la innovación ha sido un determinante potencial. De acuerdo a la teoría de Porter (1991) nos menciona que la adopción de innovación es una ventaja competitiva para las empresas.

Se analizaron los resultados del estudio empírico, donde se encontró relación significativa únicamente sobre dos variables: la transferencia de conocimiento con la competitividad académica. Donde se excluye la variable cultura innovadora, donde no existen actividades que se apliquen en función de la transferencia de conocimiento.

Esto nos demuestra que las actividades para alcanzar una cultura innovadora, es una oportunidad para desarrollar planes de acción en las universidades, con la finalidad de ser estructuradas para aplicarse como objeto para la transferencia de conocimiento.

Para finalizar, el desafío que enfrentan las universidades en un futuro aleatorio es la construcción de una cultura en pro del cambio en toda su estructura organizacional.

Recomendaciones.

La implementación de una cultura innovadora reside principalmente en que cada universidad desarrolle su propio proceso estratégico, dentro del cual deberán sin duda, estar las siguientes actividades: sensibilizar a profesores sobre la generación de conocimiento en temas de innovación, sensibilizar a los alumnos en la importancia de ser innovadores para alcanzar el perfil de egresados que requiere la industria, planear y desarrollar proyectos pertinentes acorde a las demandas del sector empresarial, y controlar mediante seguimiento el proceso para asegurar la factibilidad del proyecto, de esta manera las universidades contarán con un modelo estratégico de innovación de acuerdo a la naturaleza de cada profesión, donde cada actividad deberá estar bien definida para cada figura establecida en el proceso organizativo.

El propósito es que ya instalado un proceso que lleve a resultados únicos, que resuelva problemáticas de la población en las que las empresas tengan una labor importante, habremos implementado una cultura innovadora que podremos transferir fácilmente desde la universidad.

Referencias.

- Beraza, M. A. (2003). Innovación en la enseñanza universitaria. *Contextos educativos: Revista de educación*, (6), 113-136.
- Bradley, S. (2013, June 6). *Models and Methods of University Technology Transfer*. Retrieved abril 13, 2014, from http://bae.uncg.edu/econ/http://ideas.repec.org/p/ris/uncgtec/2013_010.html
- Castañón, Ibarra. R. (2005). *La política industrial como eje conductor de la competitividad en la PYME*. México D.F.: Centro de investigación y docencia económicas A.C. y Fondo de Cultura Económica.
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- de Oslo, M. (2006). *Guía para la Recogida e Interpretación de Datos sobre Innovación*. Organización de Cooperación y desarrollo Económico.(OCDE). Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas.
- Escorsa Castells, P., y Valls Pasola, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Universidad Politécnica de Catalunya (Vol. 148).
- Espino, A. Y. (2002). *Comercio internacional y equidad de género*. UNIFEM.
- Fundación IDEA, A. C. (2011). *La transferencia de conocimiento, Mejores prácticas internacionales para el diseño de un programa de transferencia de conocimiento en México*. Fundación IDEA, A. C., D.F.
- García-Calderón, L. (2013). *México: el despegue (Vol. 1)*. LID Editorial.
- Garud, R. (1997). On the Distinction between know-how, know-why, and know-what. . *En Advances in Strategic Management*. Vol. 14A. Huff, J. Walsh Ed., pp. 81-101.
- Hernández Flores, E., Paredes Cuahquentzi, V., y Nava Mozo, V. (2011). *Modelo para generar un entorno competitivo local en el desarrollo de la PYME*. Tlaxcala: Universidad Autónoma de Tlaxcala, Facultad de Ciencias Económico Administrativas.

TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO: UN MECANISMO DE COMPETITIVIDAD PARA LAS PYMES EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN

- Hernández Sampieri, R. F. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Lévy, J.-P. y. (2003). *Multivariate Analysis for Social Science*. (D. Fayerman, Ed.). Madrid, España: Pearson Educación, S.A.
- Morcillo, P. (2003). Vigilancia e inteligencia competitiva: fundamentos e implicaciones. *Revista de Investigación en Gestión de la Innovación y Tecnología*, 2-10.
- Moreno Moya, M., Munuera Alemás, J. L., y García Pérez de Lema, D. (2011). La innovación en las PYMES españolas: un estudio exploratorio. *información Comercial Española*. *Revista de Economía*.
- Porter, M. E. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. (R. Aparicio Martin, Trad.) Buenos Aires, Argentina: Vergara Editor S.A.
- Rajadell, M., y Sánchez, J. L. (2010). *Lean Manufacturing. La evidencia de una necesidad*. Ediciones Díaz de Santos.
- Ramírez Salazar, M., y García Val, M. (2013). La Alianza Universidad-Empresa-Estado: una estrategia para promover innovación. *Revista Ean* 68, 112-133.
- Sábato, J., y Botana, N. (1970). *La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro de América Latina*. Instituto de estudios peruanos., 1-11.
- Sábato, J. (1980). *Desarrollo tecnológico en América Latina y el Caribe*. *Revista de la CEPAL*, 87-100.
- Sábato, J. (1997). *Bases para un régimen de tecnología, Redes*, vol. 4, núm. 10, Universidad Nacional de Quilmes Buenos Aires, Argentina, 119-137.
- Salas Perea, R. S. (2000). La calidad en el desarrollo profesional: avances y desafíos. *Educación Médica Superior*, 14(2), 136-147.
- Tomàs, M. B. (2010). *La cultura innovadora de las universidades. Estudio de casos*. Barcelona: Ed. Octaedro.
- Zornoza, C. C. (2010). Estructuras organizativas, estrategias competitivas y ventajas estratégicas de las PYMES: mercados globalizados. *Economía industrial*, (375), 89-100.



INQUIETUD
EMPRESARIAL

ÍNDICE DE VOLÚMENES ANTERIORES

Volumen XII (2)

- El Comportamiento del Mercado de Licores en el Departamento de Boyacá

Carlos Julio Rodríguez Buitrago / Gladys Yaneth Mariño Becerra

- La empresa y el Clima Organizacional

Luis Felipe Merchán

- Una Aproximación al Análisis de la Competitividad Internacional de los Sectores Productivos

Marlén Suarez Pineda

- El Administrador de Empresas y la Responsabilidad Tributaria para el Año 2012

Milton Orlando Burbano Galán

- La Palabra y la Cultura en la Organización

Rosa Nelly Pérez Martínez

- Responsabilidad Social, un nuevo componente a la luz de la Norma ISO 9001:2008 y la Guía GTC 180

Zonia Liliana Morales Ruíz

Volumen XIII (1)

- El conocimiento administrativo, retos y oportunidades en la identificación de una epistemología de la administración

Patricia Carolina Barreto Bernal

- Cultura organizacional como fuente de ventaja competitiva: el caso de la empresa Arly en Tunja – Boyacá

Danithsa Vanesa Vega Avila / Lina Margarita Santos Cardozo

- Teoría de la internalización y de los negocios internacionales: una visión desde la organización

Gina Paola Fonseca Cifuentes

- Análisis del turismo en la Provincia de Sugamuxi departamento de Boyacá

Ana Ruth Angarita Lizarazo Karen Orozco Rodríguez

- Experiencias en el uso de simuladores empresariales para la formación de administradores de empresas

Oscar Gutiérrez Molina

- Interpretación administrativa de la novela “La Caverna” de José Saramago

Jaime Ignacio Bermúdez Guerrero

Volumen XIII (2)

I. ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

- Efectos medioambientales en una contabilidad financiera dentro de una pyme, estudio de caso

Omar García Jiménez / Claudia Yazmin Medina Contreras

- Diagnóstico del área financiera del sector supermercados e hipermercados en el departamento de Boyacá.

Jorge Enrique Romero Muñoz / Diana Carolina Castelblanco Vargas / Martha Liliana Bastidas Arandia

- Responsabilidad social empresarial en el sector minero de Colombia

Jonathan Armando Bosigas Malagón / Jenny Edith Parada Camargo

- Selección de los canales de distribución del ganado vacuno en Cumarál y Barranca de Upía

Martha Lucía Vargas Bacci / Marcos Javier Castelblanco Borja / Luis Enrique Masmela Casallas

II. POLÍTICA Y SOCIAL

- El desplazamiento en Colombia; un flagelo, un estado de cosas inconstitucionales

Juan Pablo Camargo Gómez

- La Universidad Guadalajara y la igualdad de género. Propuesta

Berta Ermila Madrigal Torres / Rosalba Madrigal Torres / Elia Marún Espinosa

- El saber obrar en el mundo empresarial: por los caminos de la ética de mínimos

Jhon Jairo Losada Cubillos

Volumen XIV (1)

I. ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

- Competitividad sistémica en el sector agrícola: Una aproximación al concepto.

Germán Andrés Monroy Medina / Marlén Suárez Pinéda Yemina Paola López

- Efectos de la reforma tributaria 1607 del 2012 en el sector ganadero de Villavicencio.

Fernando Baquero Cortes / Franzury Reyes Herrera Juan Diego Suarez Rojas

- Responsabilidad Social y permanencia empresarial en pymes agrícolas: evidencia empírica en México

María De Los Ángeles Cervantes Rosas / Myrna Delfina López Noriega

- Costos ABC para producción convencional de tomate de árbol en el departamento de Boyacá.

Diana Astrid Buitrago Núñez

II. MARKETING

- El E-Comerce como un medio para aumentar la productividad en las microempresas.

Francisca Rosales Gómez / María Guadalupe Aguirre Alemán Oreste Pimentel Reyes / Daniel Ortiz Ventura

- Un factor crítico para la gestión de la innovación tecnológica. Los símbolos de poder.

Damaris Yunuen Mejía López

- El comercio electrónico como herramienta de comercialización para los empresarios.

Rosa María González López / Lilia Vázquez Martínez / Jorge Pérez Mejía

Volumen XIV (2)

I. ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

- Conocimiento del mercado de valores en las medianas y grandes empresas del departamento de Boyacá: diagnóstico y propuesta estratégica

Gina Paola Fonseca Cifuentes Lady Johanna Castaño Buitrago

- Competitividad del sector transporte intermunicipal de pasajeros en Boyacá.

Diego Armando Rodríguez Álvarez Claudia Jessenia Becerra Gualdrón

- Gestión de la innovación en pequeñas empresas. Un estudio exploratorio en Querétaro.

Damaris Yunuen Mejía López

- Fórmula Du Pont y su rentabilidad, vista desde la óptica administrativa

Omar García Jiménez

II. MARKETING Y EDUCACIÓN

- Mecanismos de influencia en el consumidor infantil de Villavicencio.

Laura Catalina Gallego Esquivel Yehimi Carolina Higuera / María Cristina Otero Gómez Wilson Giraldo Pérez

- La publicidad, una estrategia de éxito para las micro, pequeñas y medianas empresas de la región centro y suroeste del Estado de Hidalgo.

Ruth Flores Jiménez Ivette Flores Jiménez Raúl Rodríguez Moreno / Miguel Ángel Vázquez Alamilla

- Los valores en educación para el desarrollo.

Juan Manuel Zamora Mendoza / Miguel Ángel Medina Romero / Jean Cadet Odimba Onétambalako Wetsbokonda

Volumen XV (1)

I. ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

- Caracterización del área financiera en el sector industrial del departamento de Boyacá
Jorge Enrique Romero Muñoz / Danithsa Vanessa Vega Ávila

- Fase preliminar en el proceso de innovación social con los productores agrícolas y de leche del municipio de Viracachá – Boyacá

Yineth Ochoa Rodríguez

- La disciplina operativa y la microempresa

Francisca Rosales Gómez / José Luis Sánchez Leyva / José Antonio Vergara / Oreste Pimentel Reyes

- El perfil del trabajador autocontrolado

Jairo Omar Delgado Mora

II. MARKETING

- Orientación al mercado de las empresas exportadoras agroindustriales de las ciudades de Pereira y Manizales

Diana Patricia Jaramillo Parra / Luz Adriana Tabares Giraldo

- El marketing relacional en el proceso de fidelización de clientes. Caso grandes constructoras de Manizales

María Cristina Torres Camacho / Diana Cristina Jaramillo Gómez

- Distribución de la propiedad rural en el departamento del Meta por subregiones

Cristhian Julián Acosta Pardo / Jonathan Smith Hernández Moreno / María Yolanda Flórez Jiménez

Volumen XV (2)

I. FINANZAS

- La auditoría forense: un mecanismo para detectar el fraude de estados financieros en Colombia

Yaneth Zambrano Vargas

- Encadenamiento productivo, estado actual del clúster automotriz en la región de San Luis Potosí

Lucila Patricia Cruz Covarrubias / Pedro Aguilar Pérez

II. ADMINISTRACIÓN

- Prácticas de gestión humana en entidades financieras y de seguros de la ciudad de Tunja
Diana Cristina Rodríguez / Leidy Andrea Bernal Garnica / Nelly Catalina Torres Niño
- Estudio ergonómico como parte de la responsabilidad social en trabajadores del centro regional de informática de la Universidad Veracruzana, México
Patricia Martínez Moreno / María Guadalupe Aguirre Alemán / Wilfran Donaldo González José
- El trabajador auto controlado; de la teoría a la práctica
Jairo Omar Delgado Mora

POLÍTICAS ÉTICAS Y EDITORIALES

1. Publicación y autoría

La revista *Inquietud Empresarial* es una publicación científica semestral editada por la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, sede Tunja, oficina C - 247, Edificio Central. Avenida Central del Norte 39 – 115. Tunja, Boyacá, Colombia. La dirección electrónica de la revista es www.uptc.edu.co/enlaces/rinqempre, correos electrónicos: inquietud.empresarial@uptc.edu.co / revistainquietud.empresarial@gmail.com, número de telefónico: (57-8) 7405626 extensión 2507.

La revista está integrada por un Editor, un Asistente Editorial, un Comité Editorial y un Comité Científico que avalan la calidad editorial y científica de la revista. Cada miembro es evaluado cada año a partir de su productividad académica visible en otras revistas afines a la cobertura temática de esta revista.

Está dirigida a investigadores en el campo de las Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y profesionales interesados en áreas asociadas con la realidad económica, política, socio-cultural y empresarial.

La aparición de la revista es semestral y tiene como objetivo central divulgar resultados de investigaciones enmarcadas en alguna de estas tres líneas: Administración y Finanzas, Política y Economía; Marketing; concretamente se recibe en Desarrollo Organizacional, Historia Empresarial, Desarrollo Humano, Impacto Social, Teoría Administrativa, Desarrollo Empresarial, Turismo Sostenible, Desarrollo del Talento Humano, Contaduría Pública, Desarrollo Tecnológico e Innovación, Desarrollo y Gestión Empresarial, Desarrollo Social y del Potencial Humano, Desarrollo Territorial, Entidades Públicas y Medio Ambiente, Negocios y Finanzas Internacionales, Globalización, Culturas Negociadoras, Finanzas Internacionales, Procesos de Integración, Desarrollo Empresarial, Desarrollo Humano y Social.

Los artículos que recibe la revista *Inquietud Empresarial* deben ser coherentes con la normatividad nacional e internacional respecto de los derechos de autor, deben ser originales e inéditos y no pueden ser enviados simultáneamente a otras revistas académicas; no se aceptarán trabajos que hayan sido publicados previamente por otras revistas.

2. Responsabilidades del autor

El autor puede registrarse como usuario de la revista en la plataforma Open Journal System (OJS) en el siguiente enlace: http://revistas.uptc.edu.co/revistas/index.php/inquietud_empresarial/about/submissions#online Submissions y desde allí puede enviar su artículo; también puede remitir su trabajo a los correos electrónicos: inquietud.empresarial@uptc.edu.co y revistainquietud.empresarial@gmail.com. Inquietud Empresarial cuenta con normas para los autores, las que pueden ser consultadas en las versiones electrónica e impresa.

El autor acepta que su artículo sea sometido a la evaluación para su posible aprobación. Él asume la responsabilidad de las ideas contenidas en su documento; además, acoge las observaciones de los evaluadores (árbitros) y del Comité Editorial para adaptar su texto a los parámetros académicos, científicos y editoriales. El autor podrá ser consultado durante el proceso de evaluación y edición para que responda a requerimientos sobre aspectos formales y de contenido de su documento.

El autor se compromete a respetar los derechos de propiedad intelectual de terceros y cualquier violación a los derechos de autor será su responsabilidad. Si el artículo reproduce información bibliográfica, cuadros, gráficas, diagramas, ilustraciones, imágenes, etc., el autor se compromete a solicitar autorización para su uso y publicación. La revista Inquietud Empresarial, el Editor, el Comité Editorial y la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, en caso de litigio sobre violaciones de derechos de autor, hacen responsable directamente al autor, quien envió el artículo para someterlo al proceso de evaluación.

El Comité Editorial comunicará por escrito al autor o autores las razones de no aprobación del artículo enviado. Solicitará a los autores de los artículos aprobados una carta de originalidad y una autorización en la que ceden los derechos a Inquietud Empresarial y autorizan la utilización de derechos patrimoniales de autor (reproducción, comunicación pública, transformación y distribución) a la revista y a la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Recibida esta autorización, la revista y la Universidad pueden publicar el texto del artículo en formato impreso y electrónico. En el momento en que el autor cede los derechos de su artículo a la revista, ésta cuenta con los atributos legales para disponer del artículo y su difusión, según lo decida su Comité Editorial. Además, debe diligenciar los formatos de inscripción y datos del artículo.

3. Revisión por pares / responsabilidad de los revisores

Una vez recibido y leído el artículo, el Comité Editorial define si cumple con las normas técnicas establecidas por la revista, la pertinencia, la calidad científica y escritural.

Si el documento cumple con esas normas, será sometido a la revisión y evaluación por parte de dos pares lectores especializados en el área temática respectiva. Diligenciada su evaluación, los pares lectores enviarán el dictamen a través del correo electrónico de la revista. El artículo evaluado podrá tener tres (3) resultados: publicable, publicable con ajustes, no publicable; cuando este se conceptúa como publicable con ajustes, se le informa al autor, quien decide si se compromete o no a realizarlos; si no los hace, debe comunicar por escrito su decisión al Comité Editorial. El proceso de evaluación del artículo será de dos (2) meses a partir de la fecha de recibo, y los jurados tendrán un (1) mes calendario para conceptuar sobre la calidad del mismo. El Comité Editorial será quien finalmente decida la publicación o no de los artículos y el número de la edición en el que se incluirán. Cuando surjan opiniones divergentes entre los dos evaluadores, el artículo se remitirá a un tercero, para dirimir la controversia.

Estas instrucciones, que contienen el proceso de dictaminación, serán conocidas previamente por el autor, a quien también se le advertirá en forma escrita, que el proceso de evaluación de su artículo guardará estrictamente el anonimato; esto es, el autor no sabrá quién revisó su artículo, y el lector tampoco conocerá el nombre del autor (sistema doble ciego).

El Comité Editorial elige los árbitros encargados de evaluar cada artículo, estos, en su mayoría, son externos a la institución editora y no deben tener conflicto de intereses con el documento objeto de la evaluación. Si el Comité Editorial desconoce esto, el árbitro debe manifestar por escrito si tiene conflicto de intereses con la investigación en la que se enmarca el artículo y con la institución financiadora.

Existe un instrumento de evaluación de los artículos en el cual se estipula: la escala de valoración, el puntaje mínimo aprobatorio, la tipología de los artículos para señalar la que corresponda, aspectos de contenido y aspectos de forma con sus respectivos criterios de evaluación y rangos de puntaje.

El evaluador tiene la potestad de aceptar, rechazar o aprobar con modificaciones el artículo. La revista asegura la confidencialidad de los nombres de los evaluadores, resultados parciales y totales de la evaluación.

Recibir un artículo no implica compromiso de la revista *Inquietud Empresarial* para su publicación; esta será efectiva una vez emitidos los conceptos favorables por parte de los árbitros y del Comité Editorial.

El artículo aceptado con observaciones, según el criterio de los árbitros, será devuelto a su(s) autor(es) para que realice(n) las correcciones pertinentes. Una vez recibido debe ser entregado, con los ajustes, al Comité Editorial en un tiempo no mayor a diez (10) días calendario. Si sobrepasa este plazo, se recibirá el trabajo, pero será publicado en un número posterior. El artículo no aceptado será devuelto al autor o autores con las observaciones correspondientes, y no podrá ser arbitrado nuevamente.

Los autores de los artículos publicados recibirán, gratuitamente, dos ejemplares del número en el que se incluyó.

4. Responsabilidades editoriales

El Comité Editorial y el Comité Científico de Inquietud Empresarial son los encargados de elaborar las normas para los autores, definir las políticas editoriales y velar por la calidad científica y editorial.

El Comité Científico se encarga de definir los criterios de calidad académica de cada número publicado de la revista; de igual modo, presenta sugerencias al Comité Editorial y al Editor sobre aspectos por mejorar.

El Comité Editorial es el encargado de definir los parámetros de cada convocatoria, seleccionar los mejores trabajos, previa evaluación, para ser publicados, garantizando los estándares nacionales e internacionales de calidad científica. Además, puede informar sobre cualquier corrección, rectificación, aclaración o justificación de algún error cometido en el proceso de edición.

El Editor es quien recibe los artículos, los presenta al Comité Editorial, asigna árbitros y monitorea el proceso de evaluación. Además, se compromete a realizar los procesos de evaluación de modo confidencial aplicando el sistema doble ciego.

El Asistente Editorial es el encargado de acompañar todos los procesos editoriales, llevar las actas de las reuniones de los comités, elaborar los comunicados a los autores, árbitros, integrantes de los comités y, en general, a la comunidad científico-académica. Es responsable también de manejar la información de la revista y de hacer seguimiento a los procesos de depósito legal, canje, suscripciones, indexación, evaluación, edición y publicación de los artículos de cada número de la revista.

5. Ética editorial

Durante el proceso de edición de cada número, el Comité Editorial monitorea, de manera rigurosa, desde la recepción de los trabajos hasta la publicación de cada número.

La revista *Inquietud Empresarial* está pendiente de proteger la ética de la publicación científica y de sus implicados: lectores, autores, miembros de comités y revisores.

Si se falta a algún parámetro ético de publicación, la revista comunicará por escrito a la persona involucrada y a la comunidad en general las razones de lo ocurrido.

El archivo, las bases de datos y todo el expediente académico se mantendrá en reserva y se garantizará su integridad.

La revista *Inquietud Empresarial* se compromete a acatar los estándares intelectuales y éticos de una publicación científica, poniendo por encima de cualquier posibilidad de negocio la disposición de acceso abierto a la publicación.

Inquietud Empresarial, sus comités y el Editor se comprometen a publicar correcciones, aclaraciones, retractaciones y disculpas cuando sea necesario.

La revista controla permanentemente y evita el plagio y la inclusión de datos fraudulentos en la publicación, aunque la responsabilidad legal de ello recaiga sobre el autor. Consideramos relevante y necesario infundir, desde la política ética y editorial de la revista, la transparencia y la honestidad en el manejo de la información.

NORMAS PARA AUTORES

Clasificación de artículos

La revista *Inquietud Empresarial* acepta artículos originales de tipos 1, 2 y 3 según lo establecido por Publindex- Colciencias:

1) Artículo de investigación científica y tecnológica. Documento que presenta de manera detallada los resultados originales de proyectos de investigación terminados. El cuerpo del trabajo debe contener los siguientes apartados: introducción, metodología, resultados y conclusiones.

2) Artículo de reflexión. Documento que presenta resultados de investigación terminada desde una perspectiva analítica, interpretativa o crítica del autor, sobre un tema específico, recurriendo a fuentes originales.

3) Artículos de revisión. Documento resultado de una investigación terminada donde se analizan, sistematizan e integran los resultados de investigaciones publicadas o no publicadas, sobre un campo en ciencia o tecnología, con el fin

de dar cuanta de los avances y las tendencias de desarrollo de las Ciencias Administrativas, Económicas, Contables y Políticas. Se caracteriza por presentar una cuidadosa revisión bibliográfica de por lo menos 50 referencias.

4) Editorial. Documento escrito por el editor, un miembro del comité editorial o un investigador invitado sobre orientaciones en el dominio temático de la revista.

Requisitos técnicos del artículo

Los autores deberán seguir las siguientes instrucciones de estilo y presentación de las producciones:

1. La primera parte del artículo deberá contener:

- Título del artículo: de no más de 15 palabras evitando el uso de siglas, símbolos y abreviaturas
- Nombre(s) del (de los) autor(es), y correo(s) electrónico(s). En nota de pie de página, es indispensable incluir lo siguiente:
- Tipo de artículo
- Nombre del autor
- Breve CV (títulos académicos y país de origen de la institución de adscripción de cada autor)
- Nombre del grupo de investigación, si es el caso
- Filiación institucional del autor
- Origen de subvenciones y apoyos recibidos, si los hubiere

2. En la segunda parte aparecerá: resumen, palabras clave, abstract, key words. En el Resumen es necesario presentar los objetivos del artículo, un contenido breve y los resultados; la extensión será mínimo 100, máximo 200 palabras en español y en inglés. La revista introducirá un resumen en portugués. Las Palabras clave son selecciones léxicas o frases cortas que recogen semánticamente los temas o asuntos relevantes de la disertación, su número será entre 5 a 7 palabras.

3. De la tercera página en adelante, debe aparecer: introducción, cuerpo del trabajo (metodología, resultados), conclusiones y referencias bibliográficas.

Se recomienda una redacción con estilo, escrito en tercera persona, observar las reglas ortográficas generales y la tilde para las mayúsculas; las expresiones en otro idioma o voces extranjeras van en letra cursiva (p.e., ad honorem).

Las transcripciones textuales de citas van entre comillas. El cuerpo del manuscrito debe cumplir de forma obligatoria con las secciones enunciadas para cada modalidad como se explica a continuación:

La extensión del artículo debe estar entre 15 y 30 páginas que irán en formato carta. La fuente y el tamaño de la letra serán: Arial 12, interlineado 1.5 y para las citas textuales con sangría de párrafo, Arial 10, interlineado 1.0 y con márgenes en todo lado de 3 cm.

Todos los párrafos tendrán una sangría de cinco espacios; es necesario dejar un espacio en blanco entre uno y otro, y entre las diferentes secciones del artículo. Los títulos y subtítulos estarán registrados con números arábigos. Las cursivas se usarán para escribir palabras de una lengua extranjera.

Las notas de pie de página deberán aparecer en números arábigos; se emplearán únicamente para aclarar, explicar o ampliar conceptos o datos que el autor considere que deben ir por fuera del texto. Los pies de página de símbolo (*) se utilizarán para consignar el tipo de artículo, el CV breve del autor, país de origen y el grupo de investigación al que pertenece.

Las gráficas, fotografías, cuadros, etc., deben aparecer referenciados y explicados en el texto. Deben estar titulados, numerados secuencialmente y acompañados de sus respectivos pies de imagen y fuente. Se ubican luego del párrafo donde se anuncian. Es responsabilidad del autor conseguir y entregar a la revista el permiso para la publicación de figuras que lo requieren.

Orden del manuscrito. 1. Cabeza del documento: título, resumen y palabras claves en el idioma original y con traducción en inglés o español según sea el caso; 2. Cuerpo del texto; 3. Tablas, cuadros, gráficas y figuras van al final con su respectiva citación dentro del texto; 4. Anexos; 5. Bibliografía o lista de referencias en orden alfabético.

Documentos adjuntos. 1. Carta de certificación de originalidad y cesión de derechos de autor; 2. Formato de autores.

Referencias bibliográficas

La norma de estilo que establece la revista para citar y referenciar bibliografía toma en cuenta algunos aspectos de las técnicas APA actualizadas (sexta edición). Las referencias deben ser listadas, en orden alfabético, al final del documento. Para las referencias bibliográficas de revistas y/o libros, debe incluirse, en su orden: apellidos y nombres del autor, año de publicación, título del artículo (en letra redonda), lugar de publicación (seguido de dos puntos), nombre de la revista y/o libro en letra cursiva (volumen y páginas para el caso de las revistas); por ejemplo:

Para artículos

Alhama, R. (2006). “Organizaciones en aprendizaje y gestión del conocimiento”.
Revista sobre complejidad. Vol. 2, No 3.

Cuando la autoría de un texto corresponda a más de cinco autores, se consignará el apellido y el nombre del primero seguido de la expresión et al.

Para libros

Pyzdek, T. y Berger, R. (1996). “Manual de control de calidad en la ingeniería”.
McGraw Hill.

Para fuentes tomadas de internet

Debe incluirse, en su orden: título o descripción del documento. Fecha (puede ser la de publicación, actualización o de su recuperación). Dirección (URL “uniform resource locator”). Si es posible, se debe identificar a los autores; por ejemplo:

Armistead, C. (1999). “Knowledge Management and Process Performance”.
Journal of Knowledge Management. Vol. 3, No. 2. pp. 143–154. Recuperado
23/06/2013 de: [http://www.bases.unal.edu.co:2104/journals.htm?issn=13673270
&volume=3&issue=2&articleid=883677](http://www.bases.unal.edu.co:2104/journals.htm?issn=13673270&volume=3&issue=2&articleid=883677)

Es importante que todas las referencias citadas en el cuerpo del texto guarden correspondencia con la bibliografía. No es conveniente insertar en las “Referencias bibliográficas” fuentes que no fueron citadas. El comité editorial de la revista recomienda incluir en las “Referencias bibliográficas” varias fuentes actuales.

Citas bibliográficas

No se utilizarán las cursivas para las citas textuales. No obstante, cuando figuren en una cita deberá indicarse si el énfasis pertenece al original o al autor.

Las citas textuales de menos de 40 palabras deben incorporarse dentro del texto y encerrarse entre comillas inglesas. En el texto, solo se registra el apellido del autor, la fecha de publicación del libro y/o revista y el número de la página. Veamos un ejemplo de cada una de las distintas maneras de citar:

Carvajal y Zapata (2012) afirman que “Los individuos suelen ver lo que esperan ver y percibir de los productos y sus atributos de acuerdo con sus propias expectativas.” (p. 112).

[...] “Los individuos suelen ver lo que esperan ver y percibir de los productos y sus atributos de acuerdo con sus propias expectativas.” [...] Carvajal y Zapata (2012, p. 112).

Carvajal y Zapata (2012, p. 112) afirman que” Los individuos suelen ver lo que esperan ver y percibir de los productos y sus atributos de acuerdo con sus propias expectativas”. Al respecto...

Las citas textuales de 40 o más palabras se ubican en una nueva línea o renglón, en un bloque independiente, en la misma posición como un nuevo párrafo (cinco espacios desde el margen izquierdo en todos los renglones de la cita), según se señaló ya, en fuente Arial 10, interlineado 1.0 y sin comillas. Ejemplo:

También se observa en algunas ocasiones, por parte de los consumidores, la falta de claridad sobre las razones por las cuales no les resulta conveniente ingerir bebidas alcohólicas. Esto se sustenta, por ejemplo, en que recientemente se han hecho campañas que han buscado prevenir el consumo de alcohol, resaltando situaciones dramáticas o trágicas como accidentes de tránsito, muertes, entre otras; es decir, se hace con el propósito de que los consumidores de bebidas alcohólicas incrementen su nivel de conciencia sobre los efectos negativos que puede llegar a ocasionar dicha práctica. (Carvajal y Zapata, 2012, p. 122)

De esta forma, Carvajal y Zapata (2012, p. 122) plantean que:

También se observa en algunas ocasiones, por parte de los consumidores, la falta de claridad sobre las razones por las cuales no les resulta conveniente ingerir bebidas alcohólicas. Esto se sustenta, por ejemplo, en que recientemente se han hecho campañas que han buscado prevenir el consumo de alcohol, resaltando situaciones dramáticas o trágicas como accidentes de tránsito, muertes, entre otras; es decir, se hace con el propósito de que los consumidores de bebidas alcohólicas incrementen su nivel de conciencia sobre los efectos negativos que puede llegar a ocasionar dicha práctica.

En el caso de existir dos o más publicaciones del mismo autor en un mismo año, se debe agregar letras minúsculas a la fecha de publicación; por ejemplo, Stiglitz (2007a), Stiglitz (2007b).

Las comunicaciones personales (correo electrónico, grupos de discusión, conversaciones telefónicas, carteleras, etc.) se citan y se registran únicamente en el texto, pues no se escriben en la lista de referencias; por ejemplo:

García, Alejandro (Comunicación personal, 21 de septiembre del 2012)

Finalmente, vale aclarar que los anteriores requisitos para la presentación de artículos contribuyen a la uniformidad y estética en la presentación de la revista. Además, constituyen un parámetro de evaluación y selección del documento para su publicación.

ETHICAL AND EDITORIAL POLICIES FOR INQUIETUD EMPRESARIAL JOURNAL

1. Journal and authorship general orientations

Inquietud Empresarial journal belongs to School of Business Administration of the Faculty of Economic and Administrative Sciences from Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, which finances the editing and publishing of the journal. The office is located in the central building C247. The webpage link of the journal is: <http://www.uptc.edu.co/enlaces/reinquirempre>; the email address is: inquietud.empresarial@uptc.edu.co /[revista inquietud.empresarial@gmail.com](mailto:revista.inquietud.empresarial@gmail.com); the telephonenumber is: (57-8) 7405626 extension 2507.

The journal staff is constituted by an editor, an editorial assistant, an editorial committee, and a scientific committee, in charge of endorsing the editorial and scientific quality of the journal. Each one of the members is assessed every year, taking into account the visibility of his/her academic production in journals of related areas.

It is directed towards researchers in the field of Administrative, Accounting and Economic Sciences as well as scholars and professionals interested in areas associated with the economic, political, socio-cultural and business sciences.

The central objective of this semesterly publication is the disclosure of research findings framed in one of three research lines: Administration and Finance, Politics and Economics; marketing; the Editorial Committee receives contributions that provide insights into key issues in the fields of: Organizational Development, Business History, Human Development, Social Impact Theory Management, Business Development, Sustainable Tourism, Human Resource Development, Accounting, Technological Development and Innovation, Development and Management, Social Development and Human Potential, Territorial development, Public Entities and Environment, International Business and Finance, Globalization, Negotiating Cultures, International Finance, Integration Processes, Business Development, Human and Social Development.

Articles submitted to Inquietud Empresarial journal must be in accordance with national and international copyright norms, must be original and unpublished, and must not be submitted simultaneously to other academic journals; papers which have been previously published by other magazines won't be accepted.

2. Article submission and author's obligations

The author must register as user of Inquietud Empresarial's Open Journal System (OJS) in the following link: <http://revistas.uptc.edu.co/revistas/index.php/inquietudempresarial/about/submissions#onlineSubmissions>, from this platform the author may submit his/her article; the author may also submit his/her article through the journal's email addresses: inquietud.empresarial@uptc.edu.co / revistainquietud.empresarial@gmail.com. This journal has guidelines for authors, which may be consulted in the electronic and print versions.

The author accepts that his/her article will be subject to evaluation for possible publication. He/she accepts responsibility for the contents of the text; additionally, he/she receives the comments made by peer reviewers (referees) and the editorial committee in order to adjust the article to the academic, scientific and editorial criteria suggested. The author may be consulted during the evaluation and editing process to answer requirements on formal aspects and content of his/her article.

The author commits to respecting third party copyrights, given that any copyright violation is under his/her own responsibility. If the article reproduces bibliographic information, charts, graphics, diagrams, illustrations, pictures, etc., the author agrees to ask permission to use and publication. Inquietud Empresarial journal, the Editor, the Editorial Committee and Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, will make responsible the author, of the article for violations in the case of a copyright lawsuit.

The Editorial Committee will inform to the author or authors, in written form, the reasons for non-approval the sent article. It will request to the authors of the approved articles, a letter of originality and a license to assign rights to Inquietud Empresarial by completing a copyright release form, in which the author authorizes Inquietud Empresarial journal and Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia the use of his/her patrimonial rights (reproduction, public communication, transformation and distribution). With this authorization, the journal and the University may publish the article in printed and electronic form. As soon as the author assigns his/her rights of the article, to Inquietud Empresarial, the journal has the legal attributes to use and disseminate it, according to the decisions of the editorial committee.

3. Peer review / reviewer's obligations

Once the article is received and read, the Editorial Committee will determine if it has the technical standards established by the journal as the relevance, scientific and writing quality.

If the article has these standards, it will be assigned to the review and evaluation by two peers of specialized readers in the respective area. When the peers review the article, they will send their results by email. The evaluated paper may have three results: suitable for publication, suitable for publication with corrections or not suitable for publication. If the paper is evaluated as suitable for publication with corrections, the author will be informed of these and he/she must commit to developing them or decide not to do this. If the author doesn't accept the corrections, then he/she must inform the Editorial Committee of his/her decision by means of a written letter. The evaluation process will take two (2) month starting on the date of reception of the paper, and peer reviewers will have one (1) month starting to produce a concept on the academic quality of the paper. The Editorial Committee will take the final decisions on which articles will be published and the number of the edition in which they will take part. It must be clarified that when differing opinions emerge between the two academic peers; the article will be sent to a third party in order to settle the controversy.

The instructions emerging from the peer review, will be known by each author, who will be advised, in written form, that the evaluation process of his/her article will be kept in strict anonymity; that is, that the author won't know the name of the peer reviewer of his/her article, and the peer reviewer won't know the name of the author (a double-blind reviewing process).

The editorial committee is in charge of selecting peer reviewers for article evaluation. These must be external to the editing institution, and must have no conflict of interests regarding the article to be reviewed. If the reviewer has a conflict of interests with the research the article emerges from or with the mode of financing, he/she must express the reasons to the editorial committee in written form.

There is an evaluation tool of the articles that stipulates: the rating scale, the minimum score approving, the types of articles to point the appropriate aspects of content and formal aspects of their respective assessment criteria and ranges score.

The peer reviewer of each article has the authority of accepting, rejecting or approving it with modifications. The journal assures confidentiality of the names of the reviewers, total and partial results of the evaluation.

Receive an article does not mean commitment to *Inquietud Empresarial* journal for its publication; once that the peer reviewer and the Editorial committee approve the article, it will be published.

An article accepted for publication with corrections, according to peer observations will be returned to the author(s) in order to develop the pertinent

corrections. Once corrected, it must be resubmitted to the Editorial committee in a period of no longer than ten (10) calendar days. If the author exceeds the determined time period, the article will not be published. In the other hand, an article not accepted for publication will be returned to the author(s) along with the corresponding observations made by the peers reviewers, and will not be accepted for further peer review in the present journal.

The authors of the published articles in the journal will receive two free copies of the issue in which it was included.

4. Editorial obligations of the journal

The editorial committee and scientific committee of *Inquietud Empresarial* are responsible for designing the guidelines for authors, defining the editorial policies of the journal, and advocating for its scientific and editorial quality.

The scientific committee is in charge of defining the criteria of academic quality for each published issue, as well as advising the editorial committee and editor about improvements.

The editorial committee is in charge to define the parameters of each call for papers, selecting the best articles, previous evaluation, to be published, guaranteeing the national and international standards of scientific quality. Therefore, it is also in charge of highlighting any corrections, rectifications, clarifications or justifications of a possible error made in the editing process.

The Editor is who receives the articles, presenting them to the Editorial Committee, assigning peer reviewers and monitoring the evaluation process. Also, the editor agrees to do the evaluation process as confidential form applying the double-blind system.

The Editorial Assistant is in charge of overseeing all the editorial process, keeping the minutes of the committee meetings, notifying authors, peers reviewers, committee members and the scientific and academic community. The Editorial Assistant is also responsible for managing information of the journal and processes of legal deposit, exchange, subscriptions, indexing, evaluation, editing and publication of the articles in each issue of the journal.

5. Editorial ethics

During the editorial process for each issue, the editorial committee will keep strict vigil over each step of the process, from the reception of articles until the publication of the issue.

Inquietud Empresarial journal commits to safeguarding the ethics of the scientific publication and the persons implied therein: readers, authors, committee members and peer reviewers.

If any ethical publication parameter is violated, the journal will inform the implied person and the community in general of the reasons for the violation, in written form.

The archive, data bases, and complete academic file of the journal will be kept in reserve, and its integrity will be guaranteed.

Inquietud Empresarial journal commits to complying with the intellectual and ethical standards of a scientific publication, placing the publication's entitlement to open access over any business transaction.

Inquietud Empresarial journal, its committees and editor commit to publishing corrections, clarifications and excuses whenever necessary.

The journal constantly is controlling and avoiding plagiarism and fraudulent information in the publications, although the legal responsibility falls upon the author. The journal considers relevant and necessary, to promote transparent and honest information management, by means of the ethics and editorial politics of the journal.

GUIDELINES FOR AUTHORS

Classification of articles

Inquietud Empresarial journal accepts original papers of types 1, 2 and 3, established by the Colombian Research Institute, Colciencias:

- 1) Full research article. Gives a succinct account of the findings in a finished research study. The body of the text must include the following elements: introduction, methodology, results, and discussion.
- 2) Reflection article. Presents the findings of a finished research study on a specific subject matter, from an analytical, interpretative or critical perspective.
- 3) Review article. Presents the findings of a finished research study through the analysis, systematization and integration of published or unpublished research results in a given field of knowledge, accounting for new advances and trends in the development of the language sciences. This type of article registers a detailed bibliographical revision of at least 50 references.

4) Editorial. Document written by the editor, a member of the editorial committee or a visiting scholar on guidelines in the domain theme of the journal.

Formal standards for the presentations of articles

Authors always must follow the subsequent guidelines for style and presentation of work:

1. The first page must contain:

- Title of article: no more than 15 words and avoiding the use of abbreviations, symbols and acronyms
- Name(s) of author(s) and e-mail address (es). Please include the following information in a footnote:
- Type of article
- Author(s) name(s)
- Brief CV (academic titles and country of origin of institution(s) author(s) is (are) ascribed to)
- Name of research group, if applies
- Institutional affiliation of author(s)
- Origin of grants or financial support for the research; if applies

2. The second page of the article will include: abstract, key words, and translation of abstract and key words into English. The extension will be minimum 100, maximum 200 words in Spanish and English, the Abstract will present the objectives of the article, and a brief description of its content and results. The journal will add a translation of the abstract into Portuguese. The Key words are between 5 and 7 selected terms or short phrases which semantically constitute the essential topics or issues of the dissertation.

3. From the third page onward, the following items will be developed: introduction, body of the work (methodology, results and discussion), conclusions and bibliographical references.

From the third page onwards, should appear: introduction, structure of the paper (methodology, results), conclusions and references. Writing with style is recommended, written in third person, observe the general spelling rules and the accent for uppercase; expressions in another language or foreign words are in italics (eg, *ad honorem*.) The quotes are verbatim transcriptions of quotes. The body of the manuscript should mandatorily comply with sections set out for each mode as explained below:

The article length should be between 15 and 30 pages in letter format. The font and font size are: Arial 12, 1.5. Long textual quotations are indented as an entire paragraph and written using 1.0 interline spacing, Arial font, size 10, and margins on all sides of 3cm.

All paragraphs should be 5-point indented (5 spaces); it is necessary to leave a space between each other, and between different sections of the article. Titles and subtitles will be marked with Arabic numbers. Italics are used to write words in a foreign language.

Footnotes should appear in arabic numbers; these are used to clarify, explain or extend concepts or material that the author considers must be placed outside of the text. Footnotes using asterisks (*) will be used for type of article, author's data (CV), country home and research group he/she belongs.

Graphs, photographs, tables, etc., will be appropriately referenced and explained in the text. They must be titled, sequentially numbered and include figure captions describing image and source. They must be located directly after the paragraph in which they are mentioned. It is the author's responsibility to find and provide the journal with the authorization to publish the required figures.

Order of the manuscript. 1 Head of the article: title, abstract and key words in the original language with translation into English or Spanish as the case; 2. Body of the Text; 3. Tables, charts, graphics and figures are at the end with their respective citation within the text; 4. Annexes; 5. Bibliography or reference list in alphabetical order.

Attachments. 1. Letter of certification of originality and copyright assignment; 2. Layout authors.

Bibliographic References

The technical norms adopted by the journal for citation and referencing of sources of information are those of the American Psychological Association APA (sixth edition). References should be listed in alphabetical order at the end of the document. For references of journals and / or books, should be included, in order: author's last and first name, year of publication, title of the article (in bold face), place of publication (followed by a colon), name of the journal and / or book in italics (volume and page in the case of journals), for example:

For articles

Alhama, R. (2006). "Organizaciones en aprendizaje y gestión del conocimiento". *Revista sobre complejidad*. Vol. 2, No 3.

When the authoring of a paper corresponds to five authors or more, the bibliographical references must have the last name and name of the first author followed by the expression *et al.*

For books

Pyzdek, T. y Berger, R. (1996). “Manual de control de calidad en la ingeniería”. McGraw Hill.

For sources taken from internet

Should be included, in order: title or description of the document. Date (publication, update or recovery). (URL “Uniform Resource Locator”). If possible, identify the authors; for example:

Armistead, C. (1999). “Knowledge Management and Process Performance”. *Journal of Knowledge Management*. Vol. 3, No. 2. pp. 143–154. Recuperado 23/06/2013 de: [http://www.bases.unal.edu.co:2104/journals.htm?issn=13673270 &volume=3&issue=2&articleid=883677](http://www.bases.unal.edu.co:2104/journals.htm?issn=13673270&volume=3&issue=2&articleid=883677)

It is important that all references cited in the body text are commensurate with the literature. There should be inserted in the “Bibliographic References” sources that were not mentioned. The journal’s Editorial Committee should include in the “Bibliographic References” several current sources.

Quotations

Italics will not be used for citations. However, when appearing on a citation it must be indicated if the emphasis belongs to the original or the author.

The quotes in less than 40 words should be incorporated into the text and enclosed in English quotation marks. In the text, only the author’s name, the date of publication of the book and / or magazine and the page number are registered. An example of each one of the ways of citing:

Carvajal y Zapata (2012) afirman que “Los individuos suelen ver lo que esperan ver y percibir de los productos y sus atributos de acuerdo con sus propias expectativas.” (p. 112).

[...] “Los individuos suelen ver lo que esperan ver y percibir de los productos y sus atributos de acuerdo con sus propias expectativas.” [...] Carvajal y Zapata (2012, p. 112).

Carvajal y Zapata (2012, p. 112) afirman que” Los individuos suelen ver lo que esperan ver y percibir de los productos y sus atributos de acuerdo con sus propias expectativas”. Al respecto...

The quotations of 40 or more words are placed in a line or row, in a separate block in the same position as a new paragraph (five spaces from the left margin in all lines of quote), as already noted in Arial font 10, 1.0 spacing without quotes. Example:

También se observa en algunas ocasiones, por parte de los consumidores, la falta de claridad sobre las razones por las cuales no les resulta conveniente ingerir bebidas alcohólicas. Esto se sustenta, por ejemplo, en que recientemente se han hecho campañas que han buscado prevenir el consumo de alcohol, resaltando situaciones dramáticas o trágicas como accidentes de tránsito, muertes, entre otras; es decir, se hace con el propósito de que los consumidores de bebidas alcohólicas incrementen su nivel de conciencia sobre los efectos negativos que puede legar a ocasionar dicha práctica. (Carvajal y Zapata, 2012, p. 122)

Thus, Carvajal and Zapata (2012, p. 122) state that:

También se observa en algunas ocasiones, por parte de los consumidores, la falta de claridad sobre las razones por las cuales no les resulta conveniente ingerir bebidas alcohólicas. Esto se sustenta, por ejemplo, en que recientemente se han hecho campañas que han buscado prevenir el consumo de alcohol, resaltando situaciones dramáticas o trágicas como accidentes de tránsito, muertes, entre otras; es decir, se hace con el propósito de que los consumidores de bebidas alcohólicas incrementen su nivel de conciencia sobre los efectos negativos que puede legar a ocasionar dicha práctica.

If there are two or more publications by the same author in the same year, add lower case letters after the date of publication; for example, Stiglitz (2007a), Stiglitz (2007b).

Personal communications (email, discussion groups, telephone conversations, bulletin boards, etc.) are quoted and referenced only within the text, but are not included in the list of bibliographical references; for example:

García, Alejandro (Comunicación personal, 21 de septiembre del 2012)

The previous style guidelines contribute to the uniformity and aesthetic presentation of the journal. They also constitute a required parameter for evaluation and selection of the articles for publication.

INSTRUTIVOS PARA AUTORES

A Revista *Inquietud Empresarial* é uma publicação científica semestral editada pela Escola de Administração de Empresas da Faculdade de Ciências Econômicas e Administrativas da Universidad Pedagógica e Tecnológica de Colombia, sede Tunja. Está dirigida a docentes universitários, investigadores, empresários, funcionarios públicos e privados, estudantes de graduação e pós-graduação, como espaço de expressão do pensamento das Ciências da Administração, Econômicas, Contábeis e Políticas.

Tem por objeto divulgar avanços e resultados de trabalhos de investigação adiados por docentes e estudantes da Escola de Administração de Empresas e pelos integrantes dos siguientes grupos de investigação, entre outros: “Competitividad y Desarrollo Local” – CODEL, “Investigadores para el desarrollo empresarial y agroindustrial sostenible” – IDEAS, “Proyectos organizacionales para el desarrollo empresarial de la región” – PODER, “Grupo de gerencia del valor y finanzas” – GEVA, “Laboratorio de Empresa” y “Observatorio Regional de Gestión Empresarial” – MIPYME.

Os artigos postos em consideração do Comitê Editorial da Revista *Inquietud Empresarial* devem ser originais e inéditos e não podem ser enviados simultaneamente a outro órgão de difusão; conseqüentemente, aqueles textos que tenham sido publicados em outras revistas, não serão aceitados.

Os artigos devem ser apresentados conforme as técnicas de publicação estabelecidas pela revista. O processo de avaliação em sua primeira etapa realiza o Editor quem seleccionará os manuscritos que cumpram com os critérios metodológicos e de conteúdo temático da revista, se o material enviado cumpre com esas normas, será submetido a revisão e avaliação por partes de dois pares de leitores especializados na área temática respectiva; um deles será interno e outro externo a Universidad Pedagógica Tecnológica da Colombia. Diligenciada sua avaliação, os pares de leitores enviarão o parecer através do e-mail da revista.

O artigo avaliado poderá ter três (3) resultados: publicável, publicável com ajustes, não publicável; quando este se conceitua como publicável com ajustes, informa ao autor, quem decide se vai comprometer-se ou não a realizá-lo; se não fazer deve comunicar por escrito sua decisão ao

Comitê Editorial. O processo de avaliação do artigo será de máximo três (3) meses a partir da data de recibo, e os jurados terá um prazo máximo de dois (2) meses calendário para conceituar sobre a qualidade do mesmo. O Comitê Editorial será quem finalmente decida a publicação ou não dos artigos e o número da edição em que se incluirá. É de aclarar que quando surjam opiniões divergentes entre os dois leitores, o artigo se remeterá a um terceiro, para dirimir a controvérsia.

Estas instruções, que contém o processo de consideração, serão conhecidas previamente pelo autor, a quem também advertirá, em forma escrita, que o processo de avaliação de seu artigo guardará estritamente o anonimato; isto é, o autor não saberá quem revisou seu artigo, e o leitor tampouco conhecerá o nome do autor (sistema dobro cego). De outro lado, para a autorização de direitos do autor, o Comitê Editorial entrega um formato (Autorização para publicação do artigo—copyright—) ao autor para que o diligencie e se comprometa, mediante sua firma, a ceder seus direitos a revista.

Los interesados en enviar sus artículos deberán escribir al correo inquietud.empresarial@uptc.edu.co y seguir las instrucciones de formalización de datos, adjuntar el artículo y las figuras (si las contiene), y enviar la información en formato Word, no protegido. Es oportuno advertir que recibir un artículo no implica compromiso de la Revista Inquietud Empresarial para su publicación; esta será efectiva una vez emitidos los conceptos favorables por parte de los árbitros y el Comité Editorial.

El artículo aceptado con observaciones, según el criterio de los árbitros, será devuelto a su(s) autor(es) para que realice(n) las correcciones pertinentes. Una vez corregido, debe ser entregado al Comité Editorial en un tiempo no mayor a diez (10) días calendario. Si sobrepasa este plazo, se recibirá el trabajo, pero será publicado en un número posterior. El artículo no aceptado será devuelto al autor o autores con las observaciones correspondientes, y no podrá ser arbitrado nuevamente.

El Editor conserva facultades de la adecuación del artículo para la condición de requisitos, informando al autor los cambios realizados. En caso de ser rechazado el artículo, el autor recibirá comunicación por parte del Editor, dando la respectiva justificación; sin embargo, los artículos rechazados podrán ser enviados a otro evaluador a solicitud del autor.

Los autores de los artículos publicados tienen derecho a recibir un ejemplar del número de edición correspondiente.

A continuación, el Comité Editorial de la revista expone los requisitos y características que deben contener los artículos presentados para posible publicación donde se deberá dar cumplimiento a los siguientes parámetros:

Tipología de artigos

A Revista Inquietud Empresarial aceita artigos originais de tipos 1, 2 e 3 segundo o estabelecido por Colciencias:

1) Artigo de investigação científica e tecnológica. Documento que apresenta de maneira detalhada os resultados originais de projetos de investigação terminados. O corpo do trabalho deve conter as seguintes partes: introdução,

metodologia, resultados e conclusões.

2) Artigo de reflexão. Documento que apresenta resultados de investigação terminada desde uma perspectiva analítica, interpretativa ou crítica do autor, sobre um tema específico, recorrendo a fontes originais.

3) Artigos de revisão. Documento resultado de uma investigação terminada onde se analisam, sistematizam e integram os resultados de investigações publicadas ou não publicadas, sobre um campo em ciência ou tecnologia, com o fim de dar conta dos avanços e as tendências de desenvolvimento das Ciências Administrativas, Económicas, Contábeis e Políticas. Se caracteriza por apresentar uma cuidadosa revisão bibliográfica de pelo menos 50 referências.

4) Editorial. Documento escrito pelo editor, um membro do comité editorial ou um investigador convidado sobre orientações no domínio temático da revista.

Requisitos técnicos do artigo

Os autores deverão seguir instruções de estilo e apresentação das produções:

1. A primeira parte do artigo deverá conter:

- Título do artigo: de não mais de 15 palavras evitando o uso de siglas, símbolos e abreviaturas.
- Nome(s) do(s) autor(es), e e-mail(s). Em nota de rodapé da página, é indispensável incluir o seguinte:
- Tipo de artigo
- Nome do autor
- Breve CV (títulos académicos e país de origem da instituição de descrição de cada autor)
- Nome do grupo de investigação, se é o caso
- Filiação institucional do autor
- Origem de subvenções e apoios recebidos, se houver

2. Na segunda parte aparecerá: resumo, palavras chave, abstract, Key worde. No Resumo é necessário apresentar os objetivos do artigo, um conteúdo breve e os resultados; a extensão será mínima 100, máximo 200 palavras em espanhol e em inglês. As palavras chave são selecionadas léxicas ou frases curtas que recorrem semânticamente os temas ou assuntos relevantes da dissertação, seu número será entre 5 a 7 palavras.

3. Da terceira página em diante, deve aparecer: introdução, corpo do trabalho (metodologia, resultados), conclusões e referências bibliográficas.

Se recomenda uma redação com estilo, escrito em terceira pessoa, observar as regras ortográficas gerais e o acento gráfico agudo para as maiúsculas; as expressões em outro idioma ou vozes estrangeiras vão em letra cursiva (p.e., ad honoren). As transcrições textuais de citações vão entre aspas. O corpo do manuscrito deve cumprir de forma obrigatória com as seções enunciadas para cada modalidade como se explica a continuação:

A extensão do artigo deve estar entre 15 e 30 páginas que irão em formato carta. A fonte e o tamanho da letra serão: Arial 12, interlineado 1.5 e para as citações textuais com recuo de parágrafo, Arial 10, interlineado 1.0 e com márgens em todo lado de 3 cm.

Todos os parágrafos terão um recuo de cinco espaços; é necessário deixar um espaço em branco entre um e outro, e entre as diferentes seções do artigo. Os títulos e subtítulos estarão registrados com números arábicos. As cursivas serão usadas para escrever palavras de uma língua estrangeira.

As notas de rodapé da página deverão aparecer em números arábicos; se empregarão unicamente para aclarar, explicar ou ampliar conceitos ou dados que o autor considere que devem ir por fora do texto. Os rodapés da página de símbolo (*) se utilizará para considerar o tipo de artigo, o CV breve do autor, país de origem e o grupo de investigação ao que pertence.

Tabelas, quadros, gráficas e figura, se citam dentro do texto com numeração consecutiva para cada tipo, especificar o título e a fonte de elaboração seguindo o padrão da citação em APA 6ª versão (American Psychological Association). Em caso de ser elaboração própria dos autores, segue a mesma regra. É responsabilidade do autor conseguir e entregar a revista a permissão para a publicação de figuras que requerem.

Ordem do manuscrito. 1. Cabeça do documento: título, resumo e palavras chaves em idioma original e com tradução em inglês ou espanhol segundo seja o caso; 2. Corpo do texto; 3. Tabelas, quadros, gráficos e figuras vão ao final com sua respectiva citação dentro do texto; 4. Anexos; 5. Bibliografia ou lista de referências em orden alfabética.

Documento adjuntos. 1. Carta de certificação de originalidade e cessão de direitos autorais; 2. Formato de autores; 3. Formato dados do artigo.

Referencias bibliográficas

Anorma de estilo que estabelece a revista para citar e referenciar bibliografia toma em conta alguns aspectos das técnicas APA atualizadas (sexta edição). As referências devem ser listadas, em orden alfabética, ao final do documento. Para

as referências bibliográficas de revistas e/ou livros, deve incluir-se, em sua ordem: sobrenome e nomes do autor, ano de publicação, título do artigo (em letra redonda), lugar de publicação (seguido de dois pontos), nome da revista e/o livro em letra cursiva (volume e páginas para o caso das revistas); por exemplo:

Para artigos

Alhama, R. (2006). “Organizaciones en aprendizaje y gestión del conocimiento”. Revista sobre complejidad. Vol. 2, No 3.

Para livros

Pyzdek, T. y Berger, R. (1996). “Manual de control de calidad en la ingeniería”. McGraw Hill.

Para fontes tomadas de internet

Deve incluir em sua ordem: título ou descrição do documento. Data (pode ser a de publicação. Atualização ou de sua recuperação). Endereço (URL “uniform resource locator”). Se é possível, deve identificar aos autores; por exemplo:

Armistead, C. (1999). “Knowledge Management and Process Performance”. Journal of Knowledge Management. Vol. 3, No. 2. pp. 143–154. Recuperado 23/06/2013 de: <http://www.bases.unal.edu.co:2104/journals.htm?issn=13673270&volumen=3&issue=2&articleid=883677>

É importante que todas as referências citadas no corpo do texto guardem correspondência com a bibliografia. Não é conveniente nas “Referências bibliográficas” fontes que não foram citadas. O comitê editorial da revista recomenda incluir nas “Referências bibliográficas” várias fontes atuais.

Citações bibliográficas

Não será utilizadas as cursivas para as citações textuais. Não obstante, quando figurem em uma citação deverá indicar se a ênfase pertence ao original ou ao autor.

As citações textuais de menos de 40 palavras devem se incorporar dentro do texto e se encerrar entre aspas inglesas. No texto, só se registra o sobrenome do autor, a data de publicação do livro e/ou revista e o número da página. Vejamos um exemplo de cada uma das distintas maneiras de citar:

Carvajal y Zapata (2012) afirman que “Los individuos suelen ver lo que esperan ver y percibir de los productos y sus atributos de acuerdo con sus propias expectativas.” (p. 112).

[...] “Los individuos suelen ver lo que esperan ver y percibir de los productos y sus atributos de acuerdo con sus propias expectativas.” [...] Carvajal y Zapata (2012, p. 112).

Carvajal y Zapata (2012, p. 112) afirman que” Los individuos suelen ver lo que esperan ver y percibir de los productos y sus atributos de acuerdo con sus propias expectativas”. Al respecto...

As citações textuais de 40 ou mais palavras em uma nova linha ou enlance, no bloco independente, na mesma posição como um novo parágrafo (cinco espaços desde a margem esquerda em todos os enlances da citação), segundojá se sinalou, em fonte Arial 10, interlineado 1.0 e sem aspas. Exemplo:

También se observa en algunas ocasiones, por parte de los consumidores, la falta de claridad sobre las razones por las cuales no les resulta conveniente ingerir bebidas alcohólicas. Esto se sustenta, por ejemplo, en que recientemente se han hecho campañas que han buscado prevenir el consumo de alcohol, resaltando situaciones dramáticas o trágicas como accidentes de tránsito, muertes, entre otras; es decir, se hace con el propósito de que los consumidores de bebidas alcohólicas incrementen su nivel de conciencia sobre los efectos negativos que puede legar a ocasionar dicha práctica. (Carvajal y Zapata, 2012, p. 122)

Desta forma, Carvajal y Zapata (2012, p. 122) projetam que:

También se observa en algunas ocasiones, por parte de los consumidores, la falta de claridad sobre las razones por las cuales no les resulta conveniente ingerir bebidas alcohólicas. Esto se sustenta, por ejemplo, en que recientemente se han hecho campañas que han buscado prevenir el consumo de alcohol, resaltando situaciones dramáticas o trágicas como accidentes de tránsito, muertes, entre otras; es decir, se hace con el propósito de que los consumidores de bebidas alcohólicas incrementen su nivel de conciencia sobre los efectos negativos que puede legar a ocasionar dicha práctica.

No caso de existir dois ou mais publicações do mesmo autor no mesmo ano, se deve adicionar letras minúsculas a data de publicação, por exemplo, Stiglitz (2007a), Stiglitz (2007b).

As comunicações pessoais (e-mail, grupos de discussão, conversas telefônicas, cartazes, etc.) são citados e são registrados apenas no texto, não está escrito na lista de referências; por exemplo:

García, Alejandro (comunicación pessoal, 21 de septiembre del 2012)

Finalmente, se aclara que as anteriores pautas de estilo permitem uniformidade e estética na apresentação da revista. Além disso, constituem um parâmetro de avaliação do artigo.

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE ARTÍCULOS

Copyrigh

Los autores abajo firmantes autorizan a la Revista Inquietud Empresarial para publicar el texto en formato impreso y electrónico. Aceptan también que esta revista publique el texto en bases de datos nacionales e internacionales, dadas las necesidades de divulgación de los contenidos y de proyección de la revista. Además de esto, los autores del texto manifiestan:

- Que este artículo es un trabajo original, inédito y que no ha sido publicado anteriormente en formato impreso, electrónico o página web, ni aceptado ni enviado simultáneamente a otra revista.
- Que han obtenido los permisos respectivos para reproducir, en el texto, material que no es de su autoría, y que han citado la fuente del mismo.
- Que los contenidos, los links y los materiales gráficos utilizados son responsabilidad de los autores y no derivan compromisos frente a terceros por parte de la Revista Inquietud Empresarial y/o la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- Que asumen la responsabilidad conceptual y ética del artículo.

Los derechos de reproducción y reimpresión de los textos publicados en la Revista Inquietud Empresarial son de la misma; por consiguiente, es oportuno que el autor o los autores soliciten por escrito al Comité Editorial de la revista el permiso de reproducción del material publicado.

Lugar y fecha: _____ Número y Volumen de Revista _____

Nombre del artículo _____

Nombre _____ Firma _____

Nombre _____ Firma _____

Nombre _____ Firma _____

Revista Inquietud Empresarial no publicará el material hasta que haya recibido esta autorización firmada por el autor o los autores. Favor completar este documento, registrar su firma electrónica (o diligenciar, firmar y escanear) y enviar a inquietud.empresarial@uptc.edu.co / revistainquietud.empresarial@gmail.com

Revista Inquietud Empresarial / ISSN 0121-1048 / Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia / Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas / Escuela de Administración de Empresas / Avenida Central del Norte, Tunja / oficina C-343 / Teléfono (098) 7405626 Ext. 2510 - (098) 7434853 Ext. 2511.

Esta revista se terminó de imprimir en el mes de diciembre de 2016, en la imprenta de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, con un tiraje de 150 ejemplares.

Tunja – Boyacá - Colombia

INQUIETUD EMPRESARIAL

I. ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

- Emprendedor y empresario: una construcción desde la dinámica del pensamiento económico
Wilfrido de Jesús Primo Tapia
Héctor Felipe Turizo Tapia
- Flujos de efectivo futuros para empresas del sector comercial del Valle del Cauca durante el periodo 1995-2014
Gabriel Eduardo Escobar Arias
Jorge Iván Osorio Mejía
- Implicación de la confianza en la sostenibilidad empresarial
Nelson Díaz Cáceres
Luz Janeth Lozano Correa
Carlos Andrés Castaño Quintero
- Movilidad geográfica y carrera: un estudio de profesionales que emigraron a los EE.UU.
Tamara Cecilia Karawejszyk
- Transferencia de conocimiento: un mecanismo de competitividad para las pymes en el estado de Nuevo León
Nora Luisa Salas de la Rosa
Marisela Garza Ruíz



Uptc[®]
Universidad Pedagógica y
Tecnológica de Colombia



Escuela de Administración de Empresas
Formando líderes empresariales, edificando futuro