

Revista
**Universidad
Empresa &**

Facultad de Administración - Enero-Junio 2009 - Núm. 16 - Bogotá, D.C. ISSN 0124-4639

Revista indexada: inscrita en el Índice Bibliográfico Nacional (Publindex-Colciencias - Categoría C), en el Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (Latindex), Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades (Clase), y Ulrich's Periodicals Directory



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario - 1653

Univ. empresa	Bogotá (Colombia)	V. 8	Núm. 16	pp. 11-307	2009	ISSN 0124-4639
---------------	-------------------	------	---------	------------	------	----------------

Revista

Universidad & Empresa

ISSN 0124-4639

RECTOR

Hans Peter Knudsen Quevedo

VICERRECTOR

José Manuel Restrepo Abondano

SÍNDICO

Carlos Alberto Dossman Morales

SECRETARIO GENERAL

Luis Enrique Nieto Arango

CONSILIARIOS

Eduardo Cárdenas Caballero

Alejandro Sanz de Santamaría

Pedro Gómez Barrero

Jorge Restrepo Palacios

Eduardo Posada Flórez

DECANO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

Luis Fernando Restrepo Puerta

EDITOR

Rodrigo Vélez Bedoya

CO-EDITORES

Nicolás Jiménez Arévalo

Rafaél Tello Gracia

COMITÉ EDITORIAL

César Camisón Zornoza, Ph. D.

Universidad Jaume I, España

Cecilia Murcia

Universidad Autónoma de Madrid, España

Luis Arturo Rivas Tovar, Ph. D.

Instituto Politécnico Nacional de México

Eduardo Llorenz, Ph. D.

Proyecto Millenium, Buenos Aires- Argentina

Eduardo Raúl Balbi, MSc

UCES, Universidad de Ciencias Empresariales,

Buenos Aires – Argentina

Víctor Guedez

Venezuela

COMITÉ CIENTÍFICO

Luis Fernando Restrepo Puerta

Rodrigo Vélez Bedoya

Carlos Eduardo Méndez Álvarez

Carlos Eduardo Maldonado Castañeda

Leonardo Pineda Serna

Ivarth Palacios Salazar

Franciose Venezia Contreras Torres

Javier Leonardo González Rodríguez

Winston Manuel Licona Calpe

COORDINACIÓN EDITORIAL

Editorial Universidad del Rosario

CORRECCIÓN DE ESTILO

Rodrigo Díaz Lozada

DIAGRAMACIÓN

Ángel David Reyes Durán

IMPRESIÓN Y TERMINACIÓN

Informes:

Calle 14 No. 4-69 - Teléfono 297 02 00 ext. 659, 683 y 691. Correo electrónico: universidadyempresa@urosario.edu.co

Las opiniones sólo comprometen a los autores y de ninguna manera a la Universidad del Rosario.

Se prohíbe la reproducción total o parcial de los artículos incluidos en esta Revista, salvo autorización previa de los autores.

Resúmenes o Abstracts en: http://www.urosario.edu.co/FASE1/faen/inv_publicaciones.htm

CONTENIDO

EDITORIAL

6

- ***La capacité d'absorption de l'information
au service de la performance.
Application au cas de l'Intelligence
Économique (I.E) et du Management
des connaissances (K.M)*** **11**
Daniel Bretonès
Antoine Saïd
- ***Ideas de negocio para egresados
universitarios. Fases en la búsqueda
de una idea, bancos de ideas y nuevos
yacimientos de empleo en la España
del siglo XXI*** **45**
Marta Fernández González
- ***Utilización de las TIC y su impacto
en la competitividad de las empresas
latinoamericanas*** **71**
Carlos Scheel Mayenberger
Ángel Eustorgio Rivera González

Univ. empresa	Bogotá (Colombia)	V. 8	Núm. 16	pp. 11-307	2009	ISSN 0124-4639
---------------	-------------------	------	---------	------------	------	----------------

- ***Programas de posgrado acreditados: área de ciencias sociales y administrativas para una competitividad regional latinoamericana*** **94**

Rosa Amalia Gómez Ortiz

José Sánchez Gutiérrez
- ***Continuo pendular de la investigación en la administración internacional de las organizaciones: del positivismo funcionalista a la investigación cualitativa y etnográfica*** **113**

José G. Vargas Hernández
- ***Calidad del servicio en el sector alimentos en el municipio de Maracaibo*** **150**

María Cristina Useche

Fátima de Oliveira
- ***La calidad de la educación desde una perspectiva funcional*** **172**

Néstor Sanabria Landazábal

Jorge Vélez
- ***Aproximación al Valor Económico Agregado (Economic Value Added, EVA) en organizaciones públicas*** **215**

Wilson Alberto Díaz Álvarez
- ***Taxonomía, ontología y folksonomía, ¿qué son y qué beneficios u oportunidades presentan para los usuarios de la web?*** **242**

Flor Nancy Díaz Piraquive

Luis Joyanes Aguilar

Víctor Hugo Medina García

- ***Fundamentos de los comportamientos cooperativos: aportes para la construcción de una perspectiva multidisciplinar*** **262**

Andrés Guillermo Hernández Martínez

Carlos Romero Otálora

Edison Guzmán Prado
- ***Las mejores prácticas: una falacia de la modernidad*** **294**

Sergio Andrés Pulgarín Molina

Editorial

Graduando especialistas y maestros de la Dirección y la Gerencia

Un saludo muy cordial les envía el Rector de la Universidad del Rosario. En su nombre y en el de la Facultad de Administración, les felicito por la culminación de este proceso que se enmarca, sin duda, dentro de los momentos cruciales de cualquier universidad.

En este caso, como en eventos anteriores de esta índole, el CES y el Rosario se regocijan por entregar a la sociedad gentes de bien, profesionales orientados al servicio y preparados para los desafíos que se avecinan.

Se gradúan ustedes en momentos turbulentos, casi crueles. Los científicos de la complejidad hablan de momentos emergentes de alta incertidumbre, para los cuales, como señalaría Aristóteles: Se está preparado o no se está. Dicha “binariedad” confunde nuestros pensamientos y en no pocas ocasiones afecta nuestras emociones.

Un alto ejecutivo de una prestigiosa multinacional nos visitó en Bogotá en días pasados, en un momento de su conferencia manifestó: “A pesar de contar con información suficiente, con experimentados estrategas y con la tecnología que es posible adquirir, todo parece derrumbarse a nuestro alrededor”. De inmediato, el conferencista hizo una pausa de algunos segundos que parecieron siglos, luego insistió: “No sabemos que pasa, todo lo probamos y nada mejora”.

Estar preparado para tiempos de incertidumbre implica idoneidad para observar, para intuir, para crear, para proponer sobre la marcha, para reaccionar. En tiempos de incertidumbre, que son casi todos en la vida de la empresa,

el hombre numérico pasa a segundo plano. Bajo incertidumbre, el mundo deriva en lo subjetivo y se privilegia la interpretación sobre el cálculo. En momentos de penumbra se emancipa lo cualitativo, recuperando el espacio que le arrebató el número y le quitó la exactitud, espacio que le despojó la racionalidad pura; escenario que le saquearon el fundamentalismo cartesiano y los dogmatismos matemáticos.

La discontinuidad, y con ella la imposibilidad de predecir, retornan para desafiar a las ciencias sociales y para llamar la atención sobre la forma de abordarlas. En ellas no hay proyección que valga, no existe correlación que ayude a explicar ningún evento, no hay análisis multivariado que dilucide fenómeno alguno.

Solo el poder de la intuición, entendida como el subconsciente bien informado, permite entenderse con lo emergente, solamente el estar formado para percibir la complejidad, ayuda a protegerse contra lo impredecible, que en la vida de la empresa es casi todo. Con el poeta Machado se aclara la situación, tratándose del mundo de la empresa, solo hay un enunciado que vale: “Caminante no hay camino, se hace camino al andar”.

Señores especialistas: las empresas donde ustedes trabajan podrán ser lugares amables donde la autorrealización sea un estado posible; o podrán ser campos de concentración contemporáneos donde si bien no se mata el cuerpo, se destruye el alma, o podrán ser lugares de paso o sitios donde se espera desarrollar un plan de vida, podrán estar caracterizadas de cualquiera otra forma, pero siempre serán organismos vivos, creados por seres vivos que se emocionan, que engendran sentimientos y pensamientos, que tienen voluntad e intención, que pueden, si quieren, articular la intención y la voluntad a la acción. Por ello, una característica de los seres vivos, que evolucionan, es la posibilidad de diseñar y poner en marcha construcciones sociales que transforman el ambiente, que modifican la realidad.

Desde la empresa, constructo humano por excelencia, es entonces posible modificar la realidad colombiana. La empresa no nace para adaptarse a realidades, no podemos seguir equivocando su misión. Se construye para modificar esas realidades y son los seres vivos, entrenados para tal fin, quienes lo logran, cambian con ello el “status quo” y apoyan así la inclusión social.

Quisiera referirme a quienes se gradúan como especialistas en administración: los administradores son trabajadores sociales, diseñan organizaciones de alto desempeño y las preparan para enfrentar la incertidumbre, las enriquecen para poder navegar al borde del caos. En ese diseño incluyen con delicadeza y perfección lo subjetivo, al número le dan un lugar exacto y una importancia precisa, es decir, lo consideran un caso particular. Lo cualitativo es el eje de su gestión, la interpretación está en primer nivel, la percepción es la *prima donna* y la intuición, leal subalterna. La construcción de la empresa rumbo al desarrollo se plasma en la acción, se logra en el presente siempre eterno, rumbo a un futuro incierto y lleno de sombras que se van despejando en la medida en que la percepción se perfecciona. El futuro se construye desde el presente, en la acción, plagada de incertidumbre y riesgo. Sé que están preparados para ello, sé también que lo lograrán.

Tómense la dirección de las empresas, para ello estudieron y para ello deben prepararse continuamente. Tómense la dirección de las empresas, ese es su desafío y una vez en el vértice, no olviden que tienen en sus manos un organismo que exhibe vida, propicio para la inclusión social. Tendrán en sus manos y en sus mentes el fenómeno más importante de estos últimos dos siglos, en el cual reposa buena parte de la felicidad de las personas. No olviden la importancia de la administración, aquella disciplina universal que permite convertir la complejidad en resultados. Compórtense como administradores para que puedan ayudar a otros a hacer las cosas bien.

No olviden que administrar significa servir, servir hasta que duela, como diría Santa Teresa de Calcuta.

Y es en esta perspectiva del servicio, que ustedes, los especialistas en mercadeo, tienen que afrontar el principal y mayor desafío. Me refiero a la transformación, no solo de los modelos mentales imperantes en este campo, también deben luchar para que se logren nuevas concepciones de la organización, la cual no soporta más tratamientos mecánicos ni causales. No permitan más investigaciones de mercados que pregunten sobre lo obvio olvidando lo potencial y lo emergente. El mercadeo, función de la empresa por excelencia, no debe operar más sobre especulaciones provenientes de modelos lineales, es menester repensarlo para evitar caer en lugares comunes que generan imitación y convergencia estratégica, destructoras de valor y de esperanza. Como enseñan Markides y Natterman: “En vez de preguntar al cliente, es necesario escucharlo en sus intimidades, en sus emociones, en sus perspectivas, en sus anhelos”. Cuando se habla del cliente y se quieren explorar sus pensamientos es mejor recurrir al fresco lenguaje de la poética que al tratinado simbolismo hegemónico de la investigación de mercados, la cual provoca vacíos y destrucción de valor para la sociedad, desorienta a la organización y casi siempre la lleva a sitios poco singulares. Recuerdo las palabras del presidente de la Ford plasmadas en su carta de despedida: “Buena parte de mi fracaso lo debo a mi incompetencia, alguna parte, al menos, se debe a todos aquellos que, de buena fe, me mostraron, sin éxito, cómo se comportaba el mercado. Recomendando a mis sucesores hablar mucho, mirar más y calcular menos”.

Como diría Omar Castillo en su obra poética *Los años iniciales en el vacío* (2001-2008): “Échale semillas al habla para que pueda ser interpretada la realidad”.

Harta responsabilidad la de ustedes, ingente la tarea que les espera, arduo el reto. Se trata de avanzar por los ca-

minos trillados de la historia colombiana para reconvertirla y, al hacerlo, reconstruir nuestro tejido empresarial, hacerlo más singular, más orientado a mercados sofisticados, más contundente en la oferta, para alejarlo de los lugares comunes que nos han convertido en una nación poco estratégica, dependiente de los vaivenes externos, con profundos conflictos éticos y morales. Un país donde la generalidad de las organizaciones, según Jorge Etkin, son espacios donde se privilegian los resultados y solo se piensa en el modo de ampliar los espacios de poder, empresas donde prevalece la idea de vencer a cualquier costo, tomando el éxito como medida de lo correcto; la empresa pierde, de esta manera, su carácter de entidad social.

Quisiera finalizar esta intervención utilizando palabras de Cicerón, que reflejan, a mi juicio, el espíritu de las ciudadanas y ciudadanos que hoy graduamos: “Honor y gloria al que arriesga, satisfacciones sin cuento para el que logra y loa sin fin para el que piensa; pero memoria eterna para el que todo lo hace en pro de la sociedad”.

Muchas gracias,

Fernando Restrepo Puerta
Decano
Facultad de Administración