

Revista
**Universidad
&
Empresa**

Facultad de Administración - 2006 - Núm. 11 - Bogotá, D.C. ISSN 0124-4639

Revista indexada: inscrita en el índice bibliográfico nacional (PUBLINDEX-COLCIENCIAS) y en el sistema regional de información en línea para revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (LATINDEX)



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario - 1653

Univ. empresa	Bogotá (Colombia)	V. 5	Núm. 11	pp.15-369	2006	ISSN 0124-4639
---------------	-------------------	------	---------	-----------	------	----------------

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

Reinaldo Cabrera Polanía

Pedro Gómez Barrero

Jorge Restrepo Palacios

Sergio Rodríguez Azuero

Eduardo Posada Flórez

**DECANO FACULTAD
DE ADMINISTRACIÓN**

Luis Fernando Restrepo Puerta

EDITOR

Rodrigo Vélez Bedoya

COMITÉ EDITORIAL

Omar Aktouf, Ph. D.

Universidad de Montreal, Canadá

César Camisón Zornoza, Ph. D.

Universidad de 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

COMITÉ CIENTÍFICO

Luis Fernando Restrepo Puerta

Rodrigo Vélez Bedoya

Carlos Eduardo Méndez Álvarez

Manuel Alfonso Garzón Castrillón

Winston Licon Calpe, Ph.D.

Diego Fernando Cardona

COORDINACIÓN EDITORIAL

Editorial Universidad del Rosario

CORRECCIÓN DE ESTILO

Maria Claudia Ríos Echeverri

DIAGRAMACIÓN

Margoth C. de Olivos

IMPRESIÓN Y TERMINACIÓN

Servigraphic Ltda.

Informes:

Calle 14 No. 4-69 - Teléfono 297 02 00 ext. 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.

Tarifa Postal reducida Adpostal Núm. 220. Vence 31 de diciembre de 2007.

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

C O N T E N I D O

EDITORIAL	6
------------------	----------

- ***Mujeres y dinámica emprendedora:
un estudio exploratorio*** **15**

José Ernesto Amorós Espinosa,
Olga Pizarro Stiepoviæ

- ***Estructuras de organización y competencias
de los órganos de fiscalización en países
desarrollados y su comparación con el
caso de México*** **33**

Luis Arturo Rivas Tovar,
Blanca Leticia Ocampo García De Alba

- ***El liderazgo empresarial para la innovación
tecnológica en las micro, pequeñas
y medianas empresas*** **62**

Rosa Amalia Gómez Ortiz

- ***Implicaciones de la firma del Tratado
de Libre Comercio entre Colombia
y los Estados Unidos*** **92**

Olivier Guyottot

Univ. empresa	Bogotá (Colombia)	V. 5	Núm. 11	pp. 15-369	2006	ISSN 0124-4639
---------------	-------------------	------	---------	------------	------	----------------

• <i>El método de casos como herramienta transformadora de la sociedad</i>	109
Eduardo J. Rosker	
• <i>Modelo matemático para la construcción de índices de diferenciación estratégica</i>	123
Gabriel Turbay Bernal	
• <i>The Connectivity Agenda. Five years of success in Colombian e-gov initiatives</i>	142
Diego Fernando Cardona	
• <i>Bioética, empresa y administración</i>	163
Carlos Hernán Pérez Gómez	
• <i>El modelo ecuménico para la comprensión organizacional. Una propuesta teórica favorable a la comprensión del sistema cognoscitivo propio de la administración y de su construcción como disciplina</i>	182
Mauricio Sanabria R.	
• <i>La administración y el origen de la concepción instrumental del hombre en la sociedad moderna</i>	237
Juan Javier Saavedra Mayorga	
• <i>Modelización de sistemas complejos para la comprensión organizacional. Una exploración del objeto de estudio/ intervención de la gestión</i>	263
Andrés Guillermo Hernández Martínez	
• <i>¿Empresa o mitos? Elementos comunes de las empresas más antiguas del mundo. La importancia de la desmitificación</i>	303
Hugo Alberto Rivera Rodríguez	
• <i>Globalización. Homogenización o fragmentación</i>	315
Fernando Chavarro Miranda, Gisele Eugenia Becerra	

- ***Responsabilidad social empresarial y
global reporting initiative*** **351**
María Andrea Trujillo Dávila,
Manuela Trujillo Dávila,
Alexánder Guzmán Vásquez

E d i t o r i a l

Viviendo en la sociedad de la comprensión

Esta edición que ponemos en consideración de nuestros lectores corresponde al número 11 de la serie Universidad & Empresa. Se caracteriza por la variedad de asuntos tratados y por el número considerable de aportaciones realizadas por los investigadores de nuestras redes internacionales, especialmente iberoamericanas.

Un estudio de género sugestivo y provocador nos permite irrumpir con la edición número 11 de nuestra revista. Hugo Rivera presenta un trabajo sobre empresas que han perdurado por siglos y cuentan con características comunes, cuyo detalle va más allá de lo curioso para ubicarse en lo referente. Rosa Amalia se refiere a las Pymes con la fortaleza académica, pero también la donosura que sólo la mujer refleja en sus trabajos. Algo más sobre globalización con el acento que le ponen los investigadores de nuestra facultad y una serie de trabajos relacionados con responsabilidad social, gobierno electrónico, que sin ser el fuerte de la facultad lo es del investigador, y una incursión en bioética relacionada con la empresa y la administración es el aporte de Carlos Hernán Pérez, desde sus estudios doctorales.

Universidad & Empresa plasma los esfuerzos de los investigadores de los diferentes grupos de la Facultad de Administración y de los investigadores que conforman su red internacional. Aspiramos a entregar en cada número lo mejor de nuestros avances y creo que en el próximo estaremos listos para publicar el primer albor relacionado con perdurabilidad.

Dirección entendida como estrategia, liderazgo y realidad es parte de nuestra preocupación, perdurabilidad de las empresas es nuestro objeto de estudio, investigación pertinente es nuestro mayor desafío.

La administración, disciplina universal que convoca otras disciplinas para tratar de entender la complejidad inherente al fenómeno empresarial, que no desprecia conocimiento alguno, que cuenta con todos los saberes para aportar salidas al complejo mundo empresarial, utiliza el rigor de la investigación para convertir el conocimiento en comprensión de los fenómenos. Entendiendo que vivimos en la era de la complejidad, la generación de conocimiento y su gestión se torna insuficiente para solucionar problemas ubicados en el terreno de la incertidumbre fruto de la inestabilidad de los sistemas, sean ellos sociales, económicos, tecnológicos, empresariales o de cualquier tipo. Por ello, el pensamiento complejo, la teoría del caos, la dinámica de sistemas y las TIC que apoyan la causa, permiten avanzar hacia la nueva sociedad de la comprensión. La empresa debe ser comprendida: en la gestión del conocimiento, la empresa sólo se conoce, lo cual ha sido absolutamente insuficiente para solucionar los graves problemas que comprometen su supervivencia. Epidemiología empresarial fundamentada en pensamiento sistémico y apoyada en TIC para la comprensión de los sistemas complejos, espera a los grupos de la facultad.

Con lo anterior abrimos un nuevo camino a la investigación a nivel doctoral en administración y en general sobre los fenómenos empresariales aún incomprendidos y peor explicados. Se abre camino una nueva teoría de la firma, basada más en la comprensión de fenómenos que en su presumible explicación, fundamentada más en la nueva sociedad de la comprensión, característica de la era de la complejidad, y menos soportada por el conocimiento como máxima expresión del análisis y antesala de la síntesis. Como diría Mintzberg alimentado, tal vez, por Forrester: “En el mundo actual, mundo del análisis, existe muy poca síntesis”; yo agregaría: “si queremos comprender fenómenos complejos como la empresa, es menester menos análisis y más síntesis. Gestionar el conocimiento para mejorar productos o procesos es una ilusión si no comprendemos esos productos y esos procesos. Con el análisis conocemos el fenómeno, con la síntesis lo comprendemos en su estructura, en sus relaciones, en sus conexiones y

sus realimentaciones, las cuales generan bucles de desarrollo impredecible. La empresa espera más síntesis y menos análisis. Y aunque suene duro: menos conocimiento (que a veces no lo es tanto) y más comprensión sobre su salud y enfermedad.

Los grupos de investigación de la facultad emprenderán este camino y con ello esperan facilitar la vida de los responsables de las empresas y, por ende, aportar al crecimiento social, económico y tecnológico de la nación que, al final, es lo que nos preocupa.

Breves reflexiones sobre una teoría de empresa en la era de la comprensión

Estas líneas, un tanto desarticuladas, obedecen a una reflexión somera sobre la empresa. Para la facultad y sus grupos de investigación está por llegar la “nueva teoría de la firma”, que, desde la administración, intenta generar conocimiento y comprensión sobre el fenómeno social más importante de este tiempo, pero también menos explicado. No es una postura exhaustiva, sí lo es epidérmica, pero espera servir como punto de partida para ulteriores convergencias epistemológicas sobre este delicado y polémico asunto. Lo hago más como un aporte a la coyuntura que como una aproximación completa. Y como se dice por ahí: “El documento sólo compromete al autor”. Además, se notará que cada enunciado permite, por sí mismo, un escrito en profundidad.

La empresa

La palabra viene del latín “*coeptum*” que significa “Proyecto”, y tiene en *conatum* una importante acepción que significa “esfuerzo humano”. Estamos frente a un “constructo humano” en cuanto proyecto, y a un proyecto que requiere esfuerzo para ser realizado por siempre.

De lo anterior se desprende la reflexión europea (Escuela de Colonia) contemporánea que define la empre-

sa como “una labor ardua y difícil que se emprende”, a la cual corresponde, por imperativo categórico de la época, la maximización del beneficio como medio para la satisfacción de las expectativas de los grupos de interés, uno de los cuales es el accionista, pero solamente uno de ellos. De ahí la visión reduccionista anglosajona orientada a la maximización del beneficio para el accionista como fin, cuyo pionero, Milton Friedman, lo reclamaba como única responsabilidad, Alfred Marshall, en los ochenta, lo conceptualiza, y la consultora McKinsey & Co lo plasmó en una herramienta de consultoría (EVA, Economic Value Added).

La empresa contemporánea

La empresa contemporánea se entiende como un sistema no lineal complejo, fundamental para el crecimiento de las naciones, para la inclusión social, para la creación de empleo de calidad y para la redistribución del ingreso a través de la carga impositiva. En la empresa como sistema no cabe parte más importante que otra. El esfuerzo humano debe garantizar su perdurabilidad con crecimiento rentable, lo cual significa creación frecuente de valor, agregación de valor permanente (en todas las actividades de la cadena) y abundante valor agregado en los bienes y servicios ofertados.

Si se trata de la repartición del valor creado y redituado, es la empresa y no el empresario la que debe retener la mayor parte de él, de esta manera mejora su opción de perdurar. La rentabilidad de la empresa no es la rentabilidad del empresario y la rentabilidad del empresario no es la rentabilidad de la empresa. Como diría Pirandelo: “A cada quien lo suyo”.

Dentro de este marco general, comúnmente aceptado, la empresa se identifica como un ente social indispensable para el incremento del nivel de vida de la población. La empresa se entiende en el deber ser como socialmente sana y financieramente exitosa, como ente social productivo que genera alto valor agregado.

La empresa y la ética

De pronto, la ética aparece en la vida de la empresa y la virtud se atraviesa para enfrentarla al vicio; el hábito se hace presente. A partir de este instante, y en libertad con responsabilidad, el ser humano ya no puede hablar de empresa prescindiendo de la ética cívica. La ética en tanto convicción y no legislación; la ética en tanto beneficio para la “polis” y no para el individuo; la ética en tanto saber que construye mejores sociedades. La ética y el futuro, no la estética a la cual le basta con el presente. La empresa ética no es un negocio, hace negocios para garantizar su futuro, la empresa ética contempla el futuro y lucha por él. Los proyectos éticos no son proyectos inmediatos (negocios), son proyectos a futuro que requieren tiempo para consolidarse y apoyar el bienestar de la sociedad. La perdurabilidad es un compromiso ético, y es lo que diferencia a la empresa del negocio que el negociante emprende para sí y los suyos. El empresario, en cambio, proyecta la empresa para la sociedad más que para sí. Todo es cuestión de modelo mental movido por la ética o por la carencia de ella.

La empresa es señalada por Adela Cortina, invocando a Ortega y Gasset como “tema de nuestro tiempo”. La empresa, su ética y responsabilidad social, son el imperativo para la supervivencia, el crecimiento y en últimas la perdurabilidad. La empresa como bálsamo contra las laceras de las viejas instituciones se debe entender como éticamente impecable; es decir, aquella que persigue satisfacer necesidades humanas. Se debe entender como un conglomerado cuya solidaridad está permanentemente en crecimiento, asumiendo riesgos razonables, enfrentando la corresponsabilidad. Pero, como también diría Cortina, todo ello dentro de un marco de justicia, por fuera del cual cualquier empresa es inmoral.

¿Quién dirige la empresa?

Aparece entonces el que la dirige, actor inseparable de la empresa éticamente cívica, en libertad y con respon-

sabilidad. El que la dirige puede tener visiones no éticas que comprometen la solidaridad por el extremo vicioso de la ambición y de la reituación unilateral, dando origen a la figura siniestra de la empresa pobre y el empresario rico, depredador de la sociedad, cortoplacista en general, negociante más que empresario, creador de valor para sí, impermeable a la responsabilidad social, el que compromete la perdurabilidad, no sólo por falta de conocimientos sino por ambición o por concepciones antisociales de la empresa. Digamos con Guedes: “Los proyectos éticos no son proyectos inmediatos, deben contar con tiempo, deben contar con el futuro y con sujetos que, por ser en alguna medida libres, pueden hacerse responsables de esos proyectos, pueden y deben responder por ellos”. La empresa, para serlo, se constituye en un proyecto de largo plazo.

El trio inseparable

La empresa no se puede definir por fuera de la ética, tampoco por fuera del empresario. Es un trípode contemporáneo inseparable, unívoco. Triada de la modernidad, objeto de estudio articulado a la realidad social y económica de las naciones. La empresa como ente social dirigido éticamente para luchar por su perdurabilidad.

La empresa contemporánea lucha más por lo intangible que lo tangible, interesa más la legitimidad social, el prestigio, la confianza generada que la rentabilidad *per se*. Dicha legitimidad social se consigue cuando satisface las necesidades que le corresponde satisfacer, respetando los derechos reconocidos por la sociedad en la que vive y los valores que esa sociedad comparte. Nada produce más dinero de manera sostenible que lo anterior. Lo contrario, la carencia de legitimidad social, sólo se soporta con acciones monopolísticas, a las cuales no interesa el prestigio ni la toma de decisiones moralmente justas.

La empresa, quien la dirige, quien la gobierna y su visión ética son elementos inseparables de cualquier reflexión

sobre el asunto. ¿Ventaja competitiva o productividad, ventaja cooperativa o competencia?, ¿es la empresa un ente inequívocamente objetivo o ambiguo, es una construcción social ubicada en un mundo de leyes? Todo se subordina a comprender y tomar partido alrededor de su trascendencia para la equidad social y el compromiso moral. La empresa es generadora de emociones, gerenciarlas es eminente, favorecer procesos de personalización en todos los grupos de interés es crucial.

Los grandes conflictos empresariales de los últimos quince años, conducentes en ocasiones a la quiebra de la empresa y/o a la pérdida de prestigio social, tienen que ver con deficientes comportamientos éticos (Enron, World Com, Parmalat y muchos más que figuran en nuestros archivos). La nueva teoría del capital, que supera en la práctica a los ejercicios financieros tradicionales, impone a las empresas nuevos puntos de vista (capital humano, capital intelectual, capital moral, capital social) y reflexiones mayores. Son imperativos sociales de tipo categórico que se traducen en participaciones de mercado y en tasas de rentabilidad. Variables, estas últimas, sobre las cuales hay cada vez menos reflexión por ser consideradas métricas y efectos de un sistema complejo y dinámico en permanente evolución social. Todo lo anterior, dentro de una ola ética imparable, casi con fuerza de Tsunami.

La complejidad y la ética

Hablar de empresa es abocar un tema altamente complejo, que tiene visiones y compromisos múltiples; como diría José Antonio Marina al estudiar lo contemporáneo: “al seguir tantos hilos no pretendo desenredar la madeja, sino comprender la urdimbre del tapiz”. En la Facultad de Administración creemos en una nueva teoría de la firma que, desde la administración, afronte la complejidad del asunto, privilegiando lo intangible sobre lo tradicionalmente mensurable, pero siempre desde la ética, tomando a Aristóteles y a Kant como elementos provocadores, y entendiendo que a diferencia de principios del siglo XX,

donde existían pocos medios y muchos fines, en la contemporaneidad existen muchos medios y pocos fines, especialmente en lo social.

Una consideración final

La empresa no puede ser una estructura disipativa de final abierto que beneficie al poder económico en detrimento de sus grupos de interés; debe ser, por reclamo social contemporáneo, un espacio para la autorrealización de las personas, una circunstancia para la inclusión social y un elemento central de la lucha contra la pobreza. Es un fenómeno que supera la ideología personal para referenciarse únicamente en lo social.

La empresa vive y se nutre en el triángulo de la contemporaneidad (Guedes, 2005). La sustentabilidad, la gobernabilidad y la cooperación son sus vértices. Dentro de este triángulo se destaca el civismo, la educación, el espíritu emprendedor, la preservación ambiental, la equidad social, la institucionalidad y el crecimiento económico, entre otros. En el centro del triángulo, una vez más, la ética como regulador de los intereses y de las relaciones. En la visión latinoamericana promovida desde CLADEA, la empresa es ante todo un sistema de relaciones e intereses, o como diría Guedes “un sistema de intereses relacionados”. La empresa es distorsionada por sus directores cuando esos intereses no se explicitan, es decir, cuando se disimulan, se esconden o se disfrazan. La empresa debe ser un ente social responsable, en cuanto su gobierno y sus directores lo sean: sin embargo, dentro de los niveles de libertad que exige la ética, pueden no serlo; no obstante, en la contemporaneidad deben serlo, siempre por imperativo categórico formulado desde lo social.

Lo demás es lo de menos: ¿cómo ser competitivo? ¿Cómo incrementar de manera creciente la productividad? ¿Se debe trabajar por competencias o no? ¿Debe la empresa adaptarse o no a la realidad? ¿Cumple la estrategia un papel en la perdurabilidad? ¿Es importante

la tecnología? ¿Lo es la innovación, que casi nunca lo es, por vivir camuflada en el mundo del mejoramiento? Al final, lo superior es considerar a la empresa como una estructura sistémica y dinámica, no lineal, de profundas implicaciones éticas, planteadas en libertad y bajo claros principios de responsabilidad.

Fernando Restrepo Puerta

Decano

Facultad de Administración

Universidad del Rosario