

Revista
**Universidad
Empresa &**

Facultad de Administración - julio - diciembre 2007 - Núm. 13 - 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. 6	Núm. 13	pp. 9-209	2007	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

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

Winston Licon Calpe

Diego Fernando Cardona

COORDINACIÓN EDITORIAL

Editorial Universidad del Rosario

CORRECCIÓN DE ESTILO

Gustavo Patiño Díaz

DIAGRAMACIÓN

Ángel David Reyes Durán

IMPRESIÓN Y TERMINACIÓN

Logofomas s.a.

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.

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

Revista

Número 13, julio - diciembre 2007

CONTENIDO

EDITORIAL **5**

- ***Comunicación, clima y cultura organizacional para la gestión del conocimiento. Pymes metalmecánicas de Cali*** **9**
Darío Quiroga Parra
- ***Estrategia y conocimiento en la gestión organizacional*** **37**
Luis Antonio Orozco Castro
Diego Andrés Chavarro-Bohórquez
Hugo Alberto Rivera Rodríguez
- ***Currículo comprehensivo y extensión universitaria. Experiencia de municipio de San Bernardo, Cundinamarca*** **59**
Winston Licon Calpe
Rodrigo Vélez Bedoya
- ***Un gobierno medieval en un mundo global*** **75**
Gisele Becerra
Francisco Cubillos
Eduardo Rosker

Univ. empresa	Bogotá (Colombia)	V. 6	Núm. 13	pp. 9-209	2007	ISSN 0124-4639
---------------	-------------------	------	---------	-----------	------	----------------

- ***La administración logística inmersa en las megatendencias empresariales*** **91**
 María Andrea Trujillo Dávila
 Alexánder Guzmán Vásquez
- ***Tiempo y experiencia para la productividad: dos variables imprescindibles de la administración*** **113**
 Carlos Hernán Pérez Gómez
- ***El paradigma competitivo: aspectos fundamentales de la ideología y las prácticas predominantes en economía y gestión*** **131**
 Andrés Guillermo Hernández Martínez
- ***De los conceptos de administración, gobierno, gerencia, gestión y management: algunos elementos de corte epistemológico y aportes para una mayor comprensión*** **155**
 Mauricio Sanabria R.
- ***Modelo de evaluación de la unidad productiva de pesca en Isla Fuerte, Cartagena, Bolívar*** **195**
 Gloria Castaño-Camacho
 Arturo Moncaleano-Archila

Editorial

Discurso del señor Decano en el lanzamiento de la Especialización en Investigación de Mercados

En el día de hoy entregamos al país la Especialización en Investigación de Mercados, única en Colombia y una de las pocas que existen en América Latina. Con ello hacemos una propuesta y una apuesta. La propuesta es un programa singular, atractivo por la intención manifiesta de formar investigadores con estructura mental y operativa de alto nivel epistemológico. Es una especialización con carácter científico que formará a científicos con carácter, dotados de conceptos y herramientas que les faciliten la difícil tarea de interpretar el ambiente. El investigador de mercados del Rosario enfrentará la subjetividad de la realidad con el rigor de lo cualitativo, aquel lenguaje que conduce a la mejor interpretación de los símbolos y su significado. Con ello, la toma de decisiones se facilita y el devenir de la empresa se hace más confiable.

De la misma manera, hacemos una apuesta por el país, para que los interesados no tengan que desplazarse a otras latitudes, para que encuentren en Colombia y en el Rosario la alternativa académica que estaba haciendo falta. La investigación de mercados se ubica en el corazón del proceso estratégico de las empresas de alto desempeño y forma parte fundamental de lo que hoy se denomina *logística integral*, que se entiende como el momento en el cual la oferta y la demanda se unen, como el proceso sistémico que comienza en el proveedor del proveedor y termina en la fase de desmaterialización del bien o en el disfrute del servicio. La investigación de mercados está en el corazón de la estrategia y de la creación de valor, y al estarlo, se convierte en parte fundamental de lo que en el mundo de la administración contemporánea se denomina: *lógica del rendimiento superior*.

Por otro lado, la Universidad del Rosario y la Facultad de Administración le apuestan a la investigación de mercados basada en la complejidad y en la forma de pensamiento que se requiere para lograrlo. Aparece, entonces, el currículo concebido para que el especialista reflexione con fundamento en la relación de los fenómenos, complementemente lo cuantitativo con lo cualitativo y, en vez de basar su interpretación en la sustancia, lo haga pensando en los patrones. Para ello es menester un profundo proceso de formación en conceptos y herramientas no convencional. Con el paso del tiempo, el programa evolucionará hacia la investigación de mercados basada en el caos y la complejidad.

Será una especialización que entregará al país una nueva generación de investigadores de mercados, quienes tendrán el encargo de modificar la forma como se adelantan estos trabajo en Colombia y en el continente. Estamos seguros al decirlo: nos sentimos confiados en que así será. No nos cabe la menor duda de que lo lograremos a pesar del desafío que ello comporta.

Si en lo cognitivo todo será novedoso, en lo valorativo la conducta del Rosario sigue intacta, como dijo el maestro Rocha Alvira: “Aquí se enseña, se profesa y se practica la virtud”. Yo agregó que aquí se forman personas para la ética ciudadana y para ilustrar la República, como lo señaló el fundador.

En programas como el que hoy lanzamos, cerramos filas para que los aspirantes entiendan que el portador de un título expedido por el Rosario, tanto en pregrado como en cualquiera de sus posgrados, adquiere un compromiso ineludible con la moral, la ética y la responsabilidad social; adquiere una obligación eterna con el conocimiento y su utilización para la verdad; adquiere una singular responsabilidad con el arte y con lo estético, es decir, con la percepción, con la imaginación, con la creatividad y con el fortalecimiento de la vida social de la empresa.

Vamos a formar a un investigador de mercados que no ceda frente a las presiones de los interesados en deformar lo averiguado, cuando ello no conviene a sus intereses. Vamos a formar a un investigador de mercados que comprenda los nuevos tiempos y, como diría Kuntz: “enfrente el paradigma tradicional con la fuerza de los nuevos hallazgos y de las nuevas realidades”.

La investigación de mercados, el mercadeo y las finanzas han resultado cuestionadas por omisiones e indelicadezas en no pocos episodios empresariales a través del mundo entero. La falsas interpretaciones, las metodologías amañadas o no explicadas, las promesas no cumplidas; pero, por encima de todo, la crisis de la estadística clásica y su pretensión de universalidad fenomenológica requiere una formación que exceda lo técnico y lo tecnológico y que trascienda lo moral y lo ético.

Permítanme una reflexión que considero pertinente: Heisenberg, uno de los pioneros de la física cuántica, enseñaba a sus estudiantes con la siguiente oración: “Si preguntas a la naturaleza con los conceptos y las herramientas inadecuadas, ella contestará con paradojas”.

Al ser diseñada esta Especialización, tuvimos en cuenta que los fenómenos contemporáneos, en su mayoría, son complejos; por ende, no lineales. Sin embargo, y haciendo caso omiso de la complejidad, seguimos preguntando a la naturaleza con conceptos y herramientas para eventos lineales y recibiendo paradojas como respuesta, las cuales dificultan la comprensión de los sucesos estudiados.

Seguimos utilizando tratamientos estocásticos para todo tipo de escenarios sin importar, como dice David Parker, que las grandes conmociones fortuitas tienen efectos profundos y que es insostenible en estos tiempos seguir reflexionando con base en los supuestos tradicionales de la estadística y la matemática clásica.

Los fenómenos contemporáneos son complejos y no están distribuidos en la realidad, tal como la teoría estadística presupone. Tampoco es posible pasar por alto, en el sentir de Ralph Stacy, los errores mínimos inadvertidos que no pueden calcularse. Ellos, en el tiempo, se convierten en causas monumentales que desfiguran por completo las predicciones. Estamos en lo que el *I ching* llama el *punto crucial*, aquel momento en el cual las formas de pensamiento deben ser alteradas sin presencia de la fuerza y elevarse espontáneamente, de manera natural pero contundente. En este punto lo viejo se descarta y lo nuevo se introduce. Muchos no se dan cuenta, pero es inexorable.

Esta Especialización en Investigación de Mercados reconoce la existencia del punto crucial y su intención es abrazar la complejidad, sobre la base de que en ella se encuentra el renacer de las ciencias empresariales y de la investigación de mercados, en particular. Quiero felicitar a la Facultad de Administración por este esfuerzo, en especial al equipo que diseñó y puso en práctica el Programa.

Deseamos lo mejor a los nuevos estudiantes, agradecemos a nuestra Gerente Comercial y de Mercadeo, la doctora Marta Lucía Restrepo, por su cooperación y aliento en todo el proceso que duró casi dos años, y al doctor Jaime Moreno, quien lideró la fase que hoy culmina. Programas novedosos y pertinentes como este ponen al Rosario adelante en el tiempo.

Luis Fernando Restrepo Puerta
Decano de la Facultad de Administración