

ESTUDIOS

g e r e n c i a l e s

Vol. 27 No. 118	Enero - Marzo de 2011	ISSN 0123 - 5923	Cali, Colombia
------------------------	------------------------------	-------------------------	-----------------------

Presentación	9
Políticas activas de empleo para Cali-Colombia Carlos Giovanni González Espitia y Jhon James Mora Rodríguez	13
Aproximación de reclamos contingentes para la predicción de riesgo de crédito en sus medidas de determinación de la distancia de default y su probabilidad de quiebra para Colombia Juan Sergio Cruz Merchán y Jaime Vargas Vives	43
Relación en las percepciones del estilo de liderazgo del jefe inmediato con el desempeño laboral de los estudiantes en práctica de la universidad Icesi Sandra Willman Carvajal y María Isabel Velasco Arango	67
La distancia psíquica y el desempeño exportador: un reto para la pyme en la era de la globalización Valeska Viola Geldres Weiss, María Soledad Etchebarne López y Luis Humberto Bustos Medina	85
Valor razonable: un modelo de valoración incorporado en las normas internacionales de información financiera Berta Silva Palavecinos	97
Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad Alejandro Alvarado Herrera, Enrique Bigné Alcañiz y Rafael Currás Pérez	115
Colectivos de inversión empresarial: una opción hacia el desarrollo local Élbar Ramírez, Margot Cajigas Romero y Pedro Jiménez Estévez	139
Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial Gregorio Calderón Hernández, Claudia Milena Álvarez Giraldo y Julia Clemencia Naranjo Valencia	163
Redes empresariales e innovación: el caso de una red del sector cosmético en Bogotá (Colombia) Merlin Patricia Grueso Hinestroza, Jorge Hernán Gómez Cardona y Leonardo Garay Quintero	189
Caso de estudio Índice Elcano: oportunidades y riesgos estratégicos para la economía colombiana José Roberto Concha Velásquez, Andrea Bersh Arias y Diana Marcela García Tamayo	207



UNIVERSIDAD
ICESI

Vol. 27 No. 118	January - March 2011	ISSN 0123 - 5923	Cali, Colombia
------------------------	-----------------------------	-------------------------	-----------------------

Presentation	9
Active employment generating policies for Cali - Colombia Carlos Giovanni González Espitia & Jhon James Mora Rodríguez	13
Contingent claim approach to forecasting credit risk based on measurements of the distance-to-default and the probability of bankruptcy in Colombia Juan Sergio Cruz Merchán & Jaime Vargas Vives	43
Relationship between the perceptions of immediate managers' leadership styles and the job performance of interns at Icesi University Sandra Willman Carvajal & María Isabel Velasco Arango	67
The psychic distance and export performance: a challenge for smes in a globalization era Valeska Viola Geldres Weiss, María Soledad Etchebarne López & Luis Humberto Bustos Medina	85
Fair value: a valuation model incorporated in international financial reporting standards Berta Silva Palavecinos	97
Theoretical perspectives for studying corporate social responsibility: a rationality-based classification Alejandro Alvarado Herrera, Enrique Bigné Alcañiz & Rafael Currás Pérez	115
Business investment groups: an option towards local development Élbar Ramírez, Margot Cajigas Romero & Pedro Jiménez Estévez	139
The role of human resource management in the fulfillment of corporate social responsibility Gregorio Calderón Hernández, Claudia Milena Álvarez Giraldo & Julia Clemencia Naranjo Valencia	163
Business networks and innovation: the case of a network in the cosmetic industry in Bogotá (Colombia) Merlin Patricia Grueso Hinestroza, Jorge Hernán Gómez Cardona & Leonardo Garay Quintero	189
Case Study	
Elcano index: opportunities and strategic risks to the colombian economy José Roberto Concha Velásquez, Andrea Bersh Arias & Diana Marcela García Tamayo	207

Vol. 27 No. 118	Janeiro - Março 2011	ISSN 0123 - 5923	Cali, Colombia
------------------------	-----------------------------	-------------------------	-----------------------

Apresentação	9
Políticas ativas de emprego para Cali - Colômbia Carlos Giovanni González Espitia e Jhon James Mora Rodríguez	13
Abordagem de créditos condicionais para a previsão de riscos de crédito em suas medidas de determinação da distância de default e sua probabilidade de quebra para a Colômbia Juan Sergio Cruz Merchán e Jaime Vargas Vives	43
Relação das percepções do estilo de liderança do chefe imediato com o desempenho laboral dos estudantes praticantes da Universidade Icesi Sandra Willman Carvajal e María Isabel Velasco Arango	67
A distância psíquica e o desempenho exportador: um desafio para as pme na era da globalização Valeska Viola Geldres Weiss, María Soledad Etchebarne López e Luis Humberto Bustos Medina	85
Valor razoável: um modelo de avaliação incorporado nas normas internacionais de informação financeira Berta Silva Palavecinos	97
Perspectivas teóricas utilizadas para o estudo da responsabilidade social corporativa: uma classificação baseada na racionalidade Alejandro Alvarado Herrera, Enrique Bigné Alcañiz e Rafael Currás Pérez	115
Grupos de investimento empresarial: uma opção para o desenvolvimento local Élbar Ramírez, Margot Cajigas Romero e Pedro Jiménez Estévez	139
Papel do gerenciamento de recursos humanos no cumprimento da responsabilidade social empresarial Gregorio Calderón Hernández, Claudia Milena Álvarez Giraldo e Julia Clemencia Naranjo Valencia	163
Redes empresariais e inovação: o caso de uma rede do setor cosmético em Bogotá (Colômbia) Merlin Patricia Grueso Hinestroza, Jorge Hernán Gómez Cardona e Leonardo Garay Quintero	189
Caso de estudo	
Índice Elcano: oportunidades e riscos estratégicos para a economia colombiana José Roberto Concha Velásquez, Andrea Bersh Arias e Diana Marcela García Tamayo	207



ESTUDIOS GERENCIALES
REVISTA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

COMITÉ EDITORIAL

Julio César Alonso C., Ph.D.
Director del Cienfi Universidad Icesi
Colombia

Bruce Michael Bagley, Ph.D.
Profesor Universidad de Miami
Estados Unidos

Boris Salazar
Profesor Universidad del Valle
Colombia

Luis Eduardo Arango, Ph.D.
Investigador Banco de la República
Colombia

Jhon James Mora, Ph.D.
Jefe del Departamento de Economía
Universidad Icesi
Colombia

Sigmar Malvezzi, Ph.D.
Profesor Fundación Getulio Vargas
Brasil

COMITÉ CIENTÍFICO

José Pla Barber, Ph.D.
Profesor Universidad de Valencia
España

José Roberto Concha, Ph.D.
Director MBA Universidad Icesi
Colombia

Robert Grosse, Ph.D.
Director Standard Bank
Sudáfrica

Arlene Tickner, Ph.D.
Profesora Universidad de los Andes
Colombia

COORDINACIÓN EDITORIAL

Héctor Ochoa Díaz, Ph.D.
Editor
Decano Facultad de Ciencias
Administrativas y Económicas
Universidad Icesi
hochoa@icesi.edu.co

Stephanie Vergara Rojas
Directora Editorial
svergara@icesi.edu.co

Sandra Villarraga Hoyos
Asistente Editorial
slvillarraga@icesi.edu.co

INFORMACIÓN EDITORIAL

Año
27 de publicación

ISSN
0123-5923

Nombre ISO
estud.gerenc.

- **Estudios Gerenciales** es continuidad de **Publicaciones ICESI**.
- **Estudios Gerenciales** se encuentra en **categoría A2** del Índice Nacional de Publicaciones Seriadas, Científicas y Tecnológicas de Publindex, Colciencias.

Misión

La misión de *Estudios Gerenciales* es divulgar entre la comunidad académica y profesional internacional, los artículos inéditos, relevantes y de alta calidad, relacionados con investigaciones en las áreas de administración y economía, de autores colombianos e internacionales, arbitrados anónimamente por pares académicos de reconocida trayectoria; y ser incluida en las bases electrónicas de publicaciones científicas y profesionales de mayor reconocimiento en el mundo.

Periodicidad Trimestral

Tiraje 1.000 ejemplares

Política Editorial

Estudios Gerenciales es una revista arbitrada, enfocada en las áreas temáticas de la Economía y la Administración en todas sus ramas. Se privilegia la publicación de la producción intelectual con origen en investigaciones de los académicos y profesionales nacionales e internacionales. También participan artículos producto de reflexiones originales sobre la problemática económica y administrativa que utilicen el método científico. Igualmente, son bienvenidas las cartas al editor, los artículos de revisión y los reportes de caso que sigan una rigurosa metodología investigativa.

Público objetivo

Estudios Gerenciales se dirige a todas las personas (académicos, profesionales y estudiantes) e instituciones interesadas en conocer las más recientes investigaciones y análisis en administración y economía, desarrolladas en un contexto iberoamericano. Se entenderá Iberoamérica como aquella región conformada por los latinoamericanos de habla castellana y portuguesa, lo que incluye a latinos residentes en Norte América y al público de España y Portugal. Esto no significa que autores iberoamericanos que estén interesados en otras regiones no puedan enviar sus documentos, o por el contrario, que estudios sobre Iberoamérica provenientes de otras regiones no sean considerados. Nuestro interés principal es la divulgación y generación de conocimiento en la región, lo que implica el diálogo entre todos los participantes de la comunidad académica iberoamericana. Para ello, la revista mantiene relaciones de canje y suscripción con:

- Escuelas de administración y economía
- Bibliotecas
- Académicos
- Gremios
- Instituciones académicas públicas y privadas
- Organizaciones y entidades públicas y privadas

Todas las anteriores en los órdenes nacional e internacional.

Copyright

Los autores de los artículos de esta publicación son responsables de los mismos. Los autores autorizan y aceptan la cesión de todos los derechos a la revista *Estudios Gerenciales*, tanto en su publicación impresa como electrónica.

El material de esta publicación puede ser reproducido sin autorización, mencionando título, autor y, como fuente: ESTUDIOS GERENCIALES (ISSN 0123-5923) nombre corto (nombre ISO): **estud.gerenc.**

Consulta de ejemplares

Usted puede acceder a los artículos y las versiones completas de todos los ejemplares de nuestra revista en formato pdf, entrando en la página web:

http://www.icesi.edu.co/estudios_gerenciales/consulta_de_ejemplares.php

ESTUDIOS GERENCIALES ESTÁ INDEXADA EN

Colciencias, en el Índice Nacional de Publicaciones Seriadas y Científicas y Tecnologías de Publindex – Categoría A2.

SciELO – Colombia

Los índices electrónicos de la AEA (American Economic Association), incluyéndola en JEL (Journal of Economic Literature, versión impresa), e-JEL (versión electrónica de JEL), JEL en CD y EconLit (la bibliografía electrónica de la AEA).

La Red ALyC (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal)

CLASE (Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanas)

Thomson Gale – Informe Académico

Catálogo de Latindex

EBSCO

RePEc

DoTEc

EconPapers

BDGS (Biblioteca Digital Gerencia Social)

DOAJ (Directory of Open Access)

Ulrich's

Suscripciones y canje

Revista Estudios Gerenciales

Universidad Icesi

Calle 18 No. 122-135, AA. 25608

Cali, Colombia

Teléfonos: (57-2) 555 2334, Ext. 8210 ó 8266

Página web y contactos

http://www.icesi.edu.co/estudios_gerenciales/

estgerencial@icesi.edu.co

svergara@icesi.edu.co

PRESENTACIÓN

En *Estudios Gerenciales* somos conscientes de los constantes cambios que experimentan las organizaciones y la necesidad de una visión integral de los negocios para ser exitosos en el contexto iberoamericano. Es por esto que en cada número de nuestra revista, buscamos incluir diferentes puntos de vista que puedan contribuir a la toma de decisiones para los distintos actores de los sectores privado y público, incluyendo por supuesto a la comunidad académica, quienes son los responsables de transmitir los principales hallazgos de sus estudios a toda la comunidad.

Esta diversidad temática tiene también la intención de comprender las complejidades y particularidades de la región iberoamericana, en la cual somos conscientes que puede haber puntos de encuentro y diferencia sobre temas comunes, algunos de los cuales se incluyen en esta revista. Un ejemplo de esto es el tema de Responsabilidad Social Empresarial, en el cual en este ejemplar se incluyen dos artículos, uno por autores mexicanos y españoles y otro por autores colombianos. En el primero se encuentra una perspectiva teórica y en el segundo una práctica, lo que muestra la relevancia del tema, las diversas formas de estudiarlo y por supuesto, enfoques desde diferentes países; todo lo cual permite al lector comprender integralmente este concepto.

En esta revista en particular, tenemos la oportunidad de incluir una gran variedad de temas, en primer lugar se tocarán los de la economía y la política, en segundo lugar las finanzas, luego continúa una perspectiva empresarial y educativa, en cuarto lugar se encuentra un enfoque en negocios internacionales seguido por un documento sobre normas internacionales de información financiera que puede ser muy interesante para contadores, en sexto y octavo lugar se encuentran los artículos de responsabilidad social empresarial anteriormente mencionados, en séptimo lugar se hablará de emprendimiento y en noveno lugar se estudiarán redes empresariales, para finalizar con un caso de estudio sobre relaciones internacionales.

De esta manera creemos haber abordado temas de interés para cada uno de los países iberoamericanos. Nuestro principal aporte en este sentido, es el de presentar artículos que han sido sometidos a procesos rigurosos de elaboración y evaluación, dentro de lo cual es muy importante que sean un verdadero aporte al entendimiento de la realidad regional.

Así, se presenta en primer lugar el artículo de los profesores Carlos Giovanni González y Jhon James Mora, quienes desde la economía, hacen una propuesta de política

activa de empleo para la ciudad de Cali (Colombia). Este tipo de políticas surgen en épocas de crisis económicas que afectan el nivel de empleo y con ello perjudican a la población. Según los autores, en la economía caleña se evidencia una desaceleración y desmejoramiento de los indicadores de empleo y por esto sería pertinente la aplicación de este modelo de política. Sin embargo, para el éxito de una iniciativa de este tipo es perentoria la participación activa de todos los actores de la sociedad, lo que implica un gran nivel de compromiso y una comprensión del entorno económico y de empleo; en este sentido, los autores proveen este conocimiento y propuestas para aplicarlo.

En segundo lugar, se presenta el trabajo de Juan Sergio Cruz y Jaime Vargas quienes, a través del desarrollo de la metodología de reclamos contingentes, calculan dos indicadores de riesgo financiero que pueden ser utilizados para determinar la probabilidad de bancarrota para una empresa. La aplicación del modelo a cuatro empresas colombianas, genera indicios sobre la conveniencia de emplearlo en otras organizaciones y de esta manera, constituye una herramienta útil para la toma de decisiones en áreas estratégicas de la empresa.

En tercer lugar se hallarán los resultados del trabajo de las profesoras María Isabel Velasco y Sandra Willman, quienes comparten su experiencia con estudiantes de práctica de la Universidad Icesi, a través de un estudio en el que buscan determinar cómo el desempeño de estos puede verse afectado por la percepción del estilo de liderazgo que tengan de sus jefes. Los resultados muestran que

aquellos practicantes que perciben un liderazgo múltiple por parte de sus jefes, es decir, directivo, participativo, orientado a metas y considerado, son los que obtienen un mejor desempeño durante esta primera experiencia profesional. Este estudio puede ser de gran aplicación para otras instituciones educativas y empresas que utilizan el modelo de práctica empresarial.

En cuarto lugar, se encuentra el artículo de los profesores Valeska Geldres, Soledad Etchebarne y Luis Humberto Bustos. El documento introduce el concepto de distancia psíquica, entendida esta como un conjunto de elementos que pueden inhibir el flujo de información desde y hacia un mercado internacional, por ejemplo, la percepción de otros países, el estudio del lenguaje y la distancia geográfica. Luego de aplicar la prueba exacta de Fisher a ochenta y ocho empresas, encuentran que una mayor distancia psíquica está relacionada con un mejor desempeño exportador. Este resultado es interesante en particular para las *born global*, las cuales son empresas que empiezan sus procesos de internacionalización en los primeros años de su conformación.

En quinto lugar, la profesora Berta Silva revela los resultados de su investigación sobre el valor razonable, el cual es el precio que se recibirá al vender un activo o que se pagaría al transferir un pasivo en una transacción regular entre los participantes del mercado en la fecha de medición. El concepto ha sido introducido recientemente en las nuevas Normas Internacionales de Información Financiera, pero no existe una concepción generalizada sobre el mismo.

En este sentido, la autora busca hacer una contribución a esta área del conocimiento en donde la incorrecta implementación del mismo puede llevar a consecuencias económicas para la empresa, por ejemplo, en el pago de impuestos.

En sexto lugar, los autores Alejandro Alvarado, Enrique Bigné y Rafael Currás, hacen un esfuerzo de compilación entre las diferentes propuestas teóricas que han surgido en los últimos treinta y ocho años sobre el concepto de responsabilidad social empresarial. El estudio busca encontrar las líneas principales en las cuales se ha desarrollado cada tipo de teoría, en particular cuál ha sido la racionalidad predominante (jurídica, económica, económica-estratégica, psicológica, sociológica o ética) en cada una de ellas, y por otro lado, cuál es el rol de la institución en cada una de estas concepciones (pura de maximización de utilidades, constreñida de maximización de utilidades, atención social o de servicio a la comunidad). Los resultados proveen el marco teórico para futuras investigaciones en el tema de responsabilidad social empresarial.

En séptimo lugar se encuentra el trabajo de los profesores Elbar Ramírez, Margot Cajigas y Pedro Jiménez, quienes presentan una propuesta para el desarrollo emprendedor a través de los CIEM (Colectivos de Inversión Empresarial). Esta estrategia busca involucrar a diversos actores de la sociedad para fomentar emprendimientos que generen desarrollo económico y en especial, disminuyan la pobreza. La propuesta surge luego de un sondeo de opinión y una mesa de trabajo integrada por diferentes

agentes sociales, quienes concluyeron que es posible desarrollar un modelo de emprendimiento basado en tres dimensiones: crear empresa, repotenciar una empresa o reiniciar una empresa. La replicación del modelo en otros ámbitos se convierte en una herramienta para comunidades vulnerables pero con emprendedores potenciales.

En octavo lugar, se considera el documento de los profesores Gregorio Calderón, Claudia Álvarez y Julia Clemencia Naranjo sobre el papel de la gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social. En éste, los autores indagan sobre cuál debería ser el papel del área de gestión humana en las empresas en lo que se refiere al cumplimiento y promoción de políticas de responsabilidad social. Con este objetivo en mente, realizaron una triangulación de métodos cuantitativos y cualitativos mediante encuestas aplicadas en empresas de ocho ciudades colombianas. Como conclusión se encontró que la mayor participación de esta área es en la aplicación de la regulación colombiana, lo que se traduce en una visión poco integral del concepto de responsabilidad social en las empresas.

Para terminar, los profesores Merlin Grueso, Jorge Gómez y Leonardo Garay, presentan el caso de una red del sector cosmético en Bogotá en el cual han estudiado cómo se pueden promover actividades de innovación por medio de la participación en una red empresarial. Luego de analizar diferentes empresas, los resultados evidencian cómo la innovación se ve motivada por la participación en estas redes, en especial en lo relati-

vo al conocimiento de herramientas que pueden aplicar para mejorar sus procesos internos. Sin embargo, los resultados evidencian que el aprovechamiento de estas redes todavía es muy escaso, y con un mejor uso podría incidir de manera más importante a generar innovación.

Finalmente se muestra el caso de estudio desarrollado entre Andrea Bersch y Diana Marcela García, bajo la tutoría del profesor José Roberto Concha. El caso es la aplicación del Índice Elcano para Colombia. El índice permite identificar el grado relativo de interdependencia económica y financiera entre diferentes países y tiene como resultado la ubicación de cada país en cuatro posibles categorías: socios fundamentales, oportunidades estratégicas, riesgos estratégicos y riesgos en potencia. Con base en esta calificación y teniendo como referencia la información sobre la balanza comercial y los principales productos internacionalizados, se identificaron aquellos países hacia los cuales Colombia debería dirigir sus esfuerzos de importación o exportación. La aplicación de esta herramienta para otros países es una buena guía para el planteamiento de una estrategia de relaciones comerciales internacionales.

De esta manera, presentamos a la comunidad empresarial y académica nuevos hallazgos y reflexiones sobre el contexto empresarial, económico, político, financiero e internacional; que pueden servir de base para comprender mejor los diferentes asuntos de la economía y la administración en Iberoamérica y los invitamos a ser parte activa de esta generación del conocimiento, al enviarnos sus comentarios, preguntas y sugerencias a través de nuestra página web en: www.icesi.edu.co/estudiosgerenciales

Invitación para nuevos suscriptores

Con el objetivo de contribuir a la divulgación del conocimiento en Iberoamérica, estamos invitando a las personas interesadas en recibir la suscripción sin ningún costo a nuestra revista, a que nos envíen un correo con toda su información de correspondencia a: estgerencial@icesi.edu.co o a svergara@icesi.edu.co. En el primer envío les haremos llegar los dos números más recientes de nuestra colección, con lo cual podrán estar al tanto de los estudios más actuales en las áreas de la administración y la economía en la región iberoamericana.

El Editor

POLÍTICAS ACTIVAS DE EMPLEO PARA CALI-COLOMBIA¹

CARLOS GIOVANNI GONZÁLEZ ESPITIA*

Candidato a Doctor en Economía, Universidad de Alcalá, España.

Profesor asociado, Universidad Icesi, Colombia.

Grupo de investigación "Economía, políticas públicas y métodos cuantitativos",
afiliado a la Universidad Icesi, clasificación B de Colciencias.

cgonzalez@icesi.edu.co

JHON JAMES MORA RODRÍGUEZ

Doctor en Economía, Universidad de Alcalá, España.

Jefe, Departamento de Economía, Universidad Icesi, Colombia.

Grupo de investigación "Economía, políticas públicas y métodos cuantitativos",
afiliado a la Universidad Icesi, clasificación B de Colciencias.

jjmora@icesi.edu.co

Fecha de recepción: 16-07-2010

Fecha de corrección: 08-11-2010

Fecha de aceptación: 11-01-2011

RESUMEN

El artículo discute la implementación de políticas activas de empleo para el mercado laboral en Cali-Colombia. El principal objetivo de una política activa de empleo es la reducción de la tasa de desempleo, la reducción de la participación en la informalidad y el reemplazo de trabajos malos o de baja calidad por trabajos buenos. La acción colectiva de las instituciones regionales públicas, los empresarios regionales y las instituciones académicas es fundamental para alcanzar empleo de alta calidad en la ciudad.

PALABRAS CLAVE

Mercado de trabajo regional, políticas activas de empleo, política económica.

Clasificación JEL: J01, J08, J38

1 Este artículo es resultado de la línea de investigación sobre economía laboral y de la educación, del grupo de investigación "Economía, Políticas Públicas y Métodos Cuantitativos" del Departamento de Economía de la Universidad Icesi. Los autores agradecen los comentarios de los asistentes a las Charlas del Departamento de Economía de la Universidad Icesi así como las valiosas sugerencias de los dos evaluadores anónimos y del Comité Editorial de la Revista. Un borrador o documento de trabajo de este artículo ha circulado como Documento Polis 2009-01. Los errores u omisiones son de exclusiva responsabilidad de los autores.

* Autor para correspondencia. Dirigir correspondencia a: Universidad Icesi, Calle 18 No. 122-135, Pance, Cali, Colombia.

ABSTRACT

Active employment generating policies for Cali - Colombia

This article discusses the implementation of active employment generating policies for the labor market in Cali, Colombia. The main objectives of active employment generating policies are: reducing the unemployment rate, decreasing participation in the informal labor market, and replacing poor quality jobs with good quality ones. The collective actions of regional public agencies, regional entrepreneurs, and academic institutions are fundamental to generating high quality employment in the city.

KEYWORDS

Regional labor market, active employment policies, economic policy.

RESUMO

Políticas ativas de emprego para Cali - Colômbia

O artigo discute a implementação de políticas ativas de emprego no mercado de trabalho em Cali, Colômbia. O principal objetivo de uma política laboral ativa é a redução da taxa de desemprego, a redução da participação na informalidade e a substituição de empregos maus ou de baixa qualidade por bons empregos. A ação coletiva das instituições públicas regionais, dos empregadores regionais e das instituições acadêmicas é fundamental para conseguir emprego de elevada qualidade na cidade.

PALAVRAS-CHAVE

Mercado de trabalho regional, políticas ativas de emprego, política econômica.

INTRODUCCIÓN

Algunas de las economías desarrolladas evidencian una fuerte desaceleración en sus indicadores económicos debido principalmente a la crisis financiera internacional, originada por las hipotecas *subprime*² en Estados Unidos a partir del año 2007. Es así como algunas de las economías más avanzadas del mundo, técnicamente o no, se encuentran en recesión; es el caso de Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Italia, Japón y España, entre otros. En una economía abierta como la actual, es común sufrir los impactos de las grandes economías y aún más teniendo en cuenta el incipiente nivel de desarrollo regional. En Colombia algunos expertos señalan que la economía empezó a mostrar un cambio de tendencia a partir del año 2008, periodo en el que no se cumplieron las expectativas de crecimiento en la producción de bienes y servicios finales y se evidenció un aumento en la tasa de desempleo y una leve reducción en la tasa de ocupación. A nivel nacional la situación es preocupante y la ciudad de Cali no ha sido ajena a este escenario y a los malos resultados en los indicadores del mercado de trabajo.

En este orden de ideas, es importante resaltar que, para algunos economistas, en el mercado de trabajo hay un libre juego entre oferta y demanda; donde la demanda de empleo es derivada de la actividad económica y si la economía no está creciendo lo suficiente, es posible que en el corto y mediano plazo no se creen nuevos

puestos de trabajo sino que también se destruyan algunos de los que ya existen. De ahí la importancia del modelo de crecimiento económico, pues es éste el que permite que en el mediano plazo se cree o no empleo, dependiendo del uso que se le dé a los factores productivos: mano de obra y maquinaria (productividad). Si la economía es intensiva en un factor o en otro, las estrategias para crear empleo deberían ir encaminadas a favorecer, por un lado el aumento del empleo, o por otro el aumento de la productividad; y, si en algún caso es posible, dinamizar ambos (McConnell, Brue y MacPherson, 2007).

En general, se puede afirmar que históricamente el modelo de crecimiento económico de la ciudad ha sido primordialmente intensivo en mano de obra y por lo tanto el crecimiento se ha explicado principalmente por aumentos en el empleo (Ortiz y Uribe, 2006). Visto de esta manera, para que la economía crezca también debe crecer el empleo. Sin embargo, la tendencia se ha revertido en los últimos años. Desde 2002 la economía caleña está creciendo y el empleo muestra una tendencia decreciente, de ahí que la única forma de explicar este crecimiento económico sería por un aumento en la productividad media por ocupado. En ese orden de ideas, la estrategia que se proponga debe favorecer dos aspectos que van más allá de lo cuantitativo. En primer lugar, el empleo digno como único medio de subsistencia de la población para garantizar que todos, y en especial

2 Es una modalidad crediticia del mercado financiero de Estados Unidos que se caracteriza por tener un nivel de riesgo de impago superior a la media del resto de créditos.

la población más vulnerable, tengan un medio de vida digno, y además, no esté en un empleo precario o en la informalidad. El segundo aspecto debe ser el fomentar las iniciativas empresariales competitivas y productivas capaces de generar empleo digno y reactivar la economía.

Para entender mejor la economía de la ciudad se hace necesario comprender no sólo los aspectos estructurales sino también los coyunturales. Analizando la evolución histórica reciente de la economía caleña, después de la crisis de 1999 se observa un ciclo económico expansivo y un progreso significativo de los indicadores del mercado de trabajo. En este periodo, la tasa de desempleo se redujo aproximadamente en 5 puntos porcentuales, pasando de 16,4% a 11,4% para el periodo entre 2002 y 2007. Aún más, en 2007 se había reducido la tasa de desempleo a la mitad de lo que estaba en el año 1999. Otro indicador del mercado de trabajo que tuvo una evolución favorable fue la tasa de ocupación, la cual pasó de 55,3% a un 58,1% para el período 2002-2007. En este periodo se crearon aproximadamente 175.000 nuevos puestos de trabajo en la ciudad.

Sin embargo, este escenario se transformó y la coyuntura actual de la economía caleña es muy diferente a la de ese período expansivo. A partir del año 2007 la tendencia se reversó; ahora se presenta una fase decreciente del ciclo económico y un desfavorable comportamiento de los indicadores del mercado de trabajo. Lo más preocupante en este cambio es la combinación del aumento progresivo del desempleo, una destrucción de los puestos de trabajo, una carencia

en la creación de nuevos puestos y un creciente aumento de la precariedad laboral y la informalidad.

Como se puede observar a partir de las estadísticas del mercado de trabajo publicadas por el DANE (ver Tabla 1), la tasa de desempleo pasó de 11,4% en el segundo trimestre de 2007 a un 14,1% para el mismo trimestre de 2008; lo cual indicaría un retroceso de cuatro años pues dichos indicadores serían similares a los de 2005. Un aumento tan fuerte en el desempleo rompe una tendencia positiva para la economía caleña y es evidencia suficiente para entender que la economía se está desacelerando. Otro aspecto a resaltar es la reducción en la tasa de ocupación que pasó de 57,1 a 56,5 para el promedio móvil del segundo trimestre de 2007 y 2008, rompiendo una tendencia anual al alza del trimestre móvil desde 2002. Finalmente el número de ocupados, que también venía creciendo, se ha estancado en los últimos dos años en aproximadamente un millón de personas.

A partir del análisis de esos indicadores básicos del mercado laboral de la capital vallecaucana, es evidente una desaceleración económica y la necesidad de tomar las medidas oportunas para evitar una crisis como la vivida a finales de la década de los noventa. En suma, las debilidades detectadas, tales como el cambio de tendencia del ciclo económico, la fuerte desaceleración de la economía y un empeoramiento en los indicadores del mercado de trabajo, constituyen incentivos para proponer una estrategia orientada a extender el empleo digno de calidad para todos. Esto se logra potenciando el incremento del

Tabla 1. Evolución de las estadísticas del mercado de trabajo en Cali

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2001-2006	2007-2008
% población en edad de trabajar	76,9	77,2	77,5	77,8	78	78,2	78,7	79,2	Sube	Sube
TGP	66,6	66,2	66,7	65,4	65,9	65,8	64,5	64,1	Baja	Baja
TO	54,3	55,3	55,8	55,4	56,2	56,9	57,1	56,5	Sube	Baja
TD	18,5	16,4	16,4	15,3	14,7	13,6	11,4	11,8	Baja	Sube
T.D. Abierto	16,5	14,6	14,9	14,1	13,5	12,4	10	10,9	Baja	Sube
T.D. Oculto	2	1,8	1,5	1,2	1,2	1,2	1,4	0,8	Baja	Baja
Tasa de subempleo subjetivo	34,8	30,9	31,4	33,7	31,7	34,3	40,5	36,5	Baja	Baja
Insuficiencia de horas	17,7	12,9	12,6	11,7	12	13,9	14	13,9	Baja	Baja
Empleo inadecuado por competencias	3,2	2,2	1,8	2,2	2,3	4,5	19,9	18,4	Sube	Baja
Empleo inadecuado por ingresos	24,8	24,3	25,6	27,7	24,6	26,6	34,7	30,8	Sube	Baja
Tasa de subempleo objetivo	14,9	14	15,6	15,8	13,1	15,6	12,1	12,6	Sube	Sube
Población total en miles	2.233	2.286	2.340	2.395	2.450	2.505	2.562	2.612	Sube	Sube
Población en edad de trabajar	1.717	1.765	1.814	1.863	1.911	1.959	2.017	2.069	Sube	Sube
Población económicamente activa	1.144	1.168	1.210	1.218	1.260	1.289	1.300	1.326	Sube	Sube
Ocupados	932	977	1.012	1.032	1.075	1.114	1.152	1.170	Sube	Sube
Desocupados	212	191	198	186	185	175	148	156	Baja	Sube
Abiertos	189	170	180	172	170	160	129	145	Baja	Sube
Ocultos	23	21	18	14	15	15	19	11	Baja	Baja
Inactivos	573	597	604	645	652	670	717	743	Sube	Sube
Subempleados subjetivos	398	361	380	411	399	442	527	484	Sube	Baja
Subempleados objetivos	171	164	188	192	165	201	157	167	Sube	Sube

Nota. Series en segundo trimestre móvil área metropolitana Cali-Yumbo. Tendencias del 2001 a 2006, y 2007-2008.

Fuente: Elaboración propia con base en información publicada en las encuestas ECH y GEIH del DANE.

empleo asalariado como estrategia de creación activa de empleo que permita un nuevo marco de fuerte crecimiento económico y de productividad. Para lograr este objetivo se requiere la articulación de las políticas públicas con las acciones del sector privado y la contribución de las instituciones públicas y privadas que intervienen en la ciudad y su área de influencia, buscando orientar conjuntamente los proyectos concretos que generen empleo necesario y de calidad para la población caleña. Así, la estrategia es concebida como un instrumento de integración de las orientaciones

básicas compartidas por los principales actores sociales, económicos e institucionales que constituyen el referente para las decisiones de cada uno de ellos en un marco de confianza mutua.

Ya que el empleo es una variable dependiente de la actividad económica y, por lo tanto, no puede ser generado en condiciones de mercado abierto o por una normativa jurídica, se proponen los planes y estrategias para la creación de empleo que van más allá del ejercicio de planificación y programación de una administración

pública, para convertirse en un marco de concertación entre actores con el fin de aunar las iniciativas de cada uno de ellos hacia una dirección estratégica compartida. Éste es el gran valor de los planes de empleo.

En este contexto, el objetivo de este artículo es proponer una estrategia de generación de empleo digno (decente y de calidad), y que sea una estrategia consensuada y coordinada por todos los agentes e instituciones que participan en el mercado de trabajo. Para lograr este objetivo se presenta el marco teórico y una revisión de la evolución del mercado de trabajo en Cali, para posteriormente concluir con unas recomendaciones de política que permitan estructurar una estrategia de creación activa de empleo. Es necesario aclarar que este artículo no ofrece la receta ni la fórmula mágica que permita resolver el que se considera como el principal problema económico y social de Cali y de muchas otras ciudades de Colombia: el desempleo. Por el contrario, lo que pretende es empezar a discutir una estrategia a través de los instrumentos de la teoría y política económica para el análisis de los procesos de creación y destrucción de puestos de trabajo en la actualidad de la coyuntura económica mundial.

Este artículo se desarrolla en cinco apartados, incluyendo esta introducción. En el segundo apartado, se reflexiona brevemente sobre el marco teórico que permite interpretar y valorar las estadísticas del mercado de trabajo. El tercero tiene como propósito revisar los indicadores fundamentales de la actividad económica de la ciudad, prestando

especial atención a la desaceleración de la economía y la evolución de los indicadores del mercado de trabajo más relevantes. Posteriormente, se dan las recomendaciones de política para la configuración de una estrategia de creación activa de empleo para la ciudad, sus objetivos y ejes de actuación. Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones.

I. ALGUNAS CONSIDERACIONES TEÓRICAS A TENER EN CUENTA

El análisis sobre el mercado de trabajo nunca está exento de debate sobre lo que debería hacerse o no para generar empleo. Así, para algunos economistas predomina el libre mercado o la flexibilización del mercado de trabajo, mientras que para otros debería prevalecer la regulación. Teniendo en cuenta esta disyuntiva, que no sólo es teórica sino también política, es importante resaltar que en el terreno del mercado de trabajo los valores que con más frecuencia habría que utilizar son la preferencia por las medidas que producen efectos más igualitarios, por las que afectan positivamente a colectivos más amplios; la preferencia por las medidas que aumentan el bienestar y la libertad de elección de la mayoría y la preferencia por el empleo frente a mecanismos alternativos, pero siempre que a medio plazo se trate de un empleo de calidad, satisfactorio y adecuado para el respeto a la dignidad humana.

Por otra parte, uno de los aspectos que debe tenerse presente cuando se habla del mercado de trabajo y de las políticas de creación de empleo es que

aqué es subsidiario del crecimiento económico, como dicen los economistas, la demanda de trabajo es una demanda derivada y si la economía en general no crece, poco puede hacer el mercado de trabajo para generar empleo.

Partiendo de estas premisas, el apartado 1.1. muestra la importancia del modelo de crecimiento para la creación de empleo y para el mercado de trabajo. Se realiza una reflexión sobre las consecuencias para el mercado de trabajo de dos modelos de crecimiento, uno de ellos basado en la creación de empleo y el otro basado en el crecimiento de la productividad. A continuación, el apartado 1.2. realiza una reflexión más general sobre el papel de las políticas de empleo y sobre la importancia que tiene para ellas la concepción misma del mercado de trabajo de la que se parta.

1.1. Implicaciones laborales de dos hipotéticos modelos de crecimiento económico

Los estudios sobre crecimiento económico a largo plazo enfatizan en distintos aspectos como: el capital humano y, más concretamente, la salud, la formación (entendida como el grado de formación general de la población, más que en conocimientos concretos), la infraestructura, el capital social basado en el activo cultural, la investigación, el desarrollo, la novación y, por supuesto, la estabilidad social y política del país.

Sin embargo, incluso en el caso en el que las condiciones de un país sean favorables para el crecimiento económico, se debe enfrentar cómo el crecimiento de su ingreso per cápita responde a combinaciones diferentes

de productividad y de nivel relativo de empleo. Estas combinaciones dan lugar a distintos modelos de crecimiento, que a su vez generan diferentes implicaciones sobre la situación económica y laboral de la población. Estas implicaciones se sintetizan en la Tabla 2, donde se comparan los casos de dos países hipotéticos que han experimentado el mismo crecimiento del ingreso por habitante con un modelo de crecimiento distinto: el primero ha tenido un crecimiento intensivo en productividad (Productivilandia) y el segundo en empleo (Empleolandia). Esta reflexión se basa en la propuesta de Fina (2001) que parte de reconocer que:

El nivel y la evolución del ingreso por habitante de un país, el indicador habitualmente usado para definir su grado de desarrollo, depende del nivel de productividad alcanzado por la población ocupada (...) pero también (de) la importancia relativa de la población ocupada. (p.198)

La anterior conclusión puede obtenerse descomponiendo el ingreso per cápita (y) de la siguiente manera:

$$y = \frac{y}{P} = \frac{y}{E} \cdot \frac{E}{PET}, \frac{PET}{P} = q.o.a \quad (1)$$

Donde y es la producción total, P la población total, E la población ocupada, PET la Población en Edad de Trabajar, q la productividad por ocupado, o la tasa de empleo u ocupación (definida con respecto a la PET) y a la tasa potencial de actividad. La tasa potencial de actividad proporciona el número de personas que se considera (por razones legales o sociológicas) que tienen edad de trabajar, en relación con la población total, por lo que en gran medida indica la carga

demográfica que soporta la población ocupada. Por lo tanto, de forma aproximada se cumplirá la siguiente relación entre la variación de dichas variables:

$$\Delta y \cong \Delta q + \Delta o + \Delta a \quad (2)$$

Así pues, la variación del ingreso per cápita dependerá de la productividad por ocupado, de la variación de la tasa de ocupación y de la variación de la tasa potencial de actividad. Este último componente depende de fenómenos puramente demográficos, no obstante, en ausencia de shocks migratorios, catástrofes naturales o guerras, la variable a no debería sufrir variaciones significativas en el corto plazo, con lo que se estaría básicamente en el caso formulado por Fina (2001).

Aunque la Tabla 2 simplifica en exceso la realidad, es de utilidad para interpretar de forma global un conjunto de indicadores del mercado de trabajo. También, la Tabla 2 muestra una interesante reflexión sobre uno de los temas más relevantes del mercado de trabajo, que las nuevas

teorías del crecimiento que tienen como punto de partida el modelo de crecimiento de Solow, no expresan explícitamente el problema de la distribución de la riqueza. En este sentido, la Tabla 2 sugiere que el empleo puede ser considerado como un mecanismo de distribución de la riqueza, de manera que un país que tiene como fuente fundamental del crecimiento el empleo, también cuenta con un mecanismo de distribución de la riqueza a través de la reducción del desempleo.

De esta manera, dependiendo de cuál sea el modelo de creación de empleo, se podrán reducir las desigualdades interpersonales aun en un escenario como el de Empleolandia; es decir, incluso en el caso en el que la productividad no mejore sustancialmente, se puede alcanzar una sociedad donde los ingresos familiares aumenten y las desigualdades se reduzcan. Para lograrlo se necesitará de las condiciones para que el empleo creado cumpla unas características mínimas de calidad o de decencia, según la terminología de la Organización Internacional del

Tabla 2. Implicaciones laborales de dos modelos de crecimiento

Efectos en	Productivilandia $\Delta y = \Delta q; \Delta e = 0$	Empleolandia $\Delta y = \Delta e; \Delta q = 0$
Participación laboral	Baja / Estancada	Elevada / Creciente
Desempleo	Elevado / Creciente	Reducido
Horas de trabajo (totales)	Aumento / Estancamiento (o reducción si hay reparto de trabajo)	Aumento (o estancamiento si hay reparto de trabajo)
Salarios (reales) por persona	Crecientes	Estancados
Ingresos familiares	Crecientes	Crecientes
Desigualdades interpersonales	Elevadas	Elevadas / Reducidas (según modelo de creación de empleo)

Fuente: Adaptado de Fina (2001, p. 201).

Trabajo (OIT).³ Es en esta situación en la que las políticas de empleo pueden jugar un papel primordial, en la medida que ayuden a moldear las bases de un sistema productivo que demande empleos dignos.

1.2. El mercado de trabajo y las políticas de empleo

La decisión de optar por un modelo de fuerte crecimiento de la productividad frente a otro de fuerte crecimiento del empleo forma parte de las políticas de creación de empleo más relacionadas con el modelo de crecimiento económico decidido por la sociedad.

Sin embargo, cuando se habla de políticas de empleo o políticas relacionadas con el mercado de trabajo, a lo que se hace referencia es a los mecanismos institucionales de asignación de la mano de obra y fijación de su precio que permiten trasladar las demandas del sistema productivo, con su modelo de crecimiento económico previamente decidido, al uso del factor trabajo.

Así pues, parece razonable aceptar la idea de que la política de empleo está formada por todas las medidas que mejoran (o alteran) la transmisión de la producción en empleo. Si se prefiere, se trata de las medidas que afectan al mecanismo de transmisión, que es lo que se llama mercado de trabajo. En este sentido, cabe preguntarse qué papel debe desempeñar la política de empleo o de mercado de trabajo. En realidad, responder a esta pregunta equivale

a preguntarse por el funcionamiento del mercado de trabajo, aspecto sobre el que existe cierta controversia entre los estudiosos del tema, controversia que puede resumirse en dos grandes puntos de vista.

El primero considera que el mercado de trabajo es, en esencia, como cualquier otro mercado, pero existen instituciones que interfieren en su funcionamiento. Este punto de vista, que a una mayoría de los economistas les parece excesivamente simple, tiene sin embargo muchos adeptos entre los políticos. Suponga, por un momento, que en efecto esto es así: ¿tendría el Estado algún papel? Como siempre que se plantea la intervención del Estado en un mercado, ésta puede justificarse por dos tipos de razones: las relacionadas con la asignación de los recursos (o sea con la eficiencia) y las relacionadas con la justicia social. Por el primer Teorema de la Economía del Bienestar, se sabe que una economía competitiva que se ajuste a los supuestos de Arrow-Debreu es eficiente, es decir, óptima en el sentido de Pareto (se han agotado las mejoras del bienestar que benefician a algunas personas sin perjudicar a otras y la economía se encuentra en su frontera de posibilidades de producción).

También se sabe que, en una economía de ese tipo, un óptimo de Pareto no tiene por qué ser el punto socialmente óptimo. De ahí surge la posibilidad de intervención del Estado por razones de justicia social. Podría alegarse, entonces, que una economía en la que se deje al mercado

3 La terminología de empleo de calidad, decente y digno se empezó a discutir por la OIT en la 87ª conferencia internacional de trabajo, en Ginebra. Para mayor detalle se pueden consultar las memorias (OIT, 1999).

de trabajo asignar los recursos libremente generaría resultados injustos. El problema de este planteamiento es que para llevarlo al terreno práctico, se necesita saber lo que quiere decir justo. Ello implica juicios de valor que establezcan comparaciones interpersonales de utilidad (del tipo es mejor un ocupado que tenga un puesto fijo y bien remunerado que dos con contrato temporal y mal pagados o al revés). La intervención del Estado debería ser, en principio, tal que no supusiera una alteración de la situación de optimalidad de Pareto pues de lo contrario se entraría en una disyuntiva entre justicia social y eficiencia. Las dificultades para que no suceda esa alteración son enormes ya que cualquier intervención distorsiona el proceso de fijación de precios.

Este argumento lleva a un terreno pantanoso y de difícil solución, pues es poco probable que los distintos agentes se pongan de acuerdo sobre la definición de lo que es justo. En una sociedad democrática, podría pensarse que se otorga al gobierno elegido en las urnas la capacidad para tomar esa decisión. Pero entonces es inevitable un enfrentamiento entre el gobierno y los agentes sociales, que quizá haría inviables las medidas gubernamentales.

El segundo punto de vista considera que el mercado de trabajo es distinto a cualquier otro mercado y tiene por tanto, características propias. Desde esta perspectiva, el problema radica en que el mercado de trabajo (como quizá también muchos otros mercados) no puede funcionar cumpliendo las condiciones exigidas por el modelo de competencia perfecta. En ese caso, la intervención del Estado estaría jus-

tificada no tanto por razones de justicia como por razones de eficiencia. Son muchas las razones por las que el mercado de trabajo no puede funcionar como un mercado competitivo. Por ejemplo, se aduce que el salario es algo más que un precio y no sólo ha de actuar como variable de ajuste entre la oferta y demanda de trabajo. Dicho con otras palabras, el salario no es únicamente una variable económica que refleje el precio de la mercancía trabajo sino que, además, y probablemente sobre todo, es una variable que posee una dimensión social. Para el individuo, su salario constituye el punto de referencia en lo que se refiere a su estatus y sus aspiraciones sociales, y ello no sólo desde un punto de vista absoluto sino, especialmente, desde un punto de vista relativo, en comparación con sus familiares, vecinos, amigos y también consigo mismo. Esta dimensión social del salario dificulta su papel como mecanismo equilibrador de ofertas y demandas que la teoría económica convencional atribuye a los precios en los mercados. Otras razones tienen que ver con la interdependencia entre empresarios y trabajadores, la conveniencia de que la relación laboral, a diferencia de las relaciones mercantiles habituales, sea una relación duradera. También cabe plantear que lo que se intercambia en el mercado de trabajo no es el trabajo que se va a utilizar en el proceso productivo, sino más bien la disponibilidad para trabajar. La conversión de dicha capacidad en trabajo realmente realizado es un problema al que tiene que enfrentarse el empresario a diario, como parte integrante e inseparable de su proceso productivo.

La dimensión espacial también desempeña un papel importante en el mercado de trabajo. Al contrario de lo que sucede en los mercados competitivos más paradigmáticos, en el mercado de trabajo, el demandante y el oferente han de encontrarse físicamente para realizar el intercambio. Por lo tanto, hay problemas de información considerables que causan desacoplamiento entre los puestos de trabajo vacantes y las personas que buscan empleo. Además, existen costes de ajuste importantes que hacen que los trabajadores empleados dispongan de un cierto poder monopolístico. Si las empresas disfrutaran de un cierto poder monopolístico en el mercado de bienes (lo cual es incontestable en muchos casos), normalmente, los salarios serán el resultado de un proceso negociador sobre las rentas empresariales y dependerán, entre otras cosas, de cuál sea el poder negociador de los trabajadores y de los empresarios.

Por todas estas razones el mercado de trabajo no puede ser un mercado perfectamente competitivo, sino que tiene de forma inherente una serie de defectos que requieren de una regulación social para intentar subsanarlos. Dicha regulación no tiene por qué emanar del Estado. Es más, seguramente es deseable que surja de la negociación entre los agentes implicados, aunque ello puede plantear problemas de representatividad de los negociadores. Sin embargo, una vez establecida, en la medida en que adquiere naturaleza de bien público (que todos deben consumir por igual

y de forma no excluyente), su provisión quizá requiera que sea el Estado quien la administre y quien vele por su cumplimiento.

Una corriente relativamente novedosa en Europa es la de los llamados mercados de trabajo transicionales⁴. Esta corriente surge tras largos periodos de elevado desempleo en Europa, sobre todo si se compara con la evolución de las bajas tasas de desempleo de Estados Unidos, que ha llevado a que algunos especialistas se convenzan de que el pleno empleo tradicional ya es imposible, razón por la cual deberían idearse mecanismos de reparto del trabajo que no conlleven pérdidas de bienestar para las personas. Esta corriente de pensamiento europea cree que es necesario considerar los mercados de trabajo en relación con las demás situaciones por las que pasan los individuos a lo largo de su ciclo (o curso) de vida: educación, crianza de los hijos, periodos de desocupación voluntaria o involuntaria y jubilación. Las transiciones entre el mercado de trabajo y estas cuatro situaciones son los elementos analíticos fundamentales para entender el funcionamiento y el papel del mercado de trabajo. Un aspecto normativo de esta propuesta es que lo importante es conseguir un flujo continuo de ingresos, no un flujo continuo de empleo. De ahí, el interés en fomentar las transiciones, siempre que sean virtuosas, es decir, que no supongan pérdidas de ingresos. Esta es precisamente la gran dificultad a la que se enfrentan estos planteamientos, o si se prefiere, el gran reto todavía no resuelto.

4 El profesor Günter Schmid es el impulsor de estas ideas que están teniendo cada vez más consideración en Europa. Para una recopilación reciente de trabajos de este enfoque, véase Toharia (2006).

Hechas estas salvedades teóricas, y una vez aclarada la distinción entre políticas de creación de empleo y políticas de empleo, se hará una consideración final sobre estas últimas. Desde hace más de dos décadas, siguiendo la clasificación de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE),⁵ las políticas de empleo suelen agruparse en políticas pasivas y activas. El paradigma de la política activa es el seguro por desempleo. En realidad, la distinción entre política pasiva y activa no es tan clara como parece en un primer momento. Por ejemplo, una política pasiva de pago de pensiones derivadas de jubilaciones anticipadas, que en realidad podría concebirse como una prestación por desempleo antes de llegar a la edad de jubilación, podría ser una política activa si está acompañada de un subsidio por la contratación de un joven que sustituya al trabajador que ha sido jubilado anticipadamente. La confusión que se deriva de esta distinción entre políticas activas y pasivas aconseja prestar más atención a los objetivos que se pretenden conseguir con cada una de las políticas de empleo, así como a su viabilidad y eficacia.

2. DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Para realizar el análisis de los indicadores económicos de la ciudad, se tendrán en cuenta las consideraciones teóricas del apartado anterior, centrando la atención en los determi-

nantes de la demanda de trabajo, pues se considera que el nivel de empleo depende fundamentalmente de éstos. De hecho, esto es técnicamente cierto sólo cuando la oferta de trabajo es perfectamente elástica. Para Toharia (1998,1999) esta ha sido la situación más frecuente, mientras que para Fina (2001) globalmente lo es en el momento actual, como lo muestran las elevadas tasas de desempleo en Europa, Estados Unidos y la mayor parte de los países en desarrollo. Sin embargo, en periodos concretos o submercados en los que la oferta no es plenamente elástica, hay que tener en cuenta que el nivel de empleo dependerá también de la oferta.

Así pues, la demanda de trabajo, es decir, el número de oportunidades laborales que hay en un país o una región en un momento determinado, depende de un conjunto amplio de factores. Estos factores los clasifica Fina (2001) en dos grandes grupos: el primero, es el grupo de factores que determinan la demanda de productos, esto se debe a que la demanda de trabajo es, como se dice, una demanda derivada. Si hay demanda de trabajo es para utilizar este trabajo en un proceso de producción y obtener así un beneficio. En un segundo grupo de factores la demanda de trabajo depende de la cantidad de trabajo necesaria para obtener una determinada cantidad de producto. Sin embargo, esta relación puede variar dependiendo de si la economía es intensiva en trabajo y/o intensiva en

5 Si se desea hacer un seguimiento de los cambios en la definición de políticas activas de la OCDE, pueden consultarse los informes anuales de *Perspectivas del Empleo* (publicados en español por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España), que incluyen un anexo estadístico con información sobre el gasto y los participantes en las políticas del mercado de trabajo para los distintos países (OCDE, 2005).

capital. Normalmente, en un momento dado hay diversas posibilidades de utilización de combinaciones de trabajo y otros factores. Esto plantea la combinación óptima de factores, la más eficiente y la menos cara, la cual dependerá del progreso técnico; aunque las interrelaciones de todos estos factores macroeconómicos son extraordinariamente complejas. El análisis de las relaciones que existen entre la evolución de la producción y el empleo a escala agregada sirve para ilustrar la complejidad de estas interrelaciones.

Antes de entrar en detalle de las cifras económicas de la ciudad de Cali, hay que tener en cuenta que la economía caleña es por ciudades la tercera del país, luego de Medellín y de Bogotá, esta última concentra alrededor del 20% de la producción nacional. Las cuentas económicas se hacen en Colombia por el DANE para el total nacional, los departamentos y el distrito capital (Bogotá), pero la producción de Cali está contenida en el PIB del departamento del Valle del Cauca, del cual es la ciudad capital. Sin embargo, en un esfuerzo conjunto entre la Alcaldía de Cali y la Universidad Icesi, se ha avanzado hacia la creación de las cuentas económicas de la ciudad y de ahí que los datos utilizados de la producción provengan de esta fuente. Por otro lado, la información de los ocupados se obtuvo

de las encuestas realizadas por el DANE para medir la fuerza laboral en la ciudad (ENH [1995-2000]⁶, ECH [2001-2005]⁷ y GEIH [2006-2009-II]).⁸ A continuación se analizará la evolución de dos variables agregadas fundamentales: la producción y empleo, más concretamente del crecimiento del PIB real, el crecimiento del empleo y la productividad,⁹ para dar una aproximación de la combinación de factores y el modelo de crecimiento económico que tiene la ciudad. En el Gráfico 1 se observa la evolución de la tasa de variación del PIB, del empleo y de la productividad por ocupado (que es el cociente entre las otras dos variables).

Como puede observarse, el PIB de la ciudad muestra una fuerte tendencia de crecimiento positivo y sostenido después del año 2002. De igual manera, del crecimiento del PIB departamental y nacional (cifras no presentadas), se puede suponer que este comportamiento se mantuvo hasta el año 2007; mientras que el crecimiento del empleo se ha mantenido alrededor de un 5% para el mismo periodo. Las dos series, tanto PIB como Empleo, han exhibido un comportamiento errático hasta el año 2000, a partir de este año se han estabilizado con una fuerte tendencia a crecer. Además, la sensibilidad del empleo en relación con las variaciones del PIB, que puede verse a través

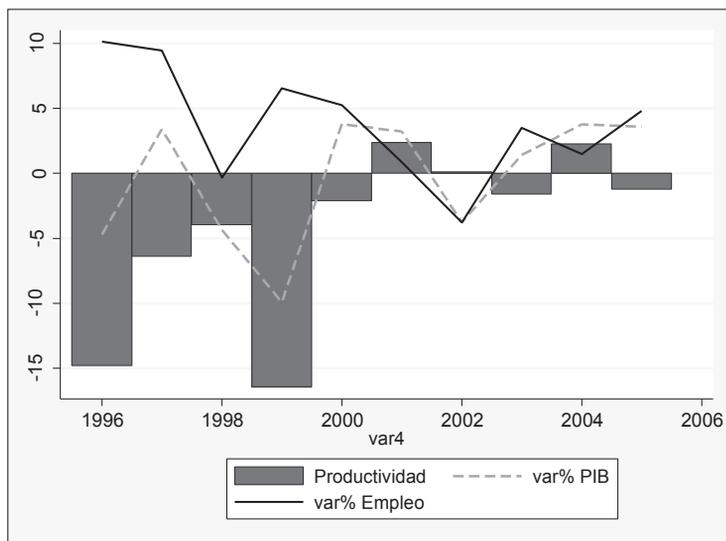
6 Encuesta Nacional de Hogares, tomada de la página web del DANE. Recuperado de http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=19&id=76&Itemid=258

7 Encuesta Continua de Hogares.

8 Gran Encuesta Integrada de Hogares (anterior Encuesta Continua de Hogares) tomada de la página web del DANE. Recuperado de http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=19&id=74&Itemid=256

9 La productividad agregada por ocupado: $q = y/Eq$, donde y mide el nivel real de producción (PIB real, en este caso) y E es el nivel de empleo. Esta identidad se puede expresar mediante tasas relativas de variación (denotadas con un asterisco, es decir, por ejemplo, $q^* = \Delta q/q$) como: $q^* = y^* - E^*$.

Gráfico 1. Evolución de la tasa de crecimiento del PIB real, del empleo y de la productividad por ocupado. Cali, 1995- 2005



Fuente: Cálculos de los autores. Los datos de empleo se obtuvieron de la ENH y la ECH realizadas por el DANE. Los datos del PIB real se obtuvieron del CIENFI (Universidad Icesi) y DAPM (Alcaldía de Cali).

de la variable productividad, tiene un comportamiento más errático para el periodo anterior al año 2000.

Por otra parte, Alonso (2004) sugiere que en la crisis de la economía caleña de finales de los noventa, el PIB per cápita cayó gracias a una fuerte caída de la productividad media por trabajador y se agudizó por la disminución en la participación de los ocupados. Lo anterior evidencia lo sensible que puede ser la economía de la ciudad a su modelo de crecimiento económico. Así mismo, la productividad media por ocupado sólo presenta dos valores positivos (1995 y 2005), por lo que resulta de mayor relevancia mencionar que la productividad ha aumentado durante los primeros años del siglo XXI.

Igualmente, el Gráfico 1 muestra un comportamiento donde el crecimiento

del empleo es mayor que el crecimiento del PIB. En suma, la sensibilidad del empleo con respecto a las variaciones del PIB, que se pueden ver a través de la variable productividad, ha cambiado sustancialmente a lo largo del tiempo. Al parecer hay avances en progreso técnico aunque el empleo sigue creciendo por encima de la producción.

Por último, parece ser que la economía caleña es una economía que no tiene una alta productividad pero su crecimiento económico se debe a una combinación entre crecimiento de empleo y crecimiento de la productividad, por lo que una estrategia de empleo debería de ir encaminada a favorecer ambos factores productivos. Por un lado, esta estrategia debe favorecer las iniciativas empresariales competitivas capaces de generar empleo y por otro, impulsar el acceso al empleo de

los colectivos más vulnerables de la ciudad. La importancia de favorecer en una estrategia de empleo ambos factores radica en que ambos apoyan el empleo y por lo tanto al crecimiento de la economía, a la salida de la crisis y al futuro desarrollo económico y social de la ciudad.

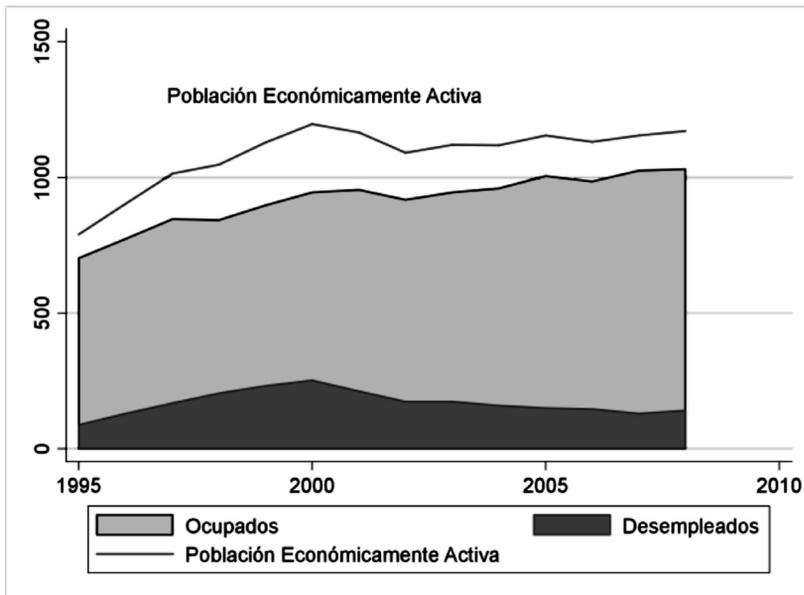
2.1. El mercado de trabajo en Cali

A continuación se describirán algunas de las características generales del mercado de trabajo de la ciudad y de su marco institucional. El mercado de trabajo está regulado por un marco legal que se respalda por decretos, leyes y por la constitución nacional (Constitución Política de 1991), pero es el gobierno nacional el encargado de velar por el correcto funcionamiento del mercado de trabajo y debe proponer ante el Congreso las reformas

laborales o modificaciones a las leyes que lo controlan.

Otro de los factores a tener en cuenta es el papel de los sindicatos en la negociación colectiva de las condiciones en las que se ofrece la mano de obra. Actualmente, dicho rol es muy limitado y debería aprovecharse la coyuntura para intentar acercar posturas con el gobierno y los empresarios. En las últimas negociaciones sobre el salario mínimo legal vigente (SMLV) no se ha podido llegar a un acuerdo entre las partes para que sea acordado y ha tenido que ser impuesto por decreto del gobierno nacional. El Gráfico 2 presenta una descripción de este tipo, basada en los datos de la encuesta GEIH realizada por el DANE, en donde se observan las cifras mensuales desde enero del año 2007 hasta abril del año 2009.

Gráfico 2. Evolución de la población económicamente activa, los ocupados y desocupados en Cali, desde enero 2007 hasta abril 2008



Fuente: Cálculos de los autores con base en información del DANE.

De acuerdo con el Gráfico 2, se observa un aumento acelerado de la población activa, debido principalmente a un incremento del número de personas ocupadas, ya que el número de desempleados se ha mantenido estable en los últimos meses. Esto está ocurriendo después de un proceso vigoroso de creación de empleo, lo que refleja que el número de ocupados está creciendo debido a que muchos caleños se están vinculando a la población económicamente activa.

El aumento de los desempleados, como reflejo de una desaceleración gradual del ritmo de crecimiento de la creación de empleo, está asociado principalmente con el debilitamiento de la actividad económica, pero también es resultado de varios factores estructurales. Según el Banco de la República de Colombia - Banrep (2009) son dos los principales factores de largo plazo que han acentuado el debilitamiento del mercado de trabajo: en primer lugar, la caída que ha experimentado el precio real del uso del capital en lo corrido de la última década profundizada por una marcada apreciación del peso frente al dólar, lo que ha acelerado la sustitución de mano de obra no calificada por bienes de capital. En segundo lugar, tanto el salario mínimo real como la mediana salarial de los asalariados no calificados, han crecido en términos reales más rápidamente frente a los ingresos laborales reales de las personas con algún grado de estudios superior, lo que volvió relativamente

menos atractiva la mano de obra no calificada. Sin embargo, es necesario entender con más detalle lo que ha venido sucediendo con los indicadores del mercado de trabajo y aun más con la actual coyuntura económica y con el nuevo escenario de la economía nacional e internacional.

2.2. Desaceleración económica y la evolución de los indicadores del mercado de trabajo en Cali

En Cali hay aproximadamente dos millones trescientas mil personas, según proyecciones para 2009 realizadas por el DANE con base en el CENSO de 2005.¹⁰ De esta población, aproximadamente un millón ochocientas mil están en edad de trabajar, y de éstas aproximadamente un millón doscientos mil hacen parte de la población económicamente activa. Cali cuenta actualmente con una tasa global de participación muy cercana al 65%. Una primera lectura de la alta participación y actividad laboral de los caleños es que un número mayoritario de personas y hogares de la ciudad dependen de estar vinculadas al mercado de trabajo (como empleados) para subsistir y no tienen otra fuente de ingresos.¹¹

A lo anterior hay que sumarle el alto grado de precariedad laboral que se evidencia en el mercado de trabajo de la ciudad, debido a un subempleo (objetivo-subjetivo) que es superior al 50% según cifras del DANE. Los altos índices de informalidad que se presentan en la ciudad también afectan negativamente la actividad

10 Recuperado de <http://www.dane.gov.co>

11 Un ejemplo de otra fuente de ingresos, aparte del empleo para subsistir, son los rentistas, muy comunes en países desarrollados y en algunos países en desarrollo.

económica y por lo tanto el funcionamiento del mercado de trabajo.

Las tendencias fundamentales que se observaron en la Tabla 1 se pueden clasificar en dos. En primer lugar, la tendencia mostrada desde el año 2002 hasta el 2008. En este periodo se observa, en términos absolutos, que la población en edad de trabajar, la población económicamente activa y los ocupados, aumentaron, mientras que los desocupados disminuyeron. Lo cual muestra un avance significativo del mercado de trabajo. La precariedad laboral es el indicador que no se pudo resolver en el periodo de bonanza, ya que el subempleo subjetivo mostró una fuerte tendencia a aumentar. Por otro lado, durante este mismo periodo, en términos relativos (tasas), disminuyeron la tasa global de participación y la tasa de desempleo, mientras que la tasa de ocupación aumentó considerablemente.

En segundo lugar, la tendencia que traían los indicadores del mercado de trabajo de 2002 a 2008 cambió significativamente para el periodo 2007-2008. En este periodo continuó aumentando la población en edad de trabajar, lo que generó aun mayor presión del mercado de trabajo. El número de desempleados también aumentó, mientras que el número de empleados se mantuvo constante, lo cual disminuyó el emparejamiento entre vacantes y desempleados (Mora y Santacruz, 2007). Este resultado no debe tomarse a la ligera, pues está mostrando un empeoramiento en las condiciones del mercado de trabajo de la ciudad. En términos relativos, durante este último periodo de empeoramiento (2007-2008) disminuyó la tasa de

ocupación y aumentó drásticamente la tasa de desempleo.

La coyuntura actual muestra que la actividad económica del país se está desacelerando después de un periodo de casi cinco años de expansión y un ciclo económico favorable. Esta desaceleración se ha debido a un debilitamiento de la actividad económica, a varios factores estructurales y a un entorno económico desfavorable por la crisis financiera internacional.

En estos momentos, la economía de las regiones colombianas, incluida la economía de la ciudad de Cali, no es ajena a lo que está viviendo la economía nacional. Una medida concreta de la desaceleración de la actividad económica de la ciudad son los indicadores del mercado de trabajo.

Al remitirse a los indicadores del mercado de trabajo agrupados en dos periodos, se observa que en el primero de ellos se analizan los indicadores desde 2001 hasta 2006 debido a la homogeneidad de los datos (ECH-DANE, 2001-2006). En el segundo, se analizan los datos para el periodo 2007-2008 (Gran Encuesta Integrada de Hogares GEIH-DANE). Finalmente, se muestran las tendencias de los dos periodos (ver Tabla 1).

Durante el periodo 2001-2006 se evidenció un fuerte progreso en los indicadores laborales, principalmente la tasa de desempleo, que se redujo del 18,5% al 13,6%. Igualmente, se observó una creación de aproximadamente 200.000 puestos de trabajo en estos cinco años. Este periodo (2001-2006) se caracterizó por un fuerte crecimiento económico y un progreso significativo de los indicadores del mercado de trabajo después de la

crisis económica vivida en el país en 1999. Sin embargo, durante este mismo periodo (2001 - 2006), algunos indicadores reflejaron las debilidades de la economía real al producirse un aumento del subempleo y la informalidad, pero los buenos resultados de los indicadores de crecimiento económico y del mercado laboral solaparon dicho fenómeno.

Ahora bien, durante 2008 los resultados no fueron coherentes con la tendencia anterior. Después de vivir un largo periodo de bonanza (2001-2006), en el segundo trimestre del 2008 la tasa de desempleo empezó a subir en la ciudad de Cali y continuó creciendo hasta el cuarto trimestre de 2008 ubicándose en un 12,5%, sólo comparable con el 12% de 2005. Igualmente, se rompió la tendencia a la baja del promedio anual de la tasa de desempleo. Estos indicadores, tal como se ha mencionado, son una muestra clara del proceso de desaceleración económica.

Finalmente, otro de los efectos negativos de la crisis financiera internacional y la desaceleración de las principales economías del mundo ha sido una reducción de las remesas internacionales que envían los emigrantes colombianos. Según Mora (2009, 2010a) la oferta laboral está aumentando en Colombia no solo por los efectos negativos de la desaceleración económica nacional sino también por el fuerte incentivo a participar en el mercado de trabajo debido a la reducción en las remesas internacionales producto de la recesión en EE.UU. y España, donde se concentra el mayor número de colombianos que han emigrado en los últimos diez años. Para Mora (2009, 2010b), este

fenómeno en un mercado que no está creando nuevos puestos de trabajo hace que aumente el número de desempleados. Esto se hace más evidente en una ciudad como Cali, que recibe una alta proporción de las remesas internacionales que entran en el país (Banrep, 2009).

3. ESTRATEGIA PARA LA CREACIÓN ACTIVA DE EMPLEO EN CALI

El diagnóstico de los indicadores del mercado de trabajo realizado en la sección anterior muestra un aumento extraordinario de la tasa de desempleo, la continua destrucción de los puestos de trabajo, un modelo de crecimiento económico que no tiene capacidad para generar nuevos puestos y un continuo aumento de la precariedad e informalidad laboral, lo cual hace necesario la creación de una política activa de empleo en la ciudad.

En esta vía, las políticas del mercado de trabajo se clasifican habitualmente en: pasivas, aquellas que tienden meramente a facilitar la vida a los desempleados durante un periodo de dificultad; y activas, que buscan resolver el problema de empleo de las personas afectadas por las crisis económicas. El objetivo de este apartado consiste en brindar las bases para proponer una estrategia para la creación activa de empleo digno en la ciudad de Cali.

De acuerdo con Cuadrado (2003), el pleno empleo no puede corresponder con la ocupación integral de todos los recursos productivos, precisamente porque existen distintos tipos de desempleo y las medidas macroeconómicas no tienen capacidad de incidir simultáneamente sobre todos ellos.

La existencia de diversos tipos de desempleo tampoco significa que se deba catalogar al volumen de desempleados de una región exclusivamente en uno de ellos. Lo normal es que el desempleo conviva con toda clase de situaciones.

Como ya se ha sugerido, el desempleo es un problema heterogéneo, lo que implica que deben distinguirse diferentes tipos de desempleo. El reconocimiento de esa heterogeneidad es fundamental en el diseño de las políticas para hacer frente al problema, y cabe la posibilidad de establecer una tipología de los diferentes tipos de desempleo. Fina (2001) utiliza dos tipos de criterios para establecer una tipología del desempleo que puede ser muy válida en este caso y divide los criterios según la causa y según el remedio. En la Tabla 3 se presenta dicha tipología para el mercado de bienes o productos y el mercado de trabajo, en dos periodos distintos: el corto y el mediano plazo.

Una vez aclarado que el desempleo no es único, que existen diferentes tipos de desempleo y que esto tampoco significa que se deba catalogar a cada desempleado de la ciudad exclusivamente en una de las tipologías; a continuación se comentará brevemente otro tipo de consideración a tener en cuenta: el debate siempre presente sobre la flexibilidad del mercado de trabajo.

Para Toharia (1999) el origen de los debates actuales sobre la flexibilidad de los mercados de trabajo se encuentra en las discusiones políticas que tuvieron lugar en muchos países a finales de los años setenta, acerca de cuál era la mejor estrategia para resolver los problemas, cada vez más graves, que se planteaban en los mercados de trabajo. En aquellos momentos, adquirieron mucha fuerza las posiciones conservadoras que más tarde pusieron en práctica los Estados Unidos y el Reino Unido. Para muchos de los políticos de las

Tabla 3. Tipología del desempleo según el origen del problema

	Corto plazo	Largo plazo
<i>Mercado de productos</i>		
Problemas de insuficiencia de demanda	Desempleo cíclico o Keynesiano	Desempleo debido a un crecimiento insuficiente
		Saturación de la demanda Desequilibrio fiscal
Problemas de oferta	Desempleo estacional	Desempleo debido a un retraso en el desarrollo
	Desempleo ocasional	
<i>Mercado de trabajo</i>		
Problemas de ajuste entre la oferta y la demanda (desempleo-vacantes)	Desempleo friccional	Desempleo estructural
Niveles salariales excesivos	Desempleo clásico	
Aceleración del cambio tecnológico	Desempleo tecnológico	
Aceleración del aumento de la oferta de trabajo	Desempleo demográfico	

Fuente: Adaptado de Fina (2001, p. 368).

dos naciones, la solución al problema del desempleo era contingente a la desregulación total de los mercados de trabajo, pues consideraban que unos mercados en los que no hubiera ninguna regulación, producirían mejores resultados que los obtenidos hasta entonces. En este contexto, la palabra flexibilización representa o equivale a desregulación. Sin embargo, la experiencia ha mostrado que en momentos de desaceleración, recesión o crisis económica, es la regulación la única alternativa. Con la reciente crisis financiera internacional está confirmado que la regulación de los mercados no puede desaparecer del todo. Un ejemplo son los planes de intervención que han propuesto varios de los países con las economías más grandes, abiertas y libres del mundo, como es el caso de Estados Unidos con el plan de rescate de la economía.

Se ha visto que en ocasiones puntuales no se puede dejar en libertad al mercado del empleo ni el bienestar de las personas, por lo que es necesario, en momentos críticos del ciclo económico, intervenir para fomentar las iniciativas empresariales libres que generen empleo digno y favorecer el acceso al empleo digno de los colectivos más vulnerables.

En el caso del mercado de trabajo caleño, parece prioritario apoyar las iniciativas que buscan reactivar el crecimiento de la economía invirtiendo en todos aquellos factores que favorezcan las condiciones de generación de riqueza y de competitividad de la economía de la ciudad. Pero al mismo tiempo, parece imprescindible que la riqueza generada se distribuya de una mejor forma para asegurar que la población alcance los niveles adecua-

dos de bienestar que hacen posible su inserción en el mercado en condiciones de dignidad y de productividad. La búsqueda de un equilibrio entre ambas orientaciones parece necesaria, en un contexto en que la ausencia de ambas ha generado altos grados de precariedad laboral e informalidad que pueden mermar las capacidades de crecimiento y futuro desarrollo económico de la ciudad. Así, la elaboración de una propuesta de política pública de empleo consensuada por los principales actores, aporta un elemento añadido crucial para el futuro de la ciudad: generar confianza en el futuro para que los actores y la población inviertan sus iniciativas y capacidades en la economía formal y no en la economía informal.

El diagnóstico ha revelado un gran dinamismo de los actores tanto públicos como privados y una ejecución aceptable de la mayoría de programas desarrollados hasta ahora por el municipio, el departamento y la nación, por lo que la cuestión clave se centra en la coordinación y en la orientación estratégica compartida de la variedad de iniciativas, programas y actuaciones existentes. Se trata de fortalecer las condiciones para impulsar el crecimiento económico y que éste se traduzca en un mayor nivel de bienestar de toda la población; para ello resulta crucial una mejor articulación de las iniciativas y actuaciones que actualmente se están llevando a cabo, y su mayor adecuación a las orientaciones estratégicas consensuadas. Encontrar un equilibrio entre la introducción de propuestas novedosas y la articulación de las actividades actuales, es otra de las prioridades que se han tenido en cuenta en la elaboración de la propuesta estratégica.

La finalidad de las propuestas que se hacen a continuación como lineamientos para una iniciativa política pública-privada de empleo para Cali, es contribuir a consolidar las condiciones del desarrollo económico, social y humano en la ciudad. Es por ello que se ha considerado más oportuno no ceñir el diseño de la estrategia a una serie de actuaciones destinadas exclusivamente a adaptar la mano de obra a las necesidades del mercado sino que se ha optado por ir más allá para incidir sobre los factores generadores de empleo, con una voluntad de que las políticas se orienten más a la incentivación del empleo que a la gestión del desempleo. Esta es la razón por la que se incluyen una serie de ejes de actuación que superan el estricto marco de las políticas tradicionales de empleo para incorporar una visión más amplia y novedosa de lo que significa promover el empleo, sin, por ello, pretender la elaboración de un plan estratégico económico y social, sino un plan de desarrollo para la ciudad. Igualmente, se han incorporado aquellos ejes que tienen una influencia más directa sobre el empleo y que son estratégicos para promover unas condiciones socio-económicas favorables para el bienestar de la población.

La coyuntura que está atravesando el mercado de trabajo de la ciudad ofrece las condiciones de viabilidad de esta concepción ampliada de la estrategia de empleo digno. Por otra parte, la propuesta de una estrategia debe integrarse en los procesos e instrumentos actualmente existentes que llevan a cabo la alcaldía, en el Departamento Administrativo de Planeación Municipal (DAPM), con su respectivo Plan de gobierno, el Plan de Ordenamiento Territorial

(POT), el Plan de Acción y el actual Plan de Desarrollo de Cali.

También se deben tener en cuenta aquellas estrategias que cuentan con el apoyo del departamento, la nación y el empresariado caleño; y que han sido identificadas por la Cámara de Comercio de Cali. Estas iniciativas pueden favorecer el entorno de la estrategia de creación activa de empleo que se propone. Algunas serían: la agilización en la ejecución de algunos de los mega proyectos de infraestructura de la región, el Sistema de Transporte Masivo de Cali (MIO), la doble calzada Buga-Buenaventura, el impulso a los programas de vivienda de Cali y los municipios aledaños, los nuevos terminales marítimos en la zona pacífica, la reactivación del Ferrocarril del Oeste, el paquete de veintiún mega obras para Cali, la Autopista del Bicentenario, las nuevas inversiones de EMCALI y el nodo aeroportuario.

En este orden de ideas, también se podría favorecer el entorno de la estrategia de empleo si se diversifica la oferta exportable y los sectores productivos de la ciudad y del Valle del Cauca hacia sectores estratégicos, a la vez que se impulsa decididamente una agencia de promoción de inversiones para atraer la inversión extranjera que llega al país. Además, también sería indispensable para crear una estrategia de empleo digno, estimular la producción de cadenas estratégicas en sectores donde Cali sea productiva y competitiva. Algunos de estos sectores son: azúcar, salud, software, turismo, TICs, bio-industria, servicios ambientales e industria aeroespacial; sectores que han sido identificados por el Consejo Privado de Competitividad Regional.

Por su lado, el plan de desarrollo de la ciudad ha identificado, entre otros, los siguientes sectores: servicios especializados en salud, gestión integral de residuos sólidos, turismo rural y urbano, servicios gastronómicos y tanatología. Así mismo, algunos sectores identificados por la Cámara de Comercio de la ciudad son: logística, papel, cartón, metalmecánica, cafés especiales, cuero, pesca, confecciones, cárnicos e industrias culturales. Igualmente, esta entidad sugiere dirigir la economía hacia una economía de servicios avanzados.

No se deben dejar de mencionar los programas que se llevan a cabo a nivel nacional y que tienen algún impacto en la ciudad, algunos de ellos son el servicio público de empleo, Familias en Acción, Fondo Emprender, atención a población vulnerable, atención a desplazados, programa de desayunos infantiles, familias guardabosques productivas, apoyo integral a mujeres jefas de hogar y hogares múltiples, entre otros.

Finalmente, es relevante mencionar el papel que juegan en la generación de empleo la política económica y la política monetaria, cambiaria y crediticia del Banco de la República; o las políticas fiscal, comercial, educativa y laboral del gobierno nacional, así como algunas políticas departamentales y regionales. Tampoco se deben desconocer las políticas pasivas de empleo que tienden a facilitar la vida a los desempleados durante un periodo de dificultad.

En este orden de ideas es necesario perseguir una meta común de generación de empleo que se concentre en dos objetivos específicos:

- Fomentar las iniciativas empresariales competitivas capaces de generar empleo digno (decente y de calidad).
- Favorecer el acceso al empleo digno (decente y de calidad) de los colectivos más vulnerables de la ciudad.

Para favorecer el empleo debe insistirse en la necesidad de un amplio compromiso entre todos los actores que intervienen, para que sus respectivas estrategias y actividades se conecten con el objetivo general compartido. Ese acuerdo debe ir en dos direcciones, favorecer las condiciones para que las iniciativas empresariales sean competitivas y puedan ofrecer unas condiciones de empleo dignas, así como en la búsqueda de nuevos yacimientos de empleo (Aguado, 2007); y por otro lado, fomentar que este crecimiento alcance a toda la población, especialmente a los colectivos más vulnerables, ya que si se desea retornar y mantener altas tasas de crecimiento económico, será necesaria la movilización de toda la población activa en el mercado de trabajo para responder a las necesidades de mano de obra de la economía.

4. INSTRUMENTOS DE UNA POLÍTICA ACTIVA DE EMPLEO PARA CALI

En los objetivos se hace énfasis en el compromiso de todos los agentes e instituciones, entendido como predisposición de todos los actores, no solamente la administración pública, a la colaboración con los objetivos específicos. Dado el reciente aumento del desempleo y la destrucción de puestos de trabajo, así como la falta de generación de nuevos puestos y

teniendo en cuenta que durante el periodo de bonanza de 2001-2007 se redujo considerablemente la tasa de desempleo pero no se solucionó la precariedad laboral ni la informalidad; se insiste en la necesidad de dedicar los esfuerzos a la creación de empleo en unas condiciones de legalidad y formalidad que permitan a los trabajadores alcanzar un nivel de bienestar compatible con la dignidad de las personas, tal como lo interpreta la OIT.

Asimismo, la OIT (1999) entiende el trabajo decente como aquel que contempla los principios y derechos fundamentales del trabajo según las normas laborales internacionales, y que ofrece oportunidades de empleo y de ingresos, protección y seguridad social y diálogo social. Estos tres elementos: compromiso, creación de empleo y condiciones de empleo dignas, pueden constituir los tres valores básicos de la estrategia de empleo.

Algunos instrumentos de la política económica en los que podría actuar la estrategia de creación activa de empleo en la ciudad de Cali, extensible a cualquier ciudad de Colombia, serían:

a. Fortalecer la educación y la capacitación de los recursos humanos. Con el fin de elevar el nivel educativo y extender la capacitación de los recursos humanos para que actúen como principal impulsor de la innovación tecnológica y de la economía formal, cubriendo las necesidades de cualificación de dicha economía, se debe: a) incrementar y fortalecer las políticas de acceso y logro educativo en toda la región dado que la capacidad de una sociedad para tener éxito en la globalización, depende del

nivel educativo de los individuos que la forman y de la igualdad de oportunidades con que cuentan para acceder a la educación, b) ampliar la oferta de formación descentralizada en las comunas más pobladas para facilitar el acceso de los jóvenes a la formación técnica y tecnológica, c) fortalecer el portal de oferta educativa y la consulta pública de hojas de vida del Servicio Público de Empleo regional (SENA). Además, se debe dar un mayor impulso a las estrategias de emparejamiento entre vacantes y desempleados (y trabajadores), d) crear terminales de búsqueda de vacantes y de empleados directamente en las comunas. Se puede extender el Servicio Público de Empleo del SENA a los Centros de Atención Local Integrada que hay en cada comuna de la ciudad. Al mismo tiempo, en estas terminales se puede indagar por la necesidad de capacitación que se demanda en cada comuna y los consultantes podrán conocer la oferta de formación del SENA y otras instituciones públicas de la ciudad, e) incentivar las iniciativas público-privadas encaminadas a mejorar y modernizar el sistema de educación formal y no formal de la región, f) mejorar la coordinación entre el sistema de formación y las empresas para fomentar una mejor utilización, por parte del sistema productivo, de las capacidades y competencias generadas en el sistema educativo y formativo, a través del Observatorio Económico y Social del Valle del Cauca, g) mejorar la coordinación y optimizar la colaboración entre las universidades y las empresas para potenciar el conocimiento y la

innovación tecnológica como motor de modernización y competitividad de la economía, a través del Observatorio Económico y Social del Valle del Cauca.

b. Mejorar la coordinación y el diálogo institucional. Con el fin de aumentar el grado de coordinación entre las intervenciones de las instituciones públicas en materia de desarrollo y empleo, y el sector privado, se propone: a) la coordinación de las políticas de empleo de la ciudad a través de la mesa de empleo del Observatorio Económico y Social del Valle del Cauca, b) debido a la heterogeneidad de las comunas de la ciudad y que los problemas de empleo son diferentes en cada una de ellas, es necesario crear los comités de empleo comunales a través de las Juntas de Acción Comunal, los cuales estén coordinados y articulados a través de la mesa de empleo del Observatorio Económico y Social del Valle del Cauca, y c) es preciso promover en todas las actuaciones de política de empleo el diálogo con los interlocutores sociales, institucionales y empresariales. El diálogo social y político es la mejor forma de abordar los problemas que se plantean en relación con las políticas de empleo y protección social.

c. Potenciar la regeneración urbana integral de la ciudad e integrarla alrededor del MIO. El objetivo es impulsar la renovación de la ciudad, especialmente de su centro y de sus comunas con mayores necesidades para mejorar las condiciones de vida y de convivencia de la población, a través de una política de hábitat

que incluya el saneamiento urbano, la vivienda, el medio ambiente, el espacio público y los equipamientos básicos de bienestar de la población (principalmente salud, educación, cultura, convivencia y cohesión social) con la intención de generar impactos directos e indirectos en el empleo, para lo cual se propone: a) desarrollar el empleo desde una perspectiva local, pero íntimamente relacionado con el desarrollo urbano de la ciudad. Hacer ciudad es al mismo tiempo crear empleo y potenciar el empleo es también hacer ciudad; y b) crear incentivos para la contratación de personas no calificadas de grupos excluidos o particularmente afectados por el desempleo o subempleo en la regeneración urbana de sus barrios o comunas.

d. Potenciar la generación de estructuras que favorezcan el empleo. El objetivo es generar las estructuras básicas necesarias para el buen funcionamiento de la sociedad y de la economía de la ciudad que tengan repercusión en la mejora de la eficacia y de la productividad del tejido productivo, se propone: a) la promoción de zonas prioritarias de actividad económica; b) el acceso de las pequeñas y medianas empresas a los microcréditos; y c) la mejora de la transparencia y eficacia de la administración local para mejorar el clima de los negocios en la región.

e. Favorecer la cultura emprendedora y los sectores de la economía formal con potencial de futuro. El objetivo es promover los incentivos necesarios para apoyar a los sectores con potencial, pro-

ductivos, competitivos y de futuro, que generen el máximo de empleo en condiciones dignas de calidad, se propone: a) un programa masivo de fomento de la cultura emprendedora con más recursos para la formación de empresarios, b) un programa de apoyo a los sectores estratégicos para la ciudad con potencial de futuro: un ejemplo de un sector estratégico ya identificado es la creación de industrias culturales en Cali, que será financiado por el BID, y c) desarrollar planes de apoyo para los sectores estratégicos en la cultura, industria, servicios y comercio para la economía y la sociedad en su conjunto; d) orientar la educación y la formación al aprendizaje de aquellas capacidades que permitan adaptarse a los cambios tecnológicos, principalmente, en los sectores de la economía formal con potencial de futuro que permitan participar de forma plena en la economía nacional y global; y e) crear un plan regional para alcanzar la plena penetración de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la vida diaria, desde las primeras fases del sistema educativo y que favorezca la cultura emprendedora en sectores con valor agregado.

f. Desarrollar políticas de rentas compensatorias. Con el fin de mejorar los niveles de subsistencia de la población más desfavorecida para que puedan participar en el proceso de generación de empleo, se propone: a) desarrollar algunos programas de rentas compensatorias y concentrarlos con los que actualmente existen en la ciudad; b) la potenciación de programas para la generación de ingresos di-

rigidos a personas con dificultades de inserción; c) un programa de inserción por el trabajo dirigido a los colectivos más desfavorecidos; d) un programa de pactos comunales de convivencia; y e) un programa municipal de fomento de la economía social.

Finalmente, para alcanzar los objetivos en cada eje de actuación se propone la adopción de una estrategia de consenso, la cual debería orientar el desarrollo del conjunto de las iniciativas políticas público-privadas como una perspectiva transversal a los distintos ejes de actuación. La estrategia de consenso puede estar compuesta por varias dimensiones:

- En primer lugar, se considera clave la promoción de un amplio consenso entre los principales actores institucionales, económicos y sociales, públicos y privados en torno a las propuestas de creación activa de empleo para que se genere la confianza necesaria en el futuro de la ciudad.
- En segundo lugar, es imprescindible promover la coordinación institucional entre las distintas Secretarías de la ciudad y entre las instituciones públicas municipales, departamentales y nacionales que intervienen en materia de desarrollo económico, bienestar, empleo y formación.
- En tercer lugar, es muy importante promover la implicación del sector privado en la concepción, desarrollo y aplicación de la estrategia.
- En cuarto lugar, la administración municipal debería jugar el papel de liderazgo del desarrollo

de las infraestructuras y de los condicionantes positivos a la creación de empleo digno en la ciudad, dando ejemplo del nuevo modelo social que se quiere promover.

La consecución de un amplio compromiso por el empleo basado en un consenso que incorpore las cuatro dimensiones expuestas conduce a plantear un elemento clave para el éxito de la estrategia: *la consecución de un Pacto por el Empleo* que integre las voluntades de todos los agentes públicos y privados implicados en el desarrollo económico y social de la ciudad, principalmente, la Alcaldía con sus líderes comunales, las organizaciones empresariales, la Cámara de Comercio, las organizaciones sindicales más representativas, el gobierno nacional a través de los organismos de la administración periférica, las universidades y otras entidades representativas de la ciudad.

Como proceso para llegar a este Pacto se propone que una vez discutida la propuesta estratégica público-privada entre todos los agentes, especialmente entre la Alcaldía municipal, la Cámara de Comercio de Cali y un Staff técnico de las universidades de la ciudad, se trabaje en alcanzar un acuerdo liderado por la Mesa de Empleo del Observatorio Económico y Social del Valle en el que se invite a participar a todas las organizaciones, organismos, entidades sociales, económicas, culturales, cívicas, públicas y privadas activas y comprometidas con el futuro de la ciudad para compartir el diagnóstico y consensuar los objetivos, los ejes y programas de actuación. Este acuerdo implica una declaración conjunta que materialice

el Pacto por el Empleo digno (decente y de calidad) en Cali.

Finalmente, es importante que Cali cuente con una estrategia de empleo permanente a fin de alcanzar una senda de crecimiento sostenida y mayores niveles de bienestar de la población. Además, se considera prudente realizar cada año una evaluación y análisis de los principales indicadores laborales así como de los recursos destinados a esta política con el fin de monitorear la evolución del mercado laboral en la ciudad.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A lo largo de este artículo es evidente que existe una desaceleración de la economía caleña y un empeoramiento en la evolución de los indicadores del mercado de trabajo. Actualmente están aumentando el desempleo, la precariedad laboral y la informalidad. Esto debido a la incapacidad de un alto porcentaje de la población de baja cualificación para entrar al mercado de trabajo como resultado de la desaceleración económica y de imperfecciones en el mercado laboral, como la sobre-educación (Mora, 2008), el efecto de títulos (Mora, 2003; Mora y Muro, 2008, 2010), la relación entre el empleo informal y el salario mínimo (Mora y Muro, 2010), entre otras. De esta forma, gran parte de la población no tiene otra alternativa que pasar a la economía informal. De ahí que la estrategia de generación de empleo vaya dirigida a favorecer factores estructurales y coyunturales para reactivar el empleo y el crecimiento económico.

Parece razonable, por lo tanto, que el objetivo de la estrategia para la crea-

ción activa de empleo sea la creación de empleo digno, el cual tiene una doble dimensión. La primera parte del objetivo (creación de empleo) que adquiere relevancia en la medida en que las previsiones de la economía no son nada buenas, lo que haría pensar que el modelo de crecimiento económico basado en una participación muy elevada del empleo podría agotarse en el corto o medio plazo. Además, la creciente integración de la ciudad con su entorno regional supondrá un elemento añadido de presión sobre el mercado de trabajo caleño, que obliga a no bajar la guardia en este aspecto cuantitativo de creación de empleo e implica una coordinación de las políticas entre los poderes públicos territoriales comprometidos. La creación de infraestructuras, especialmente las relativas al transporte, constituye un elemento clave para potenciar el desarrollo económico de la ciudad y de la región.

Sin embargo, el otro pilar sobre el que debe sustentarse la estrategia de creación activa de empleo para Cali es el relativo a la calidad del empleo (empleo digno). La mejora de esa calidad requiere un decidido impulso a la formalización de las relaciones laborales, aumentos de las coberturas de salud y pensiones, y creación de empleos más productivos que generen unos niveles más elevados de ingresos y reduzcan las desigualdades económicas.

La estrategia de creación de empleo digno presenta una amplitud de medidas dirigidas a cubrir un gran número de necesidades específicas, que van desde la promoción económica, la promoción de la ciudad, el desarrollo del mercado de trabajo, las necesidades

de la población más vulnerable y los problemas relacionados con la acogida de la población desplazada, lo que da fe de la complejidad e interrelación de las problemáticas que se deben atender. En ese orden de ideas, debería construirse un sistema de monitoreo y evaluación sistemática del mercado de trabajo de la ciudad y de los programas, lo que puede ser de gran utilidad para su orientación futura.

Se debe recordar que el empleo es una variable dependiente de la actividad económica y por lo tanto no puede ser generado solo por el mercado o la regulación, es preciso que estos dos últimos interactúen en un marco de concertación entre actores para aunar las iniciativas laborales de cada uno de ellos hacia un objetivo estratégico compartido: la creación de empleos dignos.

Por otro lado, aunque no es claro cuáles serían los costos de oportunidad de las estrategias aquí propuestas, las mismas implican no solo el uso de recursos públicos sino también una participación activa del sector privado, y así las estrategias planteadas redundan en un beneficio mayor para la ciudad ya que el objetivo último de cualquier estrategia público-privada relacionada con el empleo ha de ser la mejora de la calidad de vida de la población. En ese sentido, y pese a los avances que parecen haberse producido, el camino por recorrer es todavía largo y las autoridades deben tomar las medidas necesarias para que la mejora de la calidad del empleo se convierta en uno de los ejes centrales de su actuación en materia específica de empleo y mercado de trabajo.

En suma, defender una política activa de empleo para Cali debe ser un obje-

tivo común para todos los agentes que de una u otra forma participan en el mercado de trabajo de la ciudad: los empresarios, representados en la Cámara de Comercio de Cali, Fenalco, Andi, Anif, Asocaña, Camacol¹² y otras asociaciones empresariales de la mano del gobierno nacional, departamental y municipal; así como los actores que representan la oferta laboral tales como las agrupaciones sindicales y las ONG. Sin olvidar la participación activa de los académicos de las distintas universidades regionales, y por supuesto, todo aquel que esté dispuesto a colaborar en un marco de confianza mutua.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aguado, L. F. (2007). Capacidad de generación de empleo en el cuidado de infantes en el Valle del Cauca, Colombia: un ejemplo a partir de los Nuevos Yacimientos de Empleo. *Estudios Gerenciales*, 23(102), 63–80. Recuperado de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/1079/1/Capacidad_generacion_empleo_cuidado_infantes.pdf
2. Alonso, J. (2004). *Nuevas evidencias sobre la crisis económica al final de los años noventa. Una década de la economía caleña 1990-2001*. Cali, Colombia: Departamento de Economía, Universidad Icesi.
3. Banco de la Republica de Colombia –Banrep. (2009). *Informe de la junta directiva al Congreso de la República, marzo de 2009*. Bogotá: Autores.
4. Banco de la República de Colombia – Banrep. (2010). *Informe de la junta directiva al Congreso de la República, marzo de 2010*. Bogotá: Autores.
5. Cuadrado, J. (Dir.). (2003). *Política económica: objetivos e instrumentos*. Madrid: McGraw-Hill.
6. Fina, L. (2001). *El reto del empleo*. Madrid: McGraw-Hill.
7. McConnell, C., Brue, S. y MacPherson, D. (2007). *Economía laboral*. Madrid: McGraw-Hill.
8. Mora, J.J. (2003). Sheepskin effects and screening in Colombia. *Colombian Economic Journal*, 1(1), 95-108.
9. Mora, J.J. (2008). Sobre-educación en el mercado laboral colombiano. *Revista de Economía Institucional*, 10(19), 293-309.
10. Mora, J.J. (2009). La relación entre la participación laboral y las remesas en Colombia. *Borradores de economía y finanzas*, 17, 1-23. Recuperado de <http://econpapers.repec.org/paper/col000130/005246.htm>
11. Mora, J.J. (2010a). Labor Market Segmentation in Colombia using Stochastic Markov Chains. *Borradores de economía y finanzas*, 21, 1-20. Recuperado de <http://www.icesi.edu.co/departamentos/economia/images/21.pdf>
12. Mora, J.J. (2010b). *Remittances and labor participation in a Developing Country*. Recuperado de <http://www.iariw.org/abstracts/2010/8B/mora1.pdf>

12 Fenalco (Federación Nacional de Comerciantes), Andi (Asociación nacional de empresarios de Colombia), Anif (Asociación nacional de instituciones financieras), Asocaña (Asociación de cultivadores de caña de azúcar de Colombia), Camacol (Cámara colombiana de la construcción).

13. Mora, J.J. y Muro, J. (2008). Sheepskin effects by cohorts in Colombia. *International Journal of Manpower*, 29(2), 111-121.
14. Mora, J.J. y Muro, J. (2010). A Cohort-Based Analysis of the Influence of Minimum Wage Levels on the Labor Force Participation in the Informal Sector. *Borradores de economía y finanzas*, 25, 1-19. Recuperado de <http://www.icesi.edu.co/departamentos/economia/images/25.pdf>
15. Mora, J.J. y Santacruz, J. (2007). Emparejamiento entre desempleados y vacantes para Cali: un análisis con datos de panel. *Estudios Gerenciales*, (23)105, 85-94. Recuperado de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/1414/1/emparejamiento_desempleados.pdf
16. Organización Internacional del Trabajo -OIT. (1999). *Trabajo decente*. Documento presentado en la Conferencia Internacional del Trabajo, 87ª reunión, Ginebra, Suiza.
17. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico -OCDE. (2005). *Perspectivas del Empleo*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España.
18. Ortiz, C. y Uribe J.I. (2006). Hacia un modelo de desarrollo incluyente para el Valle del Cauca. *Estudios Gerenciales*, 23(102), 13-62. Recuperado de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/1078/1/Hacia_modelo_dlo_incluyente_Valle.pdf
19. Toharia, L. (Dir.). (1998). *El mercado de trabajo en España*. Madrid: McGraw-Hill.
20. Toharia, L. (Comp.). (1999). *El mercado de trabajo: teorías y aplicaciones*. Madrid: Alianza Editorial.
21. Toharia, L. (Comp.). (2006). *Los mercados transicionales de trabajo*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. ☀

APROXIMACIÓN DE RECLAMOS CONTINGENTES PARA LA PREDICCIÓN DE RIESGO DE CRÉDITO EN SUS MEDIDAS DE DETERMINACIÓN DE LA DISTANCIA DE DEFAULT Y SU PROBABILIDAD DE QUIEBRA PARA COLOMBIA^{1,2}

JUAN SERGIO CRUZ MERCHÁN*

Magíster en Política Internacional, Universidad Politécnica de España, España.
Profesor, Universidad Nacional de Colombia, Colombia.
Investigador, Centro de Investigaciones para el Desarrollo (CID), Colombia.
juacruz2009@gmail.com

JAIME VARGAS VIVES

Candidato al título de Especialista en Finanzas, Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA), Colombia.
Gerente Financiero, Superior, Colombia.
jaimevargasvives@hotmail.com

Fecha de recepción: 04-09-2009

Fecha de corrección: 15-07-2010

Fecha de aceptación: 11-01-2011

RESUMEN

El propósito de este artículo es evaluar el grado de aplicabilidad de la ruptura -Black y Scholes (1973) y Merton (1974)- en el mercado de valores de Colombia, desde la aproximación de reclamos contingentes, dentro de la nueva coyuntura del ciclo económico para América Latina. En particular, se examinará la habilidad de la Aproximación de Reclamos Contingentes desde la perspectiva de KMV Moody's, para estimar dos indicadores de riesgo de crédito: la distancia de bancarrota y la probabilidad de default, y luego comparar estas medidas con las que produce el mercado. Los resultados sugieren la posibilidad de uso de este modelo en Colombia, en especial para las empresas que no cotizan en bolsa.

PALABRAS CLAVE

Reclamo contingente, indicadores de quiebra, distancia de default.

Clasificación JEL: G13

1 Agradecimientos: a Sandra y Federico por su amor.

2 Este documento fue seleccionado en la convocatoria para enviar artículos, *Call for Papers*, realizada en el marco del Simposio "Análisis y propuestas creativas ante los retos del nuevo entorno empresarial", organizado en el marco de celebración de los 30 años de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Icesi y de los 25 años de su revista académica, *Estudios Gerenciales*, el 15 y 16 de octubre de 2009, en la ciudad de Cali (Colombia). El documento fue presentado en las sesiones simultáneas del área de "Finanzas".

* Autor para correspondencia. Dirigir correspondencia a: Calle 87 No 19c-41 Apto 302, Bogotá, Colombia.

ABSTRACT

Contingent claim approach to forecasting credit risk based on measurements of the distance-to-default and the probability of bankruptcy in Colombia

The purpose of this article is to assess the extent of applicability of bankruptcy - Black and Scholes (1973) and Merton (1974) - to the securities market in Colombia using the contingent claim approach in the context of the new current economic cycle in Latin America. It particularly examines the ability of the contingent claim approach, from the perspective of Moody's KMV, to estimate the two following credit risk indicators: distance to bankruptcy and probability of default. It then provides a comparison of these measurements versus those generated by the market. The findings suggest that there is a possibility of using this model in Colombia, especially with non-listed companies.

KEY WORDS

Contingent claim, bankruptcy indicators, distance-to-default.

RESUMO

Abordagem de créditos condicionais para a previsão de riscos de crédito em suas medidas de determinação da distância de default e sua probabilidade de quebra para a Colômbia

O objetivo desse artigo é avaliar o grau de aplicabilidade da ruptura - Black e Scholes (1973) e Merton (1974) - no mercado de ações da Colômbia, a partir da abordagem de créditos condicionais, no novo contexto do ciclo econômico para a América Latina. Nomeadamente, se examinará a capacidade da abordagem dos créditos condicionais na perspectiva de Moody's KMV, para estimar dois indicadores de risco de crédito: a distância da falência e a probabilidade padrão, e em seguida comparar essas medidas com aquelas causadas pelo mercado. Os resultados sugerem a possibilidade de usar esse modelo na Colômbia, em especial para as empresas não cotadas em bolsa.

PALAVRAS-CHAVE

Créditos condicionais, indicadores de falência, distância padrão.

INTRODUCCIÓN

La agudización de la crisis económica que enfrentarán los países de América Latina en esta coyuntura internacional, exige el desarrollo y la implementación de nuevas prácticas frente al riesgo de crédito por parte de los inversores institucionales y personas naturales. Esto conlleva que se trabaje con rapidez³ en la construcción de nuevos indicadores de quiebra que recojan las expectativas de los agentes del mercado y supere así el retraso de la información contable anual.

Las aplicaciones de modelos lineales fueron métricas insuficientes y forzaron a implementar nuevas vertientes teóricas de riesgo de crédito (Altman, 1968). Como resultado, desde los años ochenta, muchos estudios se han concentrado en desarrollar los espacios de las consecuencias de la ruptura de 1973 y hoy se pueden dividir estos trabajos en dos líneas: modelos estructurales y formas reducidas (Teixeira, 2007). Esta investigación se centra en la primera línea.

El objetivo de esta investigación es, en primer término, desarrollar la Metodología de Reclamos Contingentes dentro de la línea académica y comercial de Moody's y Vasicek con su modelo Expected Default Frequency (EDF)⁴ y determinar su grado de aplicabilidad en Colombia. Este documento entiende por grado de aplicabilidad las modificaciones teóricas y prácticas que se requieren acometer para llegar a un resultado,

dentro de unos lineamientos teóricos de las finanzas que le den sentido a los números.

En segundo término, se realizará un comparativo con las calificaciones de las emisiones de bonos de las empresas seleccionadas del mercado público de valores, con el fin de probar si las tendencias de las dos medidas -los resultados de la investigación y las del mercado- son coincidentes o no. Esta inquietud surge porque las calificadoras de riesgo fueron unas de las instituciones cuestionadas en la actual crisis del mercado hipotecario norteamericano e internacional; es así como Europa divulgó un documento sobre regulación a las calificadoras de riesgo (Gonzalez, 2009). De acuerdo con Crouhy, Galia y Mark (2001) y Rodríguez (2004) ellos sostienen que:

Otra medida que es muy útil para el análisis de probabilidad de bancarrota es el de considerar a las compañías dentro de distintos grupos de acuerdo a la calificación otorgada por las sociedades calificadoras de riesgo y posteriormente en un lapso de tiempo pequeño (por ejemplo, bimensual) analizar cuáles compañías deberían ser trasladadas a una mejor/peor calificación, pero debido a que las calificaciones no son rápidas esto no ha sucedido. (Rodríguez, 2004, p.12)

Para la consecución de estos dos objetivos este documento se organizó de la siguiente forma. El artículo empieza con esta primera sección introductoria, donde se precisa el alcance del estudio. La primera sección hace

3 Guédez (2003, p. 7) al respecto: "Senge citaba al jefe de planificación estratégica del Grupo Royal Dutch/Shell, Arie de Guez, para quien la habilidad para aprender con mayor rapidez que los competidores pudiera ser la única ventaja comparativa sustentable".

4 En la línea de Crosbie y Bohn (2003).

una presentación esquemática de la literatura relacionada desde 1973 hasta agosto de 2009 y ofrece así un marco teórico/explicativo de las secciones siguientes. La segunda sección presenta la metodología de reclamos contingentes desde una perspectiva conceptual. Aquí se busca que el lector no se enrede con el lenguaje matemático sino que se concentre en su significado. La tercera sección hará la presentación de la Metodología de EDF con su debida formalización matemática. En este artículo no se hará ninguna demostración matemática porque ha sido terreno fértil de otros trabajos, sino que más bien, se centrará en los objetivos precisos de este artículo. En la cuarta sección se presentarán los resultados de la aplicabilidad de este modelo en Colombia, desde la muestra que se tomó de la Bolsa de Valores de Colombia en los últimos tres años y que recoge la fase final del crecimiento económico y la última información disponible al cierre del segundo trimestre del 2009. Por último, se presentarán las conclusiones y propuestas de nuevas líneas de investigación, en especial de empresas que no cotizan en bolsa y que requiere la re-conceptualización del modelo básico.

I. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

El modelo propuesto por Merton (1974) es la base de la corriente de modelos estructurales de la valoración de la deuda corporativa. Se basa en la perspectiva de *Reclamo Contingente* abierta por Black y Scholes (B-S) en 1973. Es desde allí que Merton presenta a la comunidad académica un modelo muy sencillo que puede ser usado para la valoración (*pricing* en inglés) de cada uno

de los instrumentos de la estructura financiera.

Desde un marco general, el proceso de default de una compañía está determinado por el valor de sus activos y así mismo el riesgo de default de una compañía está directamente relacionado con la variabilidad del valor de los activos. La vertiente de los modelos reducidos en contraposición no condiciona el default al valor de los activos. Merton (1974) asume que la dinámica del valor de un activo V_t , puede ser descrita a través de un proceso de difusión desde una ecuación diferencial estocástica. En su versión original, la empresa se financia con deuda y acciones que no reparten dividendos pero este supuesto se ha relajado en posteriores trabajos. Para él, el valor de la firma y de los activos es igual y no depende en sí mismo de la estructura financiera. El valor de los activos, V_0 , es igual a la suma de los instrumentos que componen la estructura financiera. De la misma manera, el valor del patrimonio es igual a la diferencia entre el valor de los activos y el valor de mercado de la deuda. Desde esta perspectiva, el patrimonio puede ser visto como una opción call del valor de la firma, con un precio de equilibrio igual al valor facial de la deuda (Teixeira, 2007).

En este sentido, los principales exponentes de la ampliación del trabajo seminal de Black y Scholes (Anderson y Sundaresan, 1996; Collin-Dufresne, 2001; Fan y Sundaresan, 2000; Geske, 1977; Leland, 1994; Longstaff y Schwartz, 1995; Mella-Barral y Perraudin, 1997; y en especial, Teixeira, 2007) buscaron aproximar el marco general a la realidad. Para los propósitos específicos de la modela-

ción matemática que se desarrollará en la sección quinta, se incluirán los aportes y presiones de los profesores Kealhofer (2003) y Vasicek (1977), quienes desarrollaron una aproximación de riesgo de crédito a partir de los conceptos básicos de B-S.

2. METODOLOGÍA

La teoría inicial de los reclamos contingentes se focalizó en la valoración de opciones y la aplicación de la teoría de las opciones al análisis de la estructura del capital corporativo.⁵ El valor total de una compañía está dado por la suma del valor de los securities que tenga en su estructura de capital. Estos securities pueden ser vistos como reclamos contingentes del valor implícito de la compañía. Los reclamos contingentes (CCA, por sus siglas en inglés, *Contigent Claim Approach*) pueden ser implementados para analizar cómo cambia el valor de los reclamos contingentes a medida que cambia el valor de la compañía a través del tiempo. Es por lo anterior que el análisis de reclamos contingentes debe ser visto como una generalización de la teoría de la valoración de opciones, con el fin de explicar el preámbulo en el cual todos los reclamos contingentes pueden ser valorados.

El análisis de reclamos contingentes se basa en tres principios: 1. El valor de los flujos del pasivo desde los activos, 2. Los pasivos tienen madurez diferente y por ende los riesgos relacionados son diferentes de acuerdo con su madurez, y 3. Existe un elemento aleatorio respecto a la forma como el valor del activo evoluciona a través

del tiempo. La deuda es un reclamador antiguo del valor de los activos y el patrimonio es un reclamador junior del valor del activo. La deuda es riesgosa porque el valor del activo puede no ser suficiente para cubrir los pagos de deuda contraídos. Debido a esto, el valor de la deuda riesgosa puede ser visto con dos componentes: el valor libre de probabilidad de no pago y la pérdida esperada asociada con el no pago cuando los activos son insuficientes para cubrir los pagos de deuda contraídos. El valor de los reclamos junior (patrimonio en el caso de las compañías) se deriva del valor residual después de que se hayan hecho las promesas de pago de deuda.

Si el valor de los activos tiene un componente variable (por ejemplo, el precio cambia, shocks y otros factores que afectan el valor de los activos), cuanto más alta sea la volatilidad de los activos, mayor probabilidad de que el valor de los activos caiga por debajo del nivel necesario para cubrir los pagos de las deudas maduras a través del periodo horizonte. En consecuencia, *ceteris paribus*, una mayor volatilidad implica tener una pérdida esperada mucho más alta y un menor valor de deuda riesgosa. Las técnicas financieras como option pricing relationships han sido desarrolladas para medir la pérdida esperada como función del valor de los activos, de su volatilidad, la deuda libre de no pago (default) y el tiempo de horizonte. De la misma forma el valor del patrimonio y de los reclamos junior pueden ser medidos en función de las mismas variables. La pérdida esperada en la deuda

5 Ver el trabajo de Gapen, Gray, Lim y Xiao (2004).

riesgosa es una opción put implícita. El patrimonio y los reclamos junior son opciones call implícitas.

La esencia de los reclamos contingentes es que los cambios en las variables observadas (el valor de los securities en la estructura de capital) son usados para inferir cambios en las variables no observadas (el valor de la compañía). La aplicación de esta metodología a la estructura de capital deriva de los pasivos maduros en la estructura de capital y en la identidad del balance en que el valor del mercado de toda la deuda más el patrimonio debe ser igual al valor actual de la compañía en el mercado. Dado que el patrimonio representa un reclamo residual sobre los activos, con pasivos limitados, este se puede modelar como una opción call. La característica de default le permite al tenedor entregar el activo subyacente en forma de pago de la deuda si el valor de este cae por debajo del valor de la deuda. En este caso el activo subyacente es el valor de los activos o valor de la firma. En otras palabras el accionista puede irse si el valor de la compañía cae por debajo del valor de la deuda. El pago de deuda a su madurez es equivalente a la diferencia entre el valor libre de no pago (libre de default) y una opción put en el valor de la compañía con el strike-price igual al valor en libros de la deuda y su fecha de expiración equivalente a la madurez de la deuda. La opción put representa el reclamo limitado de pasivos suscrito por el tomador de la deuda para con el socio, lo que le da a este último la libertad de someter los activos de la compañía e irse cuando su valor caiga por debajo de los pagos prometidos del tomador de la deuda a la madurez.

2.1. La metodología de reclamos contingentes (Gapen, Gray, Lim y Xiao, 2004)

En este apartado se ilustra la metodología de reclamos contingentes (CCA) aplicada a un balance simplificado de una compañía comprometida con deuda madura y patrimonio junior. En algún punto del tiempo, el valor total de mercado de los activos A de una compañía financiada con deuda D y patrimonio E , es igual al valor de mercado del patrimonio más el valor de mercado de la deuda riesgosa. El análisis fundamental establece que el valor de los activos de la compañía se deriva de un proceso estocástico del valor presente descontado del ingreso menos los gastos, con el potencial de que el valor de los activos caiga por debajo del punto en el cual los pagos programados de deuda puedan ser hechos. Si los activos caen por debajo del nivel en el cual la deuda no pueda ser servida, el no pago (default) es el resultado. Este nivel es comúnmente conocido como *Distress Barrier* (DB o barrera de punto de quiebra, por su traducción al español), y es igual a o cercano al valor de la deuda libre de no pago (libre de default).

Los socios tienen un reclamo contingente junior sobre el valor residual de los activos en el futuro. De este modo, el valor del patrimonio puede ser visto como una opción en la cual los socios reciben el máximo de los activos menos DB, o nada en caso de default. El valor del patrimonio por ende es como en la Ecuación 1:

$$E = \max(A - DB, 0) \quad (1)$$

Las fórmulas estándar del option pricing pueden ser usadas para relacionar los cambios en el precio de la compañía a los cambios en el

patrimonio. Dada la relación que hay entre el patrimonio de la compañía y sus activos, los cambios en el valor del patrimonio transado pueden ser usados a través de las relaciones del option pricing para inferir los cambios en el valor del mercado de los activos de la compañía.

Sin embargo, en el caso de la deuda riesgosa todo es un poco más complejo. Los acreedores de la deuda están obligados a absorber las pérdidas en caso de no pago (default) y la garantía de repago por el deudor puede ser modelada como una opción put implícita dado que los acreedores reciben los activos de la compañía que no pague (o de forma equivalente los activos de la compañía son puestos a disposición de los acreedores). Por ende, los acreedores de deuda riesgosa reciben el mínimo del valor libre de default, o en el caso de default, el reclamo maduro en los activos. Desde que el valor de la deuda libre de default es igual al DB y a la opción implícita put de los activos la compañía ($DB - A, 0$), el valor de la deuda riesgosa puede ser modelado en la Ecuación 2:

$$D = \min(A, DB) = DB - \max(DB - A, 0) \quad (2)$$

Si se insertan estas relaciones de option pricing a la identidad del balance, resulta en que un valor de mercado de la compañía en un instante de tiempo t , se define como:

$$A = D + E \quad (3)$$

$$A = DB - \max(DB - A, 0) + \max(A - DB, 0) \quad (4)$$

La fórmula de option pricing es usada en dos pasos. Primero, el valor observado de mercado del patrimonio y el

DB son usados con la fórmula de la opción call para derivar el valor de los activos de la compañía. El valor de los activos de la compañía y el DB son usados luego con la fórmula de la opción put para derivar el valor implícito de mercado de la deuda riesgosa. Por ende el CCA usa las fórmulas put y call del option pricing para desarrollar un balance al valor del mercado sobre las variables financieras del mismo.

2.2. Distancia default y la probabilidad de default

Los dos indicadores más útiles de crédito riesgoso que surgen de la implementación del CCA son la distancia al DB y la probabilidad de default. Las fórmulas de option pricing aplicadas en el CCA recaen sobre pocas variables seleccionadas: el valor implícito de los activos, la volatilidad implícita de los activos, el DB, la tasa de interés libre de riesgo y el tiempo. Estas variables pueden ser combinadas en una única medida del riesgo de default. Esta medida que se llama la distancia al DB, compara la diferencia entre el valor de mercado de la compañía relativo al DB y luego escala esta distancia basado en la volatilidad de los activos. En la aplicación del CCA a la estructura actual del capital de la compañía, muchos practicantes computan el DB como suma del valor en libros de la deuda de corto plazo y la mitad de la deuda de largo plazo más los intereses de la deuda de largo plazo. Esta computación se usa dado que las instancias de default de las compañías han demostrado que es posible que el valor transado de los activos caiga incluso por debajo del valor en libro del total de la deuda

para periodos significativos sin defaults si la mayor parte de la deuda es a largo plazo. Sin embargo, la deuda a corto plazo está más ligada, dado que la compañía enfrenta riesgo en un periodo menor. Por ende, se hace un ajuste para reducir el peso de la deuda a largo plazo en el DB.

La distancia al DB combina la diferencia entre los activos y el DB con la volatilidad de los activos en una única medida, como en la Ecuación 5, lo que incluye el número de desviaciones estándar del valor de los activos del DB. El numerador mide la distancia entre el valor de mercado proyectado a un año de los activos de la compañía y el DB. Esta cantidad luego es escalada por un movimiento de una desviación estándar en los activos de

la compañía. A niveles bajos del valor de los activos en el mercado, mayores niveles de apalancamiento y mayores niveles de volatilidad, se reduce la distancia al DB.

El paso final para determinar la probabilidad de default consiste en hacer un mapeo entre las distancias de medida de DB de la Ecuación 5 y las probabilidades actuales de default basadas en datos históricos. Usando información histórica de una gran muestra de compañías y estableciendo una medida determinada de distancia a DB, el modelo de Moody's KMV es capaz de estimar la proporción de estas compañías, que de hecho hicieron default en un año adelante en el horizonte de tiempo.

$$\frac{\text{Valor de mercado de los activos} - \text{DB}}{\text{Valor de mercado de los activos} * \text{Volatilidad de los activos}} \quad (5)$$

3. METODOLOGÍA DE EXPECTED DEFAULT FREQUENCY (EDF) Y SU REPRESENTACIÓN MATEMÁTICA

Como se afirmó en la sección inicial, esta investigación parte de los desarrollos matemáticos de las escuelas norteamericanas para centrarse en determinar el grado de aplicabilidad del modelo a las condiciones del mercado público de valores en Colombia. Para tal efecto, se recoge la formulación matemática de Crosbie y Bohn (2003) cuyo desarrollo fue traducido en la tesis de grado de Rodríguez (2004). Lo importante de este trabajo numérico es tener claros los supuestos de los diferentes modelos y su posibilidad práctica en Colombia,

máxime la restricción y consistencia de la información. No obstante, se tiene reparos en la determinación de uno de los parámetros claves de la modelación pero que no invalida para nada el modelo y se calculó de forma diversa.

La metodología debe seguir una serie de pasos que son:

1. Cálculo de la probabilidad de default de una firma, lo cual requiere:
 - **Estimar el valor de los activos.** El valor de los activos y su volatilidad se estimarán desde el valor de mercado del patrimonio y su volatilidad, como del valor en libro de los pasivos. Estos valores se hallarán a través del modelo de

B-S. Los precios de los instrumentos tanto de deuda como de patrimonio se determinan a partir de las expectativas de los inversores sobre el comportamiento futuro de la empresa y de la industria, así como de la economía en general.

- **Calcular la distancia de default.** La distancia de default (DD) es calculada desde el valor de los activos, la volatilidad de los activos y del valor en libros de los pasivos. ¿Qué instrumentos de pasivos se incluyen? y la respuesta es que esto depende del objetivo del análisis, ya que se puede determinar la probabilidad de default de menos de un año o por un periodo mayor.
- **Calcular la probabilidad de default.** La probabilidad de default está determinada directamente por la distancia de default y la tasa de default para determinados niveles de distancia de default. La firma llega a default cuando se cumple la Ecuación 6.

Este punto no significa que la empresa no siga operando, en Colombia, la mayoría de las empresas que entraron al proceso de la Ley de Bancarrota en Colombia y de default de la Superintendencia de Sociedades, ya habían superado este punto hace un buen tiempo (Cruz, 2009) (ver Anexo 1).

La distancia default (ver Ecuación 7) es una medida en términos de

desviaciones estándar de la media hasta el punto de la bancarrota que combina tres llaves en el tema de riesgo: el valor de los activos de firma, el riesgo de la empresa y el riesgo de la industria. Igualmente, esta medida incorpora, a través de la volatilidad y el valor de los activos, los efectos de la industria, la ubicación geográfica y el tamaño.

2. Una de las innovaciones del modelo en relación con otros modelos estructurales de riesgo de crédito, es la implementación del modelo de B-S para determinar el valor de los activos. Si el precio de patrimonio está disponible, entonces el valor de mercado y la volatilidad de los activos podrán ser determinados o calculados a partir de definir al patrimonio como un derecho de compra mas no como una obligación.

De lo anterior se concluyen dos ecuaciones que permiten calcular el valor de mercado de los activos y su volatilidad, que son dos variables desconocidas hasta el momento a partir de los otros valores:

- El valor del patrimonio: como opción es función del valor de los activos, la volatilidad de los activos, la estructura de capital y la tasa de interés.
- La volatilidad del patrimonio: como opción es función del valor de los activos, la volatilidad de los activos, la estructura de capital y la tasa de interés.

$$\text{Valor de mercado de los activos} - \text{Punto default} = 0 \quad (6)$$

$$\text{Distancia default} = \frac{\text{Valor de mercado de los activos} - \text{Punto default}}{\text{Valor de mercado de los activos} * \text{Volatilidad de los activos}} \quad (7)$$

3. En el Gráfico 1 se esquematizan las piezas del análisis para el cálculo de la probabilidad de default a un tiempo H futuro.

Donde:

1. V_0 es el valor de los activos a hoy.
2. La función de distribución del valor de los activos en el momento H .
3. La volatilidad del valor futuro de los activos en el tiempo H .
4. El punto de quiebra (default) desde la precisión del valor en libros de los pasivos.
5. La media de crecimiento de los activos durante el periodo en consideración H .
6. El periodo de consideración H .

Para parametrizar el modelo y su posterior aplicación en empresas colombianas se define la siguiente estructura básica financiera:

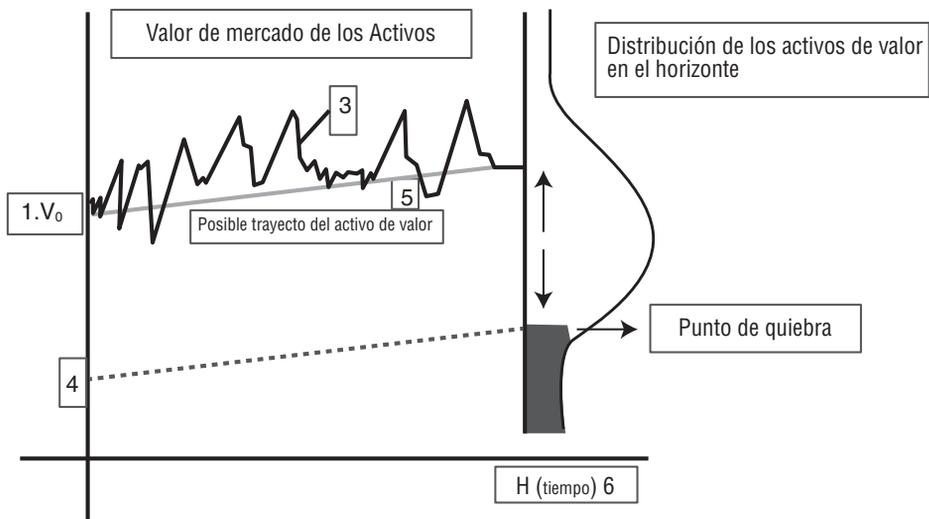
- Obligaciones corrientes (O)
- Deuda de corto plazo (C)
- Deuda de largo plazo o bonos (L)
- Valor del mercado del patrimonio (E)

Se establecerá un tiempo inicial como tiempo 0 y un tiempo T que corresponde al vencimiento o madurez de la deuda de corto plazo. Este plazo se asumirá también como vencimiento de las obligaciones corrientes. El valor a amortizar de la deuda de corto plazo en el tiempo T se denotará por C_T .

Se asume que:

- Los activos de la compañía siguen el proceso estocástico con media y volatilidad constantes durante T . Este supuesto es muy fuerte y ha sido muy rebatido.

Gráfico 1. Probabilidad de incapacidad de pago en el momento H



Fuente: Elaboración propia.

- No existen costos adicionales de quiebra o de transacciones.
- El retorno de los activos de la compañía μ se aproxima a los retornos del patrimonio (metodología CreditMetrics/CreditVaR) lo que es equivalente a aproximar el fondeo de las actividades de la compañía cien por ciento por patrimonio.

3.1. Punto de bancarrota

En la sección anterior se estableció que el precio del ejercicio para las opciones call y put corresponde a las deudas que disparan la bancarrota. En este caso, esas deudas corresponden a las de corto plazo C y a las obligaciones corrientes O , por lo tanto se define el punto de bancarrota como en la Ecuación 8:

$$PB = (C_{\tau} + O_{\tau}) \quad (8)$$

Adicionalmente, Ogden (1987) establece que el punto de quiebra de una compañía es aproximadamente la suma de las deudas de corto plazo y la mitad de las de largo plazo. De lo cual se concluye que las obligaciones corrientes en la práctica se estiman como la mitad de las deudas de largo plazo.

3.2. Valor de mercado de los activos como proceso estocástico

Una forma de describir el comportamiento de los activos de una compañía es especificar que los cambios porcentuales de estos son

independientes del pasado, es decir, únicamente dependen de su estado actual (propiedad de Markov).⁶

De acuerdo a esto, los activos se pueden modelar mediante el siguiente proceso estocástico conocido como *movimiento Browniano simple*:⁷

$$dA = \mu A dt + \sigma_A dz \quad (9)$$

Donde dA representa el cambio en los activos, A representa los activos en el tiempo T , μ representa los retornos de la compañía, σ_A la varianza instantánea sobre los retornos de los activos de la compañía y dz corresponde al proceso de Wiener⁸ (un tipo de proceso markoviano con cambios en la media iguales a 0 y varianza igual a 1 por unidad de tiempo). De esta manera, el comportamiento del retorno de los activos constituye una parte determinística o de tendencia ($\mu A dt$) que corresponde a la media, y una parte aleatoria o variable que corresponde al segundo término de la ecuación ($\sigma_A dz$)

Se asume que el rendimiento μ de los activos es la prima que deben pagar las compañías sobre la tasa libre de riesgo que recompense a los inversionistas por el exceso de riesgo. Al ser no observables los activos, el cálculo de este parámetro es difícil de estimar. De acuerdo con las metodologías de Creditmetrics y CreditVar (Elizalde, 2003), μ se puede estimar como el equivalente al rendimiento

6 Las cadenas de Markov y los procesos de Markov son un tipo especial de procesos estocásticos.

7 En el año 1905, el famoso físico Albert Einstein (1879-1955) publicó un célebre trabajo en el que propuso la explicación del movimiento browniano. Es interesante notar que ese mismo año Einstein publicó otros dos famosos trabajos: el del efecto fotoeléctrico (que le valdría el premio Nobel de Física en 1923) y el de la teoría de la relatividad de la suposición atómica. En particular se interesó por las conclusiones que se obtendrían si el movimiento browniano se tratara de explicar por medio de la hipótesis atómica.

8 El proceso de Wiener es un proceso estocástico de tiempo continuo.

del patrimonio para el periodo inmediatamente anterior a T . Esto se representa en el Gráfico 1 como la tasa a la que se espera renten los activos después de un año. Se asumirá que en el tiempo 0 se realizará el prepago de los dividendos e intereses sobre la deuda, proyectados durante el periodo T . Este flujo negativo se denotará como F :

$$dA(0) = -F \quad (10)$$

Un gran aporte que posteriormente Black-Scholes y Merton utilizaron para la derivación de su ecuación diferencial fue el conocido *Lema de Itô*. Este establece que para el proceso descrito por la Ecuación 9, debe existir una función G de los activos A y del tiempo t que siga el siguiente proceso:⁹

$$dG = \left[\frac{\partial G}{\partial A} \mu A + \frac{\partial G}{\partial t} + \frac{1}{2} \frac{\partial^2 G}{\partial A^2} \sigma_A^2 A^2 \right] dt + \frac{\partial G}{\partial A} \sigma_A A dz \quad (11)$$

Donde G también sigue un proceso de Wiener. Luego se construye un portafolio con la cantidad apropiada de A derivado (dG) y de activo subyacente de las Ecuaciones 9 y 11 y así poder eliminar dz de la ecuación.¹⁰ Entonces, el portafolio se confirma con (-1) derivados y (+ $\partial G/\partial S$) activos subyacentes y se obtiene:

$$\frac{\partial G}{\partial t} + rA \frac{\partial G}{\partial A} + \frac{1}{2} \sigma_A^2 S^2 \frac{\partial^2 G}{\partial S^2} = rG \quad (12)$$

Esta es la ecuación de Black – Scholes – Merton que permite encontrar la

valoración del derivado G de acuerdo con las condiciones de borde que se incluyan. En el modelo r corresponde a la tasa de retorno libre de riesgo que hace que en el derivado no pueda existir arbitraje durante un periodo infinitesimal t . Con base en esta ecuación, las soluciones que se encuentran para las condiciones de borde de los derivados: opciones call y put son respectivamente:

$$c = S(0)N(d1) - Ke^{-rT}N(d2) \quad (13)$$

$$p = Ke^{-rT}N(-d2) - S(0)N(-d1) \quad (14)$$

Donde:

$$d1 = \frac{\ln\left(\frac{S(0)}{K}\right) + \left(r + \frac{\sigma^2}{2}\right)T}{\sigma_A \sqrt{T}} \quad (15)$$

$$d2 = \frac{\ln\left(\frac{S(0)}{K}\right) + \left(r - \frac{\sigma^2}{2}\right)T}{\sigma_A \sqrt{T}} \quad (16)$$

De acuerdo con esto, $S(0)$ en el modelo EDF, corresponde a los activos en el tiempo cero [$A(0) - F$], el precio de ejercicio K corresponde a las deudas que disparan la bancarrota o también definido como *punto de bancarrota* [$C_T + O_T$]. Las valoraciones para la opción call (patrimonio) y la opción put (vender deuda) con las consideraciones anteriores son:

$$E = [A(0) - F]N(d1) - [C_T + O_T]e^{-rT}N(d2) \quad (17)$$

9 La explicación detallada de la obtención de la Ecuación 11 va más allá del objetivo principal de este artículo. Se invita al lector interesado en el tema de cálculo estocástico a consultar la referencia de Itô (1951).

10 Consideraciones hechas sobre la teoría de opciones detallada en Hull (2008, pp. 216-266).

$$P = [C_T + O_T] e^{-rT} N(-d2) - [A(0) - F] N(-d1) \quad (18)$$

Donde

$$d1 = \frac{\ln \left[\frac{[A(0) - F] / [C_T + O_T] + \left(r - \frac{\sigma^2}{2} \right) T}{\sigma_A \sqrt{T}} \right]}{\sigma_A \sqrt{T}}$$

$$d2 = d1 - \sigma_A \sqrt{T}$$

E Se define como el valor de la opción call (patrimonio)

P Se define como el valor de la opción put

r Representa la tasa libre de riesgo

3.3. Estimación de la volatilidad de los activos

De la Ecuación 17 se puede derivar una segunda ecuación, la cual explica la relación existente entre la varianza del patrimonio σ_E y la de los activos σ_A :

$$\sigma_E = \frac{\partial E}{\partial A} \frac{A}{E} \sigma_A \quad (19)$$

La relación $\frac{\partial E}{\partial A} \frac{A}{E}$ se puede ver como la elasticidad del patrimonio con los activos, es decir, la cantidad porcentual del cambio del patrimonio al cambio en 1% del cambio de los activos. La estimación de la volatilidad del patrimonio mediante la Ecuación 19 se mantiene solo de forma instantánea. Por ende, la Ecuación 19 resulta en:

$$\sigma_E = N(d1) \frac{A}{E} \sigma_A \quad (20)$$

Teniendo en cuenta las Ecuaciones 17 y 20 se puede ver que existen dos variables desconocidas, el valor de los activos $A(0)$ y su volatilidad σ_A ; es decir, se tienen dos ecuaciones con dos incógnitas, por lo tanto se pueden encontrar las soluciones correspondientes.

Sin embargo, la volatilidad como se define en la Ecuación 20 tiene varios inconvenientes para aplicarla a un modelo real. Según Crosbie y Bohn (2003) es aquí donde hay fuertes discrepancias con los autores citados, porque no se encuentra una solución analítica y la revisión reciente de la literatura afirma lo mismo (Jara, 2001; Laciaña, 2004). Jara sostiene que no se puede calcular la volatilidad implícita y que se requiere un método de aproximación del tipo de Newton-Rapson. Igualmente, Laciaña piensa que:

Debido a la complejidad de estas ecuaciones no es posible despejar en forma analítica el valor de σ , es por ello que se emplean métodos numéricos que permiten, mediante el uso de computadoras, hallar el valor más próximo a la solución. El método más utilizado es el conocido como de Newton-Rapson. (p. 16)

3.4. Distancia a bancarrota

Una vez conocido el valor de mercado de los activos y su volatilidad, se calcula la distancia a bancarrota, la cual representa, como se mencionó en la sección 2, la proximidad al punto de bancarrota como el número de desviaciones estándar. Esta medida se representa como:

$$DB = \left(\frac{\text{Media} - x}{\sigma} \right) \quad (21)$$

Ahora, incorporando las especificaciones del modelo descritas anteriormente se tiene,

$$DB = \left(\frac{[\ln(A(0) - F) + \mu - \frac{1}{2} \sigma_A^2 T] - \ln(C_T - O_T)}{\sigma_A \sqrt{T}} \right) \quad (22)$$

Esta representa la ecuación que se utilizará para el cálculo de la distancia a bancarrota de las empresas colombianas en la siguiente sección.

3.5. Probabilidad de bancarrota

La probabilidad de bancarrota como se definía en la sección anterior, se refiere a la posibilidad de que los activos caigan a un valor menor al punto de bancarrota, es decir,

$$P = P [A(T) \leq (C_T + O_T) | A(0) = A] \quad (23)$$

Donde $A(T)$ son los activos en el tiempo T . Las demás variables deberían ser familiares. Por lo tanto, tomando el logarítmico natural a ambos lados,

$$P = P [\ln [A(T)] \leq \ln [C_T + O_T] | A(0) = A] \quad (24)$$

Recordando que el logaritmo de los activos se distribuye normalmente (Ecuación 12), la probabilidad descrita en la Ecuación 24 es:

$$P = N \left(\frac{\ln (C_T - O_T) - \ln (A(0) - F) - \mu T + 1/2 \sigma_A^2 T}{\sigma_A \sqrt{T}} \right) \quad (25)$$

Donde N representa la función de distribución acumulada normal.

En este sentido, la probabilidad de bancarrota utilizando el modelo EDF se puede encontrar empleando la Ecuación 25. Sin embargo, estos estudios realizados por KMV, demuestran que la probabilidad de quiebra no puede mantener el supuesto de normalidad. Kealhofer (2003) establece que una compañía que se encuentra a más de cuatro

desviaciones estándar de su punto de bancarrota tendría (en el caso de distribución normal) esencialmente probabilidad cero de bancarrota. Actualmente esta probabilidad (para las compañías estadounidenses) es cercana al 0,05%. Por esta razón, la probabilidad determinada por esta distribución no es aplicable en la práctica.

Según Crosbie y Bohn (2003) es necesario calcular una distribución empírica, la cual se base en tomar la distancia a bancarrota DB como estadístico suficiente que posea el poder de explicación de la probabilidad de bancarrota. En la práctica no es posible encontrar una función de distribución en Colombia porque se carece de los datos requeridos. No hay que confundir las empresas que se quiebran y que están bajo la competencia de Supersociedades ya que estas no cotizan en Bolsa. Significa esto que no se puede usar los estimadores de quiebra de aquellas que no cotizan en Bolsa y, si se hace, se debe ser muy cuidadoso en la argumentación en su defensa.

4. RESULTADOS

Para la determinación de la muestra se tomaron las empresas que cotizan en el mercado público de valores con un grado de transacción, el resultado inicial fue de 23 compañías. Esta condición busca garantizar que los precios reflejen condiciones de mercado. De esa muestra se retiraron las empresas del sector financiero, ya que la base de datos de liquidadas y reestructuradas con que cuenta la investigación son del sector real. Luego se tomaron las empresas que tienen un grado de exposición por comercio

exterior. Por último, se seleccionaron aquellas empresas que hayan emitido deuda con el fin de comparar la dinámica de la calificación que ofrece el mercado y la que se obtiene con el modelo. Las empresas resultantes son once: Cementos Argos, Compañía Nacional de Chocolates, Colombiana de Inversores, Coltejer, Enka, Éxito, Fabricato, Inverargos, Mineros, Tablemac y Valorem. No obstante, se presentan los resultados de cuatro empresas.

Con el fin de determinar el grado de aplicabilidad del modelo, se partió del primer trimestre del 2007 donde aún se manifestaba un crecimiento económico. Igualmente, se tomaron trimestres porque la información que reporta Superfinanciera está expresada en esos términos y, a su vez, para medir la dinámica del modelo en diferentes momentos del año.

La información utilizada fue:

- Estados financieros: Estados de Resultados y Balance General en el tiempo. Se toman los últimos once trimestres y sus proyecciones.
- Precio diario de la acción durante los últimos once trimestres a precio de cierre diario.
- Dividendos correspondientes a los dividendos que se pagarán durante el periodo T sobre el cual se va hacer el modelo.
- Fecha de anuncio, la fecha de pago y el valor de la acción.
- Número de acciones en circulación durante cada periodo T a evaluar.
- Los valores que se obtienen del modelo.

- Valor del patrimonio y su volatilidad durante el periodo en el tiempo de ejercicio.
- El valor de los activos durante el periodo.
- El punto de bancarrota de la compañía en el tiempo T .
- La distancia de bancarrota en el tiempo T .
- La probabilidad de bancarrota (bajo la distribución normal) de los activos de la compañía.

Con la información anterior se procedió a calcular el precio de mercado del patrimonio. Esto fue posible porque hay evidencias empíricas sobre la asignación de precio a un conjunto de empresas que cotizan en bolsa. No obstante, la siguiente investigación se centrará en desarrollar un modelo de riesgo de crédito para empresas que no cotizan en Bolsa dentro de la línea de investigación de Crosbie y Bohn (2003) y sus posteriores modificaciones por parte de los autores. Luego, con el valor de mercado del patrimonio, se procedió a calcular el valor de mercado de la deuda. Como no todos los instrumentos de la estructura financiera son valorados en el mercado, se procedió a seguir el algoritmo que se explicó en la sección anterior. Con este último parámetro se calculó el valor de los activos en el momento inicial (V_0) como la suma del valor de mercado del patrimonio y de la deuda. Luego se hizo la pregunta ¿cuál es la tasa promedio de crecimiento de los activos (U_a) a valor de mercado? Está claro que no hay una evidencia empírica de este parámetro, por lo que debe ser estimado de forma indirecta.

Para datos históricos se tomó la variación del valor del patrimonio a precios de mercado y para su estimación futura se tomó la tasa forward del yield de las acciones como la relación de los dividendos estimados para el siguiente periodo D_1 y el precio de la acción hoy P_0 (CFA Institute, 2009). Para llegar a este pronóstico se tomó el crecimiento promedio de los dividendos de los dos últimos años. No obstante, esta cifra puede ser significativa o no dependiendo de la tradición de repartición de dividendos de cada empresa y las percepciones habituales de rendimiento de los accionistas. Con este parámetro de crecimiento o decrecimiento de los activos y con el valor de los activos en el momento cero y en cualquier momento del tiempo, se calculó la volatilidad del activo. No se calculó el valor del activo a precio de mercado en el momento de cero y su volatilidad como lo propusieron Crosbie y Bohn (2003) sino que se calculó el valor de V_0 como la suma de los valores del patrimonio y de la deuda a precios de mercado y posteriormente se calculó la volatilidad de los activos. A partir de allí se usaron el conocido modelo de B-S y las ecuaciones de distancia de bancarrota (Ecuación 22) y de probabilidad de default (Ecuación 25).

Se presentan los resultados de las empresas de Tablemac, Cementos Argos, Éxito y Nacional de Chocolates.¹¹ Recuerde que hay dos objetivos en el presente artículo: en primer término, desarrollar la metodología de reclamos contingentes dentro de la línea académica y comercial de Moody's

y Vasicek con su modelo Expected Default Frequency (EDF) (Crosbie y Bohn, 2003) y determinar su grado de aplicabilidad en Colombia. En segundo término, se realizará un comparativo con las calificaciones de las emisiones de bonos de las empresas seleccionadas del mercado público de valores con el fin de medir si las tendencias de las dos medidas -los resultados de la investigación y las del mercado- son coincidentes o no.

Para el primer objetivo se presenta la Tabla 1, la cual resume los resultados de la modelación de la distancia de bancarrota y la probabilidad de bancarrota de la compañía Tablemac que cotiza en bolsa. La tabla está estructurada en tres columnas. La primera columna es el parámetro, la segunda columna es la presentación y/o explicación de cómo se obtuvieron las cifras que están en la tercera columna. Se considera que esta transparencia cumple con uno de los objetivos que es el de velar por la aplicabilidad, lo cual es posible si se presenta el modelo de forma abierta y transparente, para su discusión en diferentes ámbitos. Como ejemplo, al modelar el tercer trimestre del presente año y los resultados de acuerdo con el modelo de EDF para Colombia, se encuentra que la probabilidad de quiebra es igual a cero. Lo importante de este apartado no es la cifra misma sino los supuestos que se tuvieron que hacer para la aplicación del modelo en Colombia. Es por ello que se invita a leer cada una de las filas de la Tabla 1.

11 Se escogieron solamente estas empresas por problemas de espacio, sin embargo, la persona interesada en la modelación de todas las empresas puede solicitar dicha información a los autores.

Tabla 1. Modelo para el cálculo de la distancia de quiebra y su probabilidad

Parámetro	Ecuación	Valor
Fecha de cálculo		6/30/2009
Precio de la acción		COP\$5,53
Número de acciones	Acciones en circulación	25.398.319.390
Valor del patrimonio en el mercado	Precio de la acción * número de acciones	COP\$140.452.706.227
Dividendo por acción trimestral	Dividendo estimado por acción	COP\$0,06
Forward Dividend Yield	D1/P0	1,17%
Dividendos estimados en T para T+1	Estimada	COP\$1.644.809.725
Factor	Deuda mercado/Deuda libros	COP\$1,20
G de deuda corto plazo	Tasa de crecimiento $\ln(Dt/Dt-1)$	25,43%
G de obligaciones corriente	Tasa de crecimiento $\ln(Dt/Dt-1)$	-12,53%
G de obligaciones largo plazo	Tasa de crecimiento $\ln(Dt/Dt-1)$	124,72%
Intereses estimados en T para T+1	Estimada	COP\$1.203.257.500
Deuda de corto plazo	Tomado del balance proyectado proyectado	COP\$74.620.968
Obligaciones corrientes	Tomado del balance proyectado proyectado	COP\$12.886.091.444
Deuda largo plazo	Tomado del balance proyectado proyectado	COP\$633.933.814
Punto de bancarrota-1	DC+OC	COP\$12.960.712.412
Volatilidad trimestral del patrimonio	Se obtiene de la serie de datos históricos diarios de cierre	25,71%
Vm (pasivos t)	Pasivo Contable t *Factor	COP\$12.972.648.000
Valor activos en 0 A(0)	Vm(patrimonio) +Vm(deuda)	COP\$153.425.354.227
Patrimonio en t-1	Numero acciones 31 marzo*Precio de la acción 31 Marzo	COP\$93.973.781.743
Vm (pasivos t-1)	Pasivo contable t-1*Factor	COP\$14.392.512.000
Valor activos en t-1 A(-1)	Vm(patrimonio) +Vm(deuda)	COP\$108.366.293.743
Pago estimado en (0) de dividendos e intereses	datos estimados	COP\$2.848.067.225
Deudas corto plazo t	datos estimados	COP\$74.620.968
Obligaciones corrientes t	datos estimados	COP\$12.886.091.444
Valor del patrimonio en el mercado 0	Se obtuvo de la fila 5	COP\$140.452.706.227
rf tasa libre de riesgo		10,00%
rf continua anual		10,52%
rf continua trimestral		2,53%
Sigma activos	La ecuación 17	22,82%
T		0,25
d(1)	B(S)	21,61
d(2)	B(S)	21,50
N(d1)	B(S)	1,00
N(d2)	B(S)	1,00
Patrimonio en T	B(S)	COP\$137936575719
u rentabilidad del patrimonio igual al de los activos	Se puede tomar como rentabilidad del patrimonio estimada de (T+1) o del Forward Dividend Yield donde este es D1/P0	-1,81%
Distancia bancarrota	$(\ln(A_0-F) + (u^*T) - 1/2\sigma^2*T) - \ln(PB)) / (\sigma^*T)$	21,40
Probabilidad de bancarrota		0,00%

En la Tabla 2 se presentan los resultados más significativos del modelo EDF para la compañía Tablemac, mostrando los resultados de cada una de las empresas mencionadas con anterioridad. Más adelante se presentarán los modelos para las compañías Argos (ver Tabla 3), la compañía Éxito (ver Tabla 4) y la Compañía Nacional de Chocolates (ver Tabla 5).

Como se puede apreciar en las Tablas 2 a 5, la probabilidad de quiebra tiende a 0% para cada una de las empresas. Sin embargo, esto no quiere decir que ninguna de estas empresas se quebrará, ni que en el tiempo la probabilidad de quiebra es igual a 0. Lo que quiere decir este resultado, es que la probabilidad de quiebra en el periodo $T+1$ de cualquiera de las cuatro empresas mencionadas, es efectivamente

Tabla 2. Modelo para la compañía Tablemac

Tablemac	I-2008	II-2008	III-2008	IV-2008	I-2009	II-2009
Volatilidad trimestral	23,30%	21,22%	25,84%	26,89%	96,68%	22,80%
Punto de bancarrota-1 (miles)	12.940.750	14.631.300	9.469.770	11.958.840	10.587.930	10.830.844
Distancia bancarrota en Sig.	24,59	23,89	21,55	16,06	4,54	23,03
Probabilidad de bancarrota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Calificación de la deuda M.	nd	nd	BBB	BBB	BBB	BBB
Deudas corto plazo t (miles)	598.690	28.140	994.920	46.130	59.490	74.621
Obligaciones corrientes t (miles)	12.342.060	14.443.570	8.474.850	11.912.710	10.528.440	10.756.223
Val. del patrimonio mercado (miles)	210.044.101	167.628.908	140.452.706	95.243.698	94.481.748	140.452.706
Precio de la acción (COP\$)	8,27	6,6	5,53	3,75	3,72	5,53

Tabla 3. Modelo para la compañía Cementos Argos

Cementos Argos	I-2008	II-2008	III-2008	IV-2008	I-2009	II-2009
Volatilidad trimestral	12,43%	12,64%	17,69%	4,08%	10,37%	10,50%
Punto de bancarrota-1 (miles)	1.788.460.380	2.055.024.450	3.050.399.700	3.503.219.830	2.392.611.530	1.993.371.072
Distancia bancarrota en Sig.	29,94	27,62	15,83	60,72	32,87	38,26
Probabilidad de bancarrota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Calificación de la deuda M.	nd	AAA	AAA	AA+	AA+	AA+
Deudas corto plazo t (miles)	465.460.640	574.766.430	980.484.670	1.094.857.400	675.770.940	675.610.877
Obligaciones corrientes t (miles)	1.322.999.740	1.480.258.020	2.069.915.030	2.408.362.430	1.716.840.590	1.317.760.196
Val. del patrimonio mercado (miles)	7.888.955.324	8.234.457.017	8.971.527.295	7.716.204.477	7.393.736.230	9.535.846.727
Precio de la acción (COP\$)	6.850	7.150	7.790	6.700	6.420	8.280

Tabla 4. Modelo para la compañía Almacenes Éxito

Éxito	I-2008	II-2008	III-2008	IV-2008	I-2009	II-2009
Volatilidad trimestral	23,68%	39,81%	9,09%	7,80%	0,27%	13,53%
Punto de bancarrota-1 (miles)	1.102.979.720	2.090.120.980	2.393.799.020	2.210.477.960	2.243.846.310	398.331.733
Distancia bancarrota en Sig.	15,35	5,18	16,98	22,77	735,91	42,80
Probabilidad de bancarrota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Calificación de la deuda M.	nd	nd	AAA	AAA	AAA	AAA
Deudas corto plazo t (miles)	67.252.270	156.131.290	476.457.550	468.035.700	489.642.610	376.086.943
Obligaciones corrientes t (miles)	1.035.727.450	1.231.265.730	1.917.341.470	1.742.442.260	1.754.203.700	22.244.790
Val. del patrimonio mercado (miles)	5.369.647.648	3.845.794.691	2.926.476.762	3.118.143.221	3.598.460.504	6.133.858.404
Precio de la acción (COP\$)	14.680	12.700	10.960	10.160	10.880	14.100

Tabla 5. Modelo para la compañía Nacional de Chocolates

Nacional de Chocolates	I-2008	II-2008	III-2008	IV-2008	I-2009	II-2009
Volatilidad trimestral	12,43%	12,34%	12,48%	87,66%	5,23%	14,53%
Punto de bancarrota-1 (miles)	122.543.480	85.394.010	57.127.870	173.514.130	150.404.090	63.000
Distancia bancarrota en Sig.	63,86	70,74	76,82	8,16	145,65	161,82
Probabilidad de bancarrota	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Calificación de la deuda M.	nd	nd	nd	nd	AAA	AAA
Deudas corto plazo t (miles)	7.000.000	7.126.300	7.000.000	7.000.000	0	0
Obligaciones corrientes t (miles)	115.543.480	85.377.590	50.127.870	166.514.130	150.404.090	63.000
Val. del patrimonio mercado (miles)	6.416.568.729	6.634.743.512	6.853.221.900	6.688.512.748	6.630.257.480	8.038.948.167
Precio de la acción (COP\$)	14.600	15.100	15.620	15.600	15.100	18.040

igual a 0%. Esto en gran parte se debe al muy bajo nivel de endeudamiento de cada una de estas empresas junto al muy alto patrimonio que poseen; y dada la volatilidad en el retorno de los activos es improbable (por no decir imposible) que alguna de estas empresas se encuentre en la quiebra en el periodo inmediatamente posterior, ya que tendría que existir un deterioro tal que el valor de los pasivos sea mayor al valor de los activos (patrimonio negativo). Es por ello que bajo este modelo es necesario reevaluar las calificaciones crediticias en cada periodo t de tiempo y en Colombia los Estados Financieros se actualizan trimestralmente.

Para el cumplimiento del segundo objetivo de la investigación, al inicio se pensó hacer una calificación por cada una de las empresas, pero el debate de la situación llevó a no hacerlo porque se introducían criterios subjetivos que le quitaban validez a la comparación. No obstante, se continuó con el objetivo de otra forma y fue por medio de la comparación de la probabilidad de quiebra del modelo para cada una de las empresas en un periodo comparable con la calificación que da el mercado (ver Tabla 6).

Tabla 6. Calificación deuda corporativa

EMPRESAS	II-2009	I-2009	IV-2008	III-2008
CEMARGOS	AA+	AA+	AAA	AAA
CHOCOLATES	AAA			
COLINVERS				
COLTEJER	A			
ENKA	B	B	B	B
ÉXITO	AAA	AAA	AAA	AAA
FABRICATO				
INVERARGOS				
MINEROS				
TABLEMAC	BBB	BBB	BBB	BBB
VALOREM				
SURAMINV	AAA	AAA	AAA	AAA

Este ejercicio se hizo de forma extensiva para todas las empresas de la muestra pero al final se redujo a las empresas de las cuales se obtuvo información de la calificación de su deuda. Si se analiza la Tabla 6, la evidencia empírica arroja que aproximadamente en el 100% de la muestra la evaluación de la deuda no ha variado excepto para la compañía Cemargos.

No obstante, los resultados de la modelación sugieren otra cosa. En la discusión se precisa el hecho en cuanto a que una compañía de las tres calificadoras de riesgo en Colombia modificó las calificaciones a la baja pero tan solo un mes después reversó la decisión, sin dar una respuesta satisfactoria al mercado. En el caso de Cemargos, se puede apreciar que aunque en el tercer trimestre del 2008 la distancia de bancarrota venía disminuyendo, su calificación es modificada a la baja en el trimestre posterior, cuando la distancia a bancarrota había aumentado significativamente. A pesar de ello, la calificación de Cemargos no se volvería a modificar.

5. DISCUSIÓN

Los resultados preliminares de este estudio sugieren que:

- Los resultados no son diferentes a los del mercado. Hecho que puede llevar a la comunidad financiera y empresarial al uso de esta herramienta con antelación a la publicación por parte del mercado, ganando así días en la toma de decisión oportuna.
- Por todo esto, se invita a la comunidad académica a debatir y a hacer claridad sobre el tema. Igualmente

los autores anotan que el EDF tiene muy poca cobertura en los mercados emergentes porque son muy pocas las empresas que participan en el mercado público de valores.

- Por otro lado, el EDF muestra la probabilidad de quiebra en el corto plazo de la empresa, mas no en el mediano o largo plazo. Sin embargo, es una herramienta útil que sirve como mecanismo de actualización de calificaciones crediticias en periodos continuos con estadísticas o estados financieros no continuos en el tiempo. Es por ello que es importante profundizar en la valoración de deuda de empresas que no cotizan en bolsa y su valoración de riesgo, dentro de los desafíos que lanzó el Consejo Superior de Mercado de Capitales de Colombia hace unos meses y en los lineamientos de los autores citados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Altman, E.I. (1968). Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy. *Journal of Finance*, 23(4), 589-609.
2. Altman, E.I. y Kishore, V. (1996). Almost everything you wanted to know about recoveries on default bonds. *Financial Analysis Journal*, 52(6), 57-64.
3. Anderson, R. y Sundaresan, S. (1996). Design and valuation of debt contracts. *Review of Financial Studies*, 9(1), 37-68.
4. Baxter, M. y Rennie, A. (1996). *Financial Calculus: An Introduction to Derivative Pricing*. Cambridge: Cambridge University Press.
5. Black, F. y Scholes, M. (1973). The Pricing of Options and Corporate Liabilities. *Journal of Political Economy*, 81(3), 637-659.
6. Bodie, Z., y Merton, R. (2000). *Finance*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
7. Bohn, J.R. y Crosbie, P.J. (2002). *Modeling Default Risk. KMV, LLC*. New York, NY: KMV, LLC.
8. CFA Institute. (2009). *CFA Program Curriculum: Level I* (Vol. 4. Corporate Finance and Portfolio Management). New York, NY: Autor.
9. Collin-Dufresne, P. (2001). The determinants of credit spread changes. *The Journal of Finance*, 56(6), 2177-07.
10. Crosbie, P. y Bohn, J. (2003). *Modeling Default Risk*. New York, NY: Moody's KMV Company. Recuperado de <http://www.moodykmv.com>
11. Crouhy, M., Galai, D. y Mark, R. (2000). A Comparative Analysis of Current Credit Risk Models. *Journal of Banking and Finance*, 24(1-2), 59-117.
12. Crouhy, M., Galai, D. y Mark, R. (2001). *Risk management*. New York, NY: McGraw-Hill.
13. Cruz, J.S. (2009). *The determinants of bankruptcy and default of real sector companies in Colombia for a differentiated government policy -since the economy has been officially declared to be in recession* (Working Paper CESA). Bogotá: CESA.
14. Elizalde, A. (2003). *Credit Risk Model II: Structural Models* (CEM-FI and Universidad Pública de Navarra working papers). Recuperado de <http://www.abelelizalde.com/>

15. Fan, H. y Sundaresan, S. (2000). Debt valuation, renegotiation and optimal dividend policy. *Review of Financial Studies*, 13(4), 1057-99.
16. Gapen, M.T., Gray, D.F., Lim, C.H. y Xiao, Y. (2004). *The Contingent Claims approach to Corporate Vulnerability Analysis: Estimating Default Risk and Economy wide Risk Transfer* (IMF working paper). Recuperado de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.139.648&rep=rep1&type=pdf>
17. Geske, R. (1977). The valuation of corporate liabilities as compound options. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 12(4), 541-52.
18. Geske, R. (1979). The Valuation of Compound Options. *Journal of Financial Economics*, 7(1), 63-81.
19. González, R. (2009, 28 de agosto). Pese a la crisis financiera, el 94% de las calificaciones se mantiene, dice el Presidente de BRC Investor [versión electrónica]. *Portafolio*. Recuperado de <http://www.portafolio.com.co/archivo/documento/CMS-5967271>
20. Gray, D. (2001). *Macro Financial Risk Country Report. MfRisk* (Reporte técnico pendiente de patente).
21. Guédez, V. (2003). *Aprender a emprender. De la gerencia del conocimiento a la ética de la sabiduría*. Caracas, Venezuela: Planeta.
22. Hull, J.C. (2008). *Option, Futures and Other Derivatives*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
23. Itô, K. (1951). On Stochastic Differential Equations. *Memoirs of the American Mathematic Society*, 4, 1-51.
24. Jara, J.R. (2001). Análisis empírico del modelo de valoración de Black-Scholes mediante el modelo generalizado de los momentos: una aplicación a las opciones sobre Ibex-35. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 30(110), 939-972.
25. Jones, E., Masson, S. y Rosenfeld, E. (1984). Contingent Claims Analysis of Corporate Capital Structures: An Empirical Investigation. *Journal of Finance*, 39(3), 611-625.
26. Kealhofer, S. (2003). Quantifying Credit Risk II: Debt Valuation. *Financial Analysts Journal*, 59(3), May/June.
27. Laciana, C. (2004). *Modelos matemáticos para la valoración de opciones financieras. Informe de FIUBA-LMM RA01-01-2004*. Manuscrito no publicado, Facultad de Ingeniería, Universidad de Buenos Aires.
28. Leland, H.E. (1994). Corporate debt value, bond covenants and optimal capital structure. *Journal of Finance*, 49(4), 1213-52.
29. Longstaff, F. y Schawartz, E. (1995). A Simple Approach to Valuing Risky Fixed and Floating Rate Debt. *Journal of Finance*, 50(3), 789-820.
30. Mella-Barral, P. y Perraudin, W. (1997). Strategic debt service. *Journal of Finance*, 52(2), 531-66.
31. Merton, R. (1973). Theory of Rational Option Pricing. *Bell Journal of Economics and Management Science*, 4(1), 141-83.
32. Merton, R. (1974). On the Pricing of Corporate Debt: The Risk Structure of Interest Rates. *Journal of Finance*, 29(2), 449-70.
33. Merton, R. (1977). An Analytic Derivation of the Cost of Loan Guarantees and Deposit Insurance: An Application of Modern

- Option Pricing Theory. *Journal of Banking and Finance*, 1(1), 3–11.
34. Merton, R. (1998). Applications of Option-Pricing Theory: Twenty-Five Years Later. *The American Economic Review*, 88(3), 323–349.
 35. Ogden, J. (1987). Determinants of the ratings and yields on corporate bonds: test of contingent claims model. *The Journal of Financial Research*, 10(4), 329-340.
 36. Rodríguez, S. (2004). *Aplicación del modelo de riesgo crediticio EDF para las empresas en Colombia*. Tesis no publicada, Facultad de Ingeniería, Universidad de los Andes.
 37. Tavakoli, J.M. (2001). *Credit Derivatives and Synthetic Structures: A Guide to Instruments and Applications* (2da ed.). New York, NY: John Wiley & Sons.
 38. Teixeira, J.C. (2007). An empirical analysis of structural models of corporate debt pricing. *Applied Financial Economics*, 17(14), 1141-1165.
 39. Vasicek, O. (1977). An equilibrium characterization of the term structure. *Journal of Financial Economics*, 5(2), 177-88. ☼

Anexo 1. Síntesis de los procesos de quiebra en Colombia

Activo			Pasivo		
3.433.351.202			5.076.161.017		
Valorización de activos	2.403.345.841	70%	Deuda insoluta al inicio del proceso	1.642.809.815	32%
Activos realizados	1.201.672.921	50%	Deuda insoluta por valoración	2.672.815.176	53%
Gastos de administración (13% del activo inicial del periodo)	447.557.000	37%	Deuda insoluta por realización	3.874.488.097	76%
Activo disponible	754.115.921	22%	Deuda insoluta por gastos de administración	4.322.045.097	85%
			Deuda paga	754.115.921	15%
			Patrimonio		
			-1.642.809.815		

Fuente: Elaboración propia.

RELACIÓN EN LAS PERCEPCIONES DEL ESTILO DE LIDERAZGO DEL JEFE INMEDIATO CON EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS ESTUDIANTES EN PRÁCTICA DE LA UNIVERSIDAD ICESI¹

SANDRA WILLMAN CARVAJAL*

Maestría (MBA) en Administración de Empresas con énfasis en Planeación Estratégica, Universidad Icesi, Colombia.
Asesora de Carrera, Cátedra de Espíritu Empresarial, Desarrollo Humano y Liderazgo, Universidad Icesi, Colombia.
Grupo de investigación "Investigación en Recursos y Tecnologías para el Aprendizaje (IRTA)", afiliado a la Universidad Icesi, clasificación D de Colciencias.
Sandra.willman@correo.icesi.edu.co

MARÍA ISABEL VELASCO ARANGO

Maestría en Administración, Universidad Icesi, Colombia.
Directora, Centro de Desarrollo Profesional (CEDEP), Universidad Icesi, Colombia.
Grupo de investigación "Investigación en Recursos y Tecnologías para el Aprendizaje (IRTA)", afiliado a la Universidad Icesi, clasificación D de Colciencias.
mvelasco@icesi.edu.co

Fecha de recepción: 26-07-2010

Fecha de corrección: 24-11-2010

Fecha de aceptación: 11-01-2011

RESUMEN

A partir de la experiencia con practicantes, el Centro de Desarrollo Profesional de la Universidad Icesi (CEDEP) encontró que uno de los aspectos que intervienen en el desempeño durante la primera experiencia laboral, es el estilo de liderazgo de los jefes inmediatos. Esta investigación de carácter exploratorio, muestra cuáles estilos de liderazgo de los jefes (basados en las dos percepciones: del jefe y del estudiante de su jefe, recogidas a través de cuestionarios), se relacionan más con el desempeño de los practicantes. Se concluye que en la medida en que el estudiante perciba que su jefe tiene un estilo de liderazgo múltiple (directivo, participativo, orientado a metas y considerado), su desempeño en la práctica será mejor.

PALABRAS CLAVE

Desempeño laboral, estilos de liderazgo, estudiantes en práctica, teoría camino-meta, jefes de practicantes.

Clasificación JEL: L14

1 Agradecemos a Diego Mosquera por su importante apoyo estadístico. A las asesoras de carrera, quienes en su deseo por entender cada vez mejor la relación existente entre el practicante y su jefe inmediato, apoyaron la recolección de datos tanto de jefes como de los practicantes; a Carolina Machado por su colaboración permanente y disposición, quien estuvo siempre atenta en la lectura de los borradores con valiosos aportes.

* Autor para correspondencia. Dirigir correspondencia a: Universidad Icesi, Calle 18 No. 122-135, Pance, Cali, Colombia.

ABSTRACT

Relationship between the perceptions of immediate managers' leadership styles and the job performance of interns at Icesi University

Based on the experience with internship students, the CEDEP (Center for Professional Development at Icesi University in Cali, Colombia) it has been found that the leadership style of immediate managers is one of the aspects involved in the performance during the first work experience. This exploratory research shows which management leadership styles (based on information gathered in questionnaires regarding two perceptions: the boss's perception and the intern's perception of his/her boss) are most closely related to the performance of internship students. One of the conclusions is that the more the students perceive that their bosses have leadership styles with multiple qualities (such as, e.g. guiding, participative, goal-oriented, and thoughtful) the better their performance during the internship will be.

KEYWORDS

Job performance, leadership styles, internship students, path-goal theory, supervisors of practitioners.

RESUMO

Relação das percepções do estilo de liderança do chefe imediato com o desempenho laboral dos estudantes praticantes da Universidade Icesi

A partir da experiência com praticantes, o Centro de Desenvolvimento Profissional da Universidade Icesi (CEDEP) descobriu que um dos aspectos envolvidos no desempenho durante a primeira experiência de trabalho é o estilo de liderança dos chefes imediatos. Essa investigação de natureza exploratória mostra quais os estilos de liderança dos chefes (com base em duas percepções: a do chefe e a do estudante de seu chefe, coletadas através de questionários) que se relacionam mais com o desempenho dos praticantes. Concluímos que, na medida em que o estudante percebe que seu chefe possui um estilo de liderança múltiplo (gerencial, participativo, orientado para objetivos e considerado), seu desempenho na prática será melhor.

PALAVRAS-CHAVE

Desempenho laboral, estilos de liderança, estudantes praticantes, teoria caminho-objetivo, chefes de praticantes.

INTRODUCCIÓN

El mundo empresarial es cada vez más competitivo y volátil, razón por la cual el liderazgo ha adquirido más importancia en los últimos años, cuanto más cambios, más liderazgo se necesita (Kotter, 1996). La tarea más importante para los líderes es movilizar a los empleados de la organización para trabajar en la adaptación (Heifetz y Laurie, 1997), así, uno de sus retos es lograr la adaptación de las personas que ingresan por primera vez al contexto laboral, que en términos generales son los estudiantes recién egresados de las universidades.

La Universidad Icesi de Cali-Colombia, busca responder a las necesidades que el mundo laboral requiere, formando jóvenes en diferentes áreas del conocimiento, capaces de asumir retos personales y organizacionales. Una de las estrategias que la Universidad ha diseñado para complementar la formación de sus estudiantes es el semestre de práctica, que es coordinado por el Centro de Desarrollo Profesional (CEDEP). La empresa que recibe al practicante asigna un plan de trabajo y un jefe inmediato, y esta relación es monitoreada por el Asesor de Carrera, quien es el vínculo entre la Universidad y la organización.

Los practicantes tienen edades comprendidas entre los 20 y 23 años, etapa que supone el desafío de la búsqueda del primer empleo, así como una mayor especialización en su carrera (Super, 1980) y sus motivaciones centrales giran alrededor de la autorrealización y el reconocimiento (Marín y Velasco, 2005). El Asesor, durante el acompañamiento que rea-

liza al practicante, identifica que uno de los aspectos que interviene en el desempeño laboral de los practicantes es el estilo de liderazgo del jefe. Este estudio de carácter exploratorio busca conocer cuáles estilos de liderazgo de los jefes (basados en dos percepciones: auto percepción del jefe y percepción del estudiante de su jefe) favorecen o se relacionan más con el desempeño de los estudiantes en práctica de la Universidad Icesi.

Con la intención de cumplir con el objetivo planteado por la investigación se utilizaron tres cuestionarios, dos de ellos permitieron identificar las percepciones de estudiantes y jefes respecto al estilo de liderazgo de estos últimos. El tercer cuestionario lo utiliza el CEDEP como parte de su proceso de seguimiento y evaluación a los estudiantes en práctica y permite conocer su desempeño en esta primera experiencia laboral. La información obtenida de estos cuestionarios permitió plantear preguntas exploratorias que contribuyen al objetivo de este estudio. En términos generales los resultados de este estudio arrojaron información respecto a que la coincidencia en la percepción de los estilos de liderazgo del jefe, entre jefe y estudiante, no tiene una relación con el desempeño en la práctica del estudiante.

Se pudo observar que el estilo de liderazgo auto-percibido por los jefes es un estilo de liderazgo orientado a metas, más que directivo, participativo o considerado, lo que puede coincidir o no con la percepción que los estudiantes tienen de dicha percepción.

El presente artículo expone inicialmente consideraciones generales sobre liderazgo y expone diferentes

teorías que explican su naturaleza, específicamente la Teoría Camino-Meta así como la relación que los estilos de dirección tienen con el desempeño laboral de quienes inician su carrera profesional. Para este estudio se utilizó una metodología de carácter no experimental con alcance exploratorio. La población escogida fueron 178 estudiantes en práctica con sus respectivos jefes que realizaron su semestre de práctica en el segundo semestre del 2008 y en el primer semestre del 2009.

I. MARCO TEÓRICO

1.1. Consideraciones sobre el liderazgo

El liderazgo es un concepto que ha sido abordado desde diferentes disciplinas y su aporte, específicamente al ambiente organizacional, determina un valor de interacción entre los que hacen parte de las culturas empresariales. Bass (1990) plantea que existe tanta variedad de definiciones como personas que intenten definirlo. Actualmente se entiende que el liderazgo es un proceso por el cual se ejerce influencia sobre otros con el propósito del logro de determinados objetivos (Antonakis, Cianciolo y Sternberg, 2004).

A pesar de las diferentes definiciones que plantea el concepto de liderazgo, Castro, Lupano, Benatuil y Nader (2007) identifican las características comunes que se encuentran en las definiciones: el liderazgo involucra objetivos y/o metas, involucra influencia sobre los demás, se percibe en un contexto grupal y es entendido como un proceso dinámico.

Existen diferentes teorías que han tratado de explicar la dinámica del liderazgo. Las primeras teorías hicie-

ron referencia a los rasgos del líder (Stogdill, 1974). El enfoque centrado en los rasgos ha cobrado actualidad con los estudios de los líderes carismáticos y transformacionales (Bass, 1990). A partir de los setentas, los investigadores empezaron a considerar las variables del contexto y de la situación que influyen en aquellos comportamientos del liderazgo que son eficaces. Estas son llamadas teorías contingentes y definen como principales variables de la situación las características de los seguidores, las del entorno laboral y las tareas de los seguidores y las del entorno exterior (Daft, 2006). Entre las teorías contingentes una de las más significativas es la Teoría Camino-Meta de Evans (1970) y House (1971).

Actualmente los trabajos académicos acerca del liderazgo se concentran en el estudio del liderazgo transformacional y transaccional (Pedrajas, Rodríguez y Rodríguez, 2008). El liderazgo transformacional es entendido por Bass (1985, 1998) y Epiritropaki, Butcher y Milner (2002) como aquel que comunica, motiva e inspira a los seguidores a que vayan más allá de sus propios intereses y genera una visión, propósitos y visión compartida para el grupo, el hecho de lograr resultados superiores es posible transformando a los seguidores. Por su parte, Daft (2006) define al liderazgo transaccional como una transacción o proceso de intercambio entre los líderes y sus seguidores. El líder transaccional trabaja fortaleciendo las estructuras, sistemas de información y de recompensas (Pedrajas *et al.*, 2008).

Si bien las concepciones contemporáneas del liderazgo giran alrededor

del liderazgo transformacional, después de hacer una revisión, para esta investigación y a partir de los años de experiencia del CEDEP, se consideró oportuno enmarcarla dentro de la Teoría Camino-Meta (Evans, 1970; House, 1971) ya que una de las variables que considera esta teoría es el nivel de madurez de los seguidores y los sujetos de esta investigación son personas que tienen como característica principal la exposición por primera vez a una experiencia laboral. Para responder a las preguntas exploratorias, se considera importante entonces hacer un recuento breve de esta teoría.

Teoría de Camino – Meta (Path Goal Theory)

Los orígenes de esta teoría están documentados en las investigaciones de Path Goal Theory (Evans, 1970; House, 1971). Se basa en que el líder motiva a sus colaboradores para que puedan alcanzar los objetivos o metas personales y organizacionales. Los mismos autores plantean que la función motivadora del líder consiste en aumentar los resultados personales que obtienen los subordinados por alcanzar metas laborales y hacer que el camino para lograr estos resultados sea más fácil de recorrer, clarificándolo, reduciendo los obstáculos y contratiempos, y aumentando las oportunidades de obtener una satisfacción personal por el camino. El líder motiva y señala el camino a los seguidores, mostrándole los premios que él desea y valora, es decir, trabaja con ellos para que puedan identificar y aprender los comportamientos que los llevarán a realizar las tareas debidamente y a obtener los premios que otorga la organización (Daft, 2006).

House (1971) comenta en una revisión retrospectiva de la teoría, que la noción esencial que subyace la Teoría Camino-Meta es que los individuos en posiciones de autoridad o superiores serán efectivos en la medida en que ellos complementen el contexto organizacional en el cual sus subordinados trabajan, por medio de las clarificaciones cognitivas necesarias que garanticen que las expectativas de los subordinados los lleven a las metas y puedan experimentar satisfacción, y que además reciban recompensas valiosas como resultado de haber alcanzado la meta. En la medida en que el contexto no provee relaciones causales claras entre el esfuerzo y el logro de la meta y entre el logro de la meta y las recompensas extrínsecas, es la función del líder generar esta relación. Se estima que los colaboradores estarán motivados si creen que son capaces de realizar de manera eficiente la tarea y además si consideran que la retribución por su trabajo es la adecuada. Aquí el desafío del líder es que debe encontrar un estilo de liderazgo que se adapte a las necesidades motivacionales de sus colaboradores y a las características del ambiente de trabajo o de la situación, por lo tanto, los líderes cambian su comportamiento para adecuarse a la situación.

El modelo de liderazgo de la teoría camino-meta es utilizado para determinar el estilo de liderazgo adecuado a la situación, para así maximizar el desempeño y la satisfacción en el trabajo, se usa además para identificar los objetivos del colaborador y esclarecer la forma de lograrlos mediante el uso de los diferentes estilos. House y Mitchell (1974) mencionan que la

teoría tiene variables independientes como son los cuatro comportamientos que el líder puede tener frente a su subordinado. A continuación se expondrá cada uno de estos comportamientos, complementándolos con los aportes que los autores Castro *et al.* (2007) y Daft (2006) argumentan de esos estilos.

- **Directivo.** Este tipo de líder brinda guía y estructura psicológica, le explica a los colaboradores exactamente lo que deben hacer, planea, establece metas de desempeño, normas de comportamiento, planea tiempos, hace énfasis en las reglas, y les informa a sus colaboradores qué es lo que se espera de ellos. El líder les da la guía específica, coordina, clarifica políticas, reglas y procedimientos. Reduce la ambigüedad en el papel del subordinado, clarificando las percepciones de los seguidores, relacionadas con su esfuerzo para conseguir la meta. Este tipo de liderazgo está asociado al liderazgo de estructura o el orientado a las tareas.
- **Participativo.** Caracteriza a un líder que da la posibilidad de hacer parte a los subordinados en la toma de decisiones, antes de decidir, consulta a sus colaboradores, escucha sugerencias y opiniones para integrarlas al grupo de decisiones que se toman a diario en la organización, estimula discusiones grupales y presenta sugerencias por escrito. Este comportamiento, según House (1996), es oportuno y tiene cuatro efectos: a) Clarifica las relaciones camino-meta, concernientes a la relación entre el esfuerzo y el logro de la meta del trabajo y entre el logro de la meta

y las recompensas extrínsecas, b) Incrementa la congruencia entre las metas de los subordinados y las metas organizacionales, ya que bajo este estilo los subordinados tendrían influencia relacionada con las metas asignadas y de esta manera seleccionarían las metas de más alto valor para ellos (subordinados), c) Incrementa la autonomía de los subordinados, y d) Incrementa la cantidad de presión para el desempeño organizacional al aumentar la posibilidad de involucrarse y el compromiso de los subordinados aumentando la presión social de pares.

- **Orientado a metas.** Este estilo está dirigido a fomentar la excelencia en el desempeño poniendo metas retadoras, orientado a la búsqueda de mejoramiento, con la confianza de que los subordinados obtendrán altos estándares de desempeño. El líder brinda estándares de rendimiento muy exigentes para los colaboradores buscando que estos obtengan el mayor nivel de productividad. Ofrece a los colaboradores la posibilidad de superación, sobrepasando el desempeño corriente, para lograr un desempeño con calidad, con metas claras y desafiantes. Este líder confía en sus colaboradores y les muestra el camino para lograr las metas exigentes. Las metas planteadas son desafiantes y muestran confianza en las capacidades de los colaboradores.
- **Considerado.** Es el líder que brinda cuidados a sus colaboradores, atiende de forma personalizada sus inquietudes, se preocupa por su bienestar, ve a sus colaboradores

como iguales. Este líder evidencia un comportamiento amigable, atento y accesible, generando un clima de trabajo amigable y de apoyo. El comportamiento del líder considerado es oportuno o acertado cuando es una fuente de confianza y satisfacción social y una fuente de reducción de estrés, que alivia la tensión y frustración de los subordinados. Se asocia a mejor desempeño cuando aumenta las valencias positivas asociadas con el esfuerzo orientado a la meta. Este liderazgo se asocia con el liderazgo orientado a las personas o de consideración.

House y Mitchell (1974) mencionan que los líderes pueden presentar alguno o todos los estilos de liderazgo de acuerdo con la situación. Los líderes más efectivos son los que se adaptan a las necesidades de los colaboradores y a la situación (Castro *et al.*, 2007). Northouse (2004) muestra las conductas del líder (anteriormente descritas), las características de los seguidores y las características de la tarea resumidas (ver Tabla 1).

Resumiendo a los autores citados, el líder es responsable de elevar la motivación de los colaboradores y, como se presentará en la siguiente sección, hay investigaciones que documentan el papel de la motivación en los estudiantes que cursan el semestre de práctica.

La motivación juega un papel determinante en el quehacer laboral de una persona, especialmente en un joven que se expone a la primera experiencia laboral. Marín y Velasco (2005) han estudiado el papel de la motivación dentro del desarrollo de carrera de los estudiantes en práctica planteando un perfil motivacional de los estudiantes en su primera experiencia laboral. Han encontrado que las principales condiciones motivacionales internas de los practicantes son la autorrealización (entendida como la búsqueda de acciones que evidencien y desarrollen conocimientos y habilidades personales), seguida por el reconocimiento. Además, esta investigación encontró que el medio preferido para obtener retribución en el trabajo es la dedicación a la tarea, es decir, los caracteriza la dedicación

Tabla 1. Cuadro funcionamiento del modelo Camino – Meta

Conductas del líder	Características de los seguidores	Características de la tarea
Liderazgo directivo: brinda guía y estructura psicológica	Dogmáticos y autoritarios	Ambigua, reglas poco claras, compleja
Liderazgo considerado: brinda cuidados	Insatisfechos, con necesidades de afiliación y de relacionarse	Repetitiva, no presenta desafío, mundana y mecánica
Liderazgo participativo: brinda la posibilidad de ser parte de las decisiones	Autónomos, necesitan claridad	Ambigua, poco clara, sin estructura
Liderazgo orientado a metas: brinda posibilidad de superación	Con altas expectativas y necesidad de superación	Ambigua, desafiante y compleja

Fuente: De *Teoría y Evaluación del Liderazgo* (pp. 17, 18, 29, 185-186, 220), por A. Castro, M. Lupano, D. Benatuil y M. Nader, 2007, Buenos Aires: Paidós.

de tiempo, esfuerzo e iniciativa para poder demostrar en el trabajo responsabilidad y calidad.

1.2. Factores que inciden en el desempeño laboral en la práctica laboral de estudiantes universitarios

En la Universidad Icesi el semestre de práctica es la oportunidad para que los estudiantes de las diferentes carreras apliquen los conocimientos y experiencias vividos durante su etapa universitaria en un contexto organizacional. El CEDEP es una unidad de gestión de la Universidad que mediante actividades de formación, promoción, ubicación, acompañamiento, orientación e investigación, facilita la transición de estudiantes y recién egresados de la universidad al mundo del trabajo (Centro de Desarrollo Profesional – Universidad Icesi, 2010b). Específicamente en el semestre de práctica se realizan acciones que lleven al practicante a mejorar su desempeño. Por lo tanto, el desempeño se convierte en un concepto que debe ser entendido en función de fortalecer las estrategias de acompañamiento de los estudiantes.

Desempeño

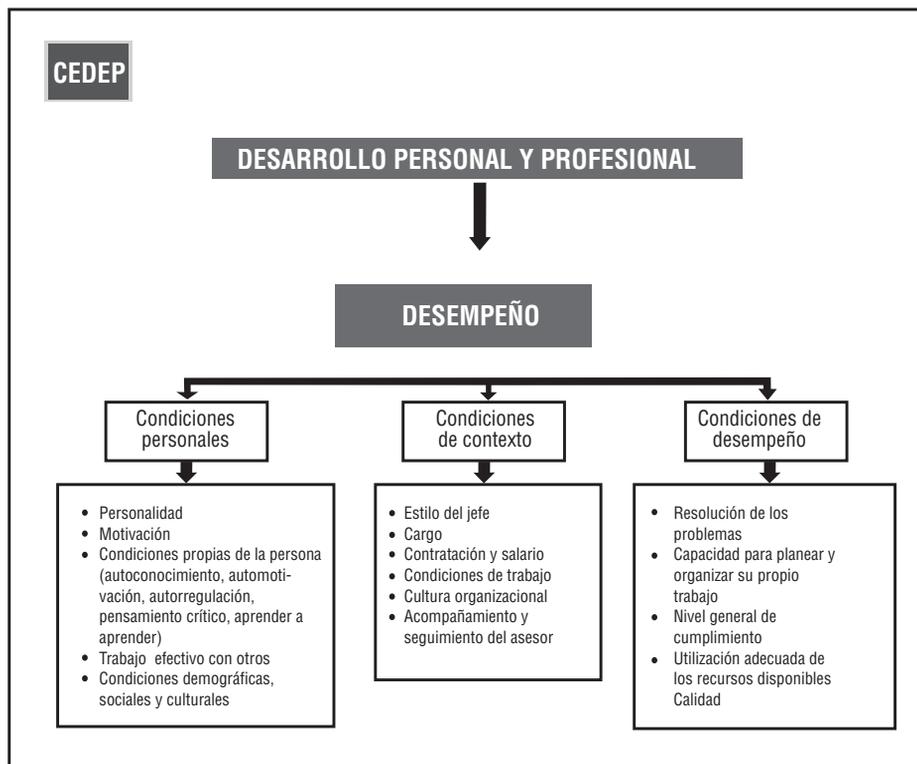
El desempeño es una actuación orientada a un resultado, es decir, algo observable, medible y dinámico, puesto que el desempeño es acción, es una secuencia de acontecimientos conductuales perceptibles producidos por una persona. Este estudio se refiere al desempeño ocupacional planteado por Toro (1992), que lo define como las actuaciones laborales que realiza una persona para dar cumplimiento a las especificaciones de cada una de

las tareas que conforman el puesto de trabajo.

El desempeño ocupacional entonces es una realidad compleja en la que interactúan diferentes factores, Toro y Cabrera (1985) proponen una representación gráfica del desempeño, enmarcándolo dentro de unas condiciones antecedentes, intervinientes y consecuentes. Esta representación fue retomada y ajustada (ver Gráfico 1) por el CEDEP de la Universidad Icesi y lo resume en un estudio que documenta las condiciones que influyen según el autor mencionado en el desempeño.

Para CEDEP el desempeño laboral es una variable multicausal en la que intervienen factores personales y de contexto que, al entrar en interacción con la tarea, generan un resultado o desempeño. Estos se originan de la experiencia del CEDEP y se resumen en la investigación “De la universidad al mundo laboral. Una mirada desde la primera experiencia laboral” (Alonso, Marín, Serpa y Velasco, 2008) en donde los autores describen cada condición, argumentando que las condiciones personales reflejan aspectos de carácter interno como los que se mencionan en el Gráfico 1 (personalidad, motivación, condiciones propias de la persona, demográficas entre otros); las condiciones de contexto, que los autores describen como las condiciones de trabajo, la cultura organizacional, el estilo de dirección del jefe, el plan de trabajo y el acompañamiento del asesor de carrera; y finalmente estas condiciones impactan en el desempeño de los estudiantes en práctica, que está caracterizado como la calidad general del trabajo, la capacidad para resolver problemas propios del cargo,

Gráfico 1. Representación gráfica de factores que inciden en el desempeño



Fuente: Centro de Desarrollo Profesional - Universidad Icesi (2010b).

para planear y organizar, el nivel general de cumplimiento y la utilización adecuada de recursos.

2. METODOLOGÍA

El presente estudio es de carácter no experimental y posee un alcance exploratorio. Este trabajo da origen a las siguientes preguntas exploratorias:

- ¿Cuáles son los estilos de liderazgo que caracterizan a los jefes de los practicantes de la Universidad Icesi según las auto-percepciones de los jefes?
- ¿Cuál es el estilo de liderazgo que perciben los practicantes de sus jefes?
- ¿Existe alguna relación entre la percepción del estilo de liderazgo que posee el jefe de sí mismo y la percepción que tiene el estudiante?
- ¿La percepción que tiene el estudiante del estilo de liderazgo del jefe se relaciona con el desempeño en su práctica?
- ¿La percepción que tiene el jefe de su estilo de liderazgo se relaciona con el desempeño del estudiante en su práctica?
- ¿La coincidencia en las percepciones entre jefe y practicante, de los estilos de liderazgo del jefe se relacionan con el desempeño en la práctica del estudiante?

2.1. Población y muestra

La población escogida para este estudio son 178 estudiantes de la Universidad Icesi con sus respectivos jefes, de los periodos 082 (segundo semestre de 2008) y 091 (primer semestre de 2009) que se encuentran trabajando en diferentes compañías en la ciudad de Cali, y cumpliendo con el semestre de práctica como requisito de grado en la Universidad Icesi (en el Semestre X). Partiendo de esta población de jefes y estudiantes, se escogió una muestra no probabilística, que constaba de un grupo de jefes y estudiantes que tuvieran las características de la población y estuvieran cumpliendo con el requisito de ser estudiantes de la Universidad Icesi y estar realizando su práctica empresarial.

Es importante exponer que para los resultados de este estudio se realizaron diferentes etapas de análisis y de igual manera se manejaron diferentes

tamaños de muestra. En el Gráfico 2 se presentan los diferentes momentos de la investigación y las respectivas muestras de cada momento.

Como resultado, el grupo está conformado por 143 estudiantes, de los cuales el 51% (73 estudiantes) pertenece al periodo 082 y el 49% restante al periodo 091.

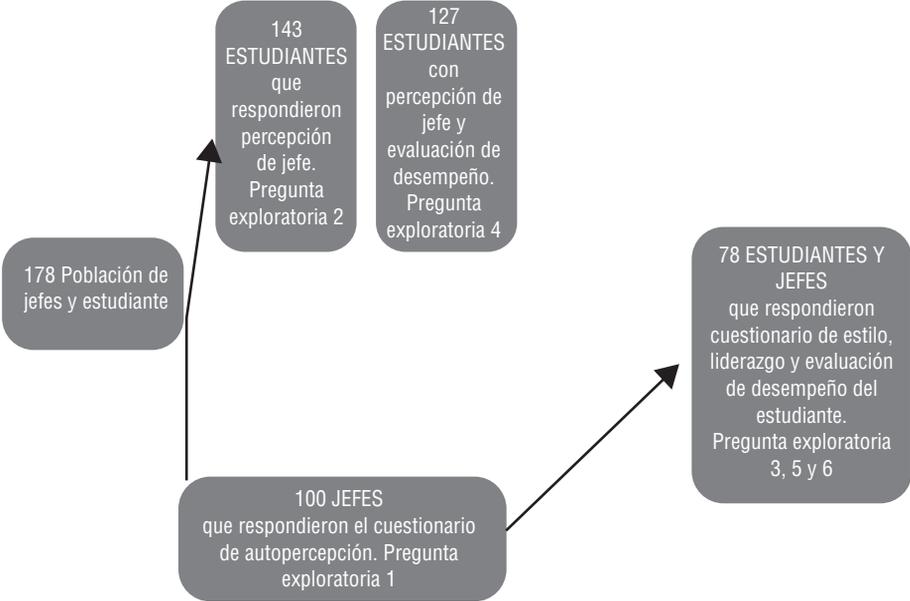
Es importante en este apartado aclarar que para dar respuesta al objetivo general de este estudio, se determinó el tamaño de la muestra según una fórmula estadística, el tamaño de muestra requerido para el objetivo general de este estudio es de 78 estudiantes y sus respectivos jefes con un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5%.

2.2. Recolección de datos

Selección del instrumento de medición.

De acuerdo con el marco conceptual en el que se basa este

Gráfico 2. Muestra para el análisis de preguntas exploratorias



estudio, es decir la Teoría Camino-Meta (Evans, 1970; House, 1971), se utilizaron los instrumentos CAMIN forma A y forma S. Este instrumento es una adaptación del instrumento original creado por Indvik (1985): *Path Goal Questionnaire* (PGQ). Esta prueba fue elaborada con el propósito de evaluar los estilos del liderazgo de acuerdo con la Teoría Camino-Meta y brinda información acerca de cuatro estilos de líder como son: directivo, considerado, participativo y orientado a metas.

El instrumento consta de doce ítems que se responden de manera auto administrable. Se contestan en formato tipo Likert con siete opciones de respuesta. La encuesta toma entre cinco a diez minutos.

- **CAMIN-Forma A.** Autopercepción, el sujeto debe responder de acuerdo con su auto-percepción, es decir, debe contestar sobre sí mismo.
- **CAMIN-Forma S.** Superior, consiste en que el sujeto evaluado indique cuáles de las características listadas acerca del acto de liderar percibe en su superior; debe responder con relación a un tercero, superior a él, que es su jefe.
- **Cuestionario de evaluación de desempeño.** Este cuestionario es usado en la Universidad Icesi para evaluar el desempeño de los estudiantes en su primera experiencia laboral. Para efectos de esta investigación el instrumento tendrá cinco categorías que resumen el desempeño del estudiante: calidad general de su trabajo, resolución de los problemas propios de su trabajo, capacidad para planear y organizar su propio trabajo, nivel general de

cumplimiento y utilización adecuada de los recursos disponibles para su trabajo. Estas categorías se califican en una escala cualitativa: mal, regular, bien, muy bien y excelente. En un estudio reciente en la Universidad Icesi se ha convertido esta escala a una escala cuantitativa mediante el método Rasch Model (Rasch, 1960); a través de esta herramienta y de la conjunción de las cinco categorías que se resumen de la evaluación de desempeño, fue posible pasar de variables categóricas a una sola variable numérica, dando como resultado un número en cada una de las posibles respuestas de los cinco criterios. De acuerdo con el objetivo de estudio presentado, la información que arrojan los cuestionarios de percepción de estilos de jefes se relacionan con el cuestionario de evaluación para el desempeño, específicamente con el dato que es representado de los criterios con la escala Rasch Model.

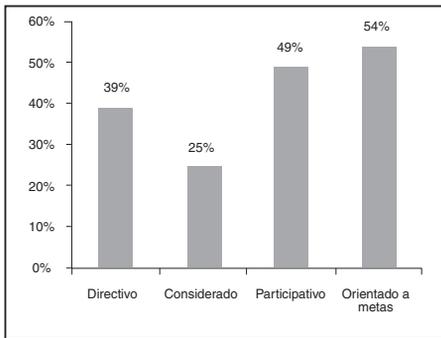
3. RESULTADOS

Para el análisis de las preguntas exploratorias se trabajó con un nivel de significancia del 5%.

¿Cuáles son los estilos de liderazgo que caracterizan a los jefes de los practicantes de la Universidad Icesi según las auto-percepciones de los jefes?

En el Gráfico 3 se puede observar que el 54% de los jefes tiene un componente de orientación a metas, es decir, los jefes se perciben como personas que establecen estándares de rendimiento muy exigentes para los seguidores, de modo que tengan el mayor nivel de productividad.

Gráfico 3. Autopercepción del estilo de liderazgo de los jefes*



* Tener en cuenta que para estos resultados las respuestas no son excluyentes.

El 49% de los jefes presentó en su auto percepción un componente participativo, esto permite decir que los jefes de este estudio se observan como personas que involucran a los subordinados en la toma de decisiones, escuchando sugerencias e integrándolas en el conjunto de decisiones que se toman a diario en la organización.

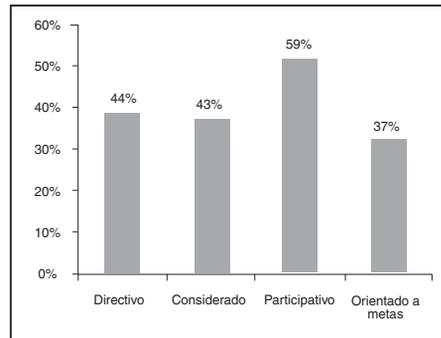
¿Cuál es el estilo de liderazgo que perciben los practicantes de sus jefes?

En el Gráfico 4 se puede observar que los estudiantes perciben que el estilo de liderazgo de sus jefes tiene un componente participativo en un 59%, directivo en un 44%, y de consideración en un 43%. Esto evidencia que mientras los jefes se perciben con un componente fuerte en orientación a metas, los estudiantes los ven más participativos.

¿Existe alguna relación entre la percepción del estilo de liderazgo que posee el jefe de sí mismo y la percepción propia del estudiante?

Teniendo en cuenta el criterio planteado sobre el grado de coincidencia de la percepción del estudiante

Gráfico 4. Percepción del practicante del estilo de liderazgo de los jefes*



* Tener en cuenta que para estos resultados las respuestas no son excluyentes.

respecto a la percepción del jefe (ver mediciones obtenidas, mínimo 50% de coincidencia), la prueba de asociación Chi-Cuadrado (ver Tabla 1) indica que la percepción del estilo de liderazgo del estudiante está fuertemente asociada al estilo de liderazgo autopercebido por su jefe. En los resultados de las preguntas exploratorias 1 y 2, se observó cómo los jefes se autopercebían en el estilo de liderazgo orientado a metas y los estudiantes los percibían como participativos. Es importante aclarar que estas percepciones se analizaron de manera independiente, es decir, se realizó una tabla de frecuencias que permitiera conocer cuál estilo era el más frecuente. En esta pregunta exploratoria 3, se tuvo en cuenta los pares jefe-estudiante, que coincidieran en al menos el 50% de los estilos de liderazgo. Este análisis de asociación muestra que en general los porcentajes más grandes de la auto-percepción del jefe se concentran en la misma percepción del estudiante (ver diagonal en la Tabla 2). De los once jefes que se valoran como participativos, el 55% de sus practicantes coincidieron en el mismo estilo. De los siete jefes que se autoperciben como participativos-orientados a metas, el

Tabla 1. Prueba Chi-Cuadrado

	Valor	GI	Sign. (dos colas)
Person Chi-Cuadrado	477,142	169	0
Razón de verosimilitud	200,786	169	0,048
Asociación lineal por lineal	3,879	1	0,049
Número de casos validos	78		

Tabla 2. Contingencia, estilo de liderazgo del jefe vs. estilo de liderazgo percibido por el estudiante

Percepción estilo liderazgo (Camin S)	-O	-P	-P-O	-C	-C-O	-C-P	-C-P-O	-D	-D-O	-D-P	-D-P-O	-D-C	-D-C-P	-D-C-P-O	Total
-O	8%	9%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%
-P	33%	55%	0%	20%	0%	0%	20%	27%	9%	0%	50%	0%	100%	50%	26%
-P-O	0%	0%	86%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	8%
-C	25%	18%	0%	80%	0%	0%	40%	9%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	17%
-C-O	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%
-C-P	8%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	18%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%
-C-P-O	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	1%
-D	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	18%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%
-D-O	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	82%	0%	0%	0%	0%	0%	12%
-D-P	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	1%
-D-P-O	0%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	0%	4%
-D-C	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	1%
-D-C-P	8%	0%	14%	0%	0%	0%	0%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%
-D-C-P-O	17%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	18%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Total	12	11	7	5	3	4	5	11	11	1	4	1	1	2	78

Convenciones: O (liderazgo orientado a metas); P (liderazgo participativo); C (liderazgo considerado); D (liderazgo directivo).

86% de sus estudiantes coincidieron en el mismo estilo. De los once jefes que se valoran como directivos-orientados a metas, el 82% de los estudiantes coincidieron en el mismo estilo.

¿La percepción que tiene el estudiante del estilo de liderazgo del jefe, se relaciona con el desempeño en su práctica?

En la Tabla 3 se puede observar cuál es la calificación promedio de desempeño de los estudiantes por cada estilo de liderazgo percibido de sus jefes. En la Tabla 4 se presenta la suma de rangos por cada uno de los estilos de liderazgo compuestos, para realizar la prueba de diferencias de Kruskal Wallis.

Tabla 3. Agrupación de percepciones de liderazgo y calificación promedio

Código grupo	Estilo liderazgo	Estilo liderazgo percibido	No. Casos	Calificación promedio
1	D-O-C	D-O-C	1	3,40
		D-P-O	6	3,57
		C-O	2	3,70
2	D-P	D-C-P	7	3,97
		D-P	6	4,07
		D-C	4	4,15
		P-O	4	4,30
3	C-P	C-P	12	4,37
		C-P-O	2	5,00
		D-O	7	4,37
4	D-O	D-O	7	4,37
5	Múltiple	D-C-P-O	15	4,47
6	Considerado	C	14	4,37
7	Directivo	D	11	4,00
8	Participativo	P	26	4,14
9	Orientado a metas	O	10	3,70
		Total	127	4,16

Tabla 4. Rangos por estilo de liderazgo Kruskal Wallis

Grupo componente	Rango medio	No. Casos
++Directivo-+++Orientado a metas	33,39	9
++Directivo-+++Participativo	57,97	17
++Considerado-+++Participativo	79,94	18
D-O	78,36	7
D-C-P-O	81,43	15
C	73,14	14
D	52,77	11
P	63,75	26
O	37,10	10
Total		127

La Tabla 5, por su parte, permite concluir que sí existen diferencias significativas (nivel de significancia menor del 5%) entre los niveles de desempeño asociados a cada estilo de liderazgo. Se puede observar entonces en la Tabla 3, que en el código grupo 5, el estilo múltiple, es decir, directivo, considerado, participativo y

orientado a metas, es uno de los que mayor número de estudiantes tiene (15 estudiantes) y dentro de ellos es el que tiene la puntuación más alta en la evaluación de desempeño, es decir 4,47; esto corresponde a la base de la Teoría Camino-Meta, que plantea que el líder más efectivo es quien maneja los cuatro estilos de liderazgo,

Tabla 5. Resultados de prueba Kruskal Wallis

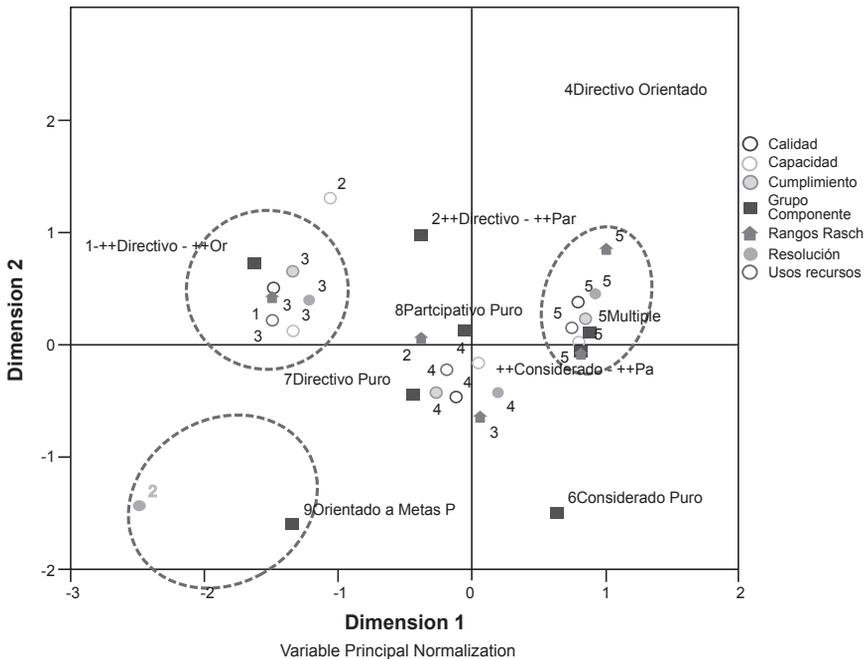
Chi-Cuadrado	21,85
Grados de libertad	8
Significancia	0,005
a	Kruskal Wallis Test
b	Variable: Grupo componente

es decir, el que adapta su estilo a las necesidades de sus colaboradores y a la situación. También se puede observar en la Tabla 3, que el segundo estilo que tiene relación significativa con el desempeño es el del grupo 3, considerado-participativo, que en la evaluación de desempeño es calificado con 4,37.

En el Gráfico 5 se puede observar que el grupo 1, cuadrante izquierdo superior, que es el directivo-orientado a metas, se caracteriza por tener ni-

veles de desempeño por el orden de 3, en todas las variables de desempeño. Observando al grupo 9 orientado a metas puro (cuadrante izquierdo inferior), se ve que presenta puntuaciones bajas, principalmente en la variable desempeño-resolución de problemas. Esto sugiere que para un estudiante que no tiene un nivel de madurez relacionado con experticia, y que está en su primera experiencia laboral, cuando percibe a su jefe como orientado a metas puro (establece estándares de desempeño exigentes), su nivel de productividad se ve afectado porque su necesidad es de acompañamiento y el estilo orientado a metas, según House (1996), es efectivo cuando los jefes dirigen subordinados que han tenido responsabilidad individual y control sobre su trabajo, situación que en términos generales no caracteriza a los practicantes.

Gráfico 5. Mapa perceptual de asociaciones con Rasch



Se puede observar en el cuadrante superior derecho, que el grupo múltiple y considerado participativo, tiende a mostrar puntuaciones de desempeño altas en todos los criterios de desempeño, es decir, calidad general de su trabajo, resolución de problemas, capacidad de planear y organizar, nivel general de cumplimiento y utilización de recursos.

¿La percepción que tiene el jefe de su propio estilo de liderazgo, se relaciona con el desempeño del estudiante en su práctica?

Evaluando las calificaciones de desempeño de los practicantes versus el estilo de liderazgo autopercebido por sus jefes, no se encuentran diferencias significativas (los niveles de significancia son mayores a 5%), que permitan concluir que el estilo de liderazgo autopercebido por el jefe se relaciona con el nivel de desempeño del estudiante en práctica. Sin embargo, las calificaciones de la Tabla 3 muestran que el estilo de liderazgo D-P-O, parece asociarse a un menor de desempeño del practicante.

¿La coincidencia en las percepciones entre jefe y practicante, de los estilos de liderazgo del jefe se relacionan con el desempeño en la práctica del estudiante?

Este estudio encontró que la interacción entre el estilo de liderazgo percibido por el practicante de su jefe y la autopercepción del jefe en este estudio no incide en el nivel de desempeño.

4. CONCLUSIONES

- Los jefes de los practicantes que participaron en este estudio, enmarcados dentro de la Teoría Camino-Meta, se autoperceben

como jefes orientados a metas, es decir, personas que fomentan la excelencia en el desempeño de sus estudiantes a cargo, poniendo metas retadoras, orientado a la búsqueda de mejoramiento, buscando que estos obtengan el mayor nivel de productividad. Si se asocia este resultado con la edad de los jefes (el 48 % menores de 35 años), podría sugerir la importancia para los estudiantes de comprender la interpretación que hacen los jefes de sí mismos con el fin de ajustar sus comportamientos para responder a la expectativa de los jefes.

- Los estudiantes que participaron en este estudio perciben a sus jefes desde la Teoría Camino-Meta como participativos, es decir, personas que les permiten participar en la toma de decisiones y que antes de decidir, consultan a sus colaboradores, escuchan sugerencias y opiniones para integrarlas al grupo de decisiones que se toman a diario en la organización.
- Las coincidencias en los estilos de liderazgo de los estudiantes y jefes sólo se evidencian cuando se tienen en cuenta simultáneamente todos los estilos de liderazgo que se manifiestan en la respuesta de la prueba, es decir, bajo este análisis, en general los porcentajes más grandes de la auto percepción del jefe se concentran en la misma percepción del estudiante.
- Cuando se analizan la percepción del practicante respecto al estilo de liderazgo de su jefe y desempeño, este estudio arroja que en la medida en que el estudiante perciba que su jefe utilice los cuatro estilos de liderazgo posibles desde la Teoría

Camino-Meta (directivo, considerado, participativo y orientado a metas) en diversas situaciones según se requiera, el desempeño del estudiante es mejor.

- Basados en los resultados de este estudio, la autopercepción del estilo de liderazgo que tiene el jefe no se relaciona con el desempeño de los practicantes.
- Al relacionar los estilos de liderazgo basados en hetero-percepción y autopercepción, se evidencia que la coincidencia no tiene relación con el desempeño. Es importante aclarar que para este estudio, se presentó la situación de que las personas incluidas en esta etapa del estudio presentaron calificaciones en su evaluación de desempeño muy similares y cercanas al límite superior de la escala de calificación, esto reduce el poder discriminatorio de la prueba para diferenciar los grupos.
- Con el fin de fortalecer la relación de los jefes inmediatos con los practicantes, se sugiere que los asesores de carrera expongan los resultados de esta investigación de campo y motiven a los jefes a participar en este tipo de investigaciones exploratorias que permiten un acercamiento entre la academia y el mundo real. En el caso de esta investigación, se sugieren aproximaciones al uso de los cuatro estilos de liderazgo, primero considerado, al inicio de la práctica, luego directivo, y al final orientado a metas y participativo para lograr buenos niveles de desempeño en quienes inician la vida laboral.
- Para posteriores investigaciones relacionadas con los estilos de

liderazgo de los jefes inmediatos, valdría la pena lograr que sean varios colaboradores quienes evalúen el estilo del jefe, y evaluar desde esta perspectiva cuál es el estilo de liderazgo más efectivo y en qué circunstancias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alonso, J., Marin, A.C., Serpa, R.I., y Velasco, M.I. (2008). *De la universidad al mundo laboral. Una mirada desde la primera experiencia laboral*. Investigación no publicada.
2. Antonakis, J., Cianciolo, A.T. y Sternberg, R.J. (2004). *The Nature of Leadership*. Estados Unidos: Library of Congress Cataloging–in–Publication Data.
3. Bass, B. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York, NY: free press.
4. Bass, B. (1990). *Handbook of Leadership: a Survey of Theory and Research*. New York, NY: The Free Press.
5. Bass, B. (1998). *Transformational leadership: industrial, military, and educational impact*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
6. Castro, A., Lupano, M., Benatuil, D. y Nader, M. (2007). *Teoría y Evaluación del Liderazgo*. Buenos Aires: Paidós.
7. Centro de Desarrollo Profesional - Universidad Icesi. (2010a). *Documento Departamento CEDEP*. Cali: Autores.
8. Centro de Desarrollo Profesional - Universidad Icesi. (2010b). *Reglamento de práctica*. Cali: Autores.
9. Daft, R. (2006). *La Experiencia del Liderazgo* (3ra ed.). México: Thomson.

10. Epitropaki, O., Butcher, V. y Milner, C. (2002). Transformational leadership and moral reasoning. *Journal of applied Psychology*, 87(2), 304-311.
11. Evans, M. (1970). The Effects of supervisory behavior on the path-goal relationship. *Organizational Behavior and Human Performance*, 5(3), 277-298.
12. Heifetz, R. y Laurie, D. (1997). The work of leadership. *Harvard Business Review*, 75(1), 124-134.
13. House, R. (1971). A path-goal theory of leader effectiveness. *Administrative Science Quarterly*, 16(3), 321-339.
14. House, R. (1996). A path-goal theory of leadership: Lessons, legacy, and reformulated theory. *The Leadership Quarterly*, 7(3), 323-352.
15. House, R. y Mitchell, T. (1974). Path goal theory of Leadership. En J.M. Pennings (Ed.), *Decision Making: an organizational behavior approach* (pp. 81-97). Estados Unidos: Markus Wiener Publishing Inc.
16. Indvik, J. (1985). A path-goal theory of leadership: A meta-analysis. En *Proceeding of the Academy of Management Meeting* (pp. 189-192). Madison, WI: University of Wisconsin-Madison.
17. Kotter, J. (1996). *Leading change*. Estados Unidos: Harvard Business School Press.
18. Lussier, R. y Achua, C. (2005). *Liderazgo, teoría, aplicación y desarrollo de habilidades* (2da ed.). México: Thomson.
19. Marín, C. y Velasco, L. (2005). Condiciones motivacionales y desarrollo de carrera. *Estudios Gerenciales*, 97, 61-82. Recuperado de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/797/1/Condiciones_motivacionales_desarrollo_carrera.pdf
20. Northouse, P. (2004). *Leadership: Theory and practice*. Londres: Sage.
21. Pedrajas, L., Rodríguez, E. y Rodríguez, J. (2008). Importancia de los estilos de liderazgo sobre la eficacia: un estudio comparativo entre grandes, pequeñas y medianas empresas privadas. *Revista de Ciencias Sociales RCS*, 14(1), 20-29.
22. Rasch, G. (1960). *Modelo Rasch. Probabilistic models for some intelligence and attainment tests*. Copenhagen: Danish Institute for Educational Research.
23. Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Education.
24. Stogdill, R. (1974). *Handbook of Leadership: a Survey of the Literature*. New York, NY: The Free Press.
25. Super, D.E. (1980). A Life-Span, Life-Space Approach to Career Development. En D. Brown, L. Brooks and Associates (Eds.), *Career Choice and Development* (2da ed., pp. 197-261). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
26. Toro, F. (1992). *Desempeño y Productividad*. Medellín: Cincel.
27. Toro, F. y Cabrera, H. (1985). *Motivación para el trabajo. Conceptos, hechos y evidencias contemporáneos*. Medellín: Ediciones Gráficas.
28. Velasco, M., Marín, A. y Serpa, R. (2007). *Las Prácticas Empresariales como Oportunidad de Desarrollo Personal y Profesional*. Investigación sin publicar. ☀

LA DISTANCIA PSÍQUICA Y EL DESEMPEÑO EXPORTADOR: UN RETO PARA LA PYME EN LA ERA DE LA GLOBALIZACIÓN^{1,2}

VALESKA VIOLA GELDRES WEISS*

Doctora en Dirección de Empresas y Gestión de Marketing, Universidad de Sevilla, España.
Profesora asistente, Universidad de La Frontera, Chile.
Profesora adjunta del Programa de Doctorado en Ciencias de la Administración,
Universidad de Santiago de Chile, Chile.
Grupo de Investigación "Born Globals y Micromultinacionales"
vgeldres@ufro.cl

MARÍA SOLEDAD ETCHEBARNE LÓPEZ

Doctora en Administración de Empresas, Universidad de Sevilla, España.
Profesora asociada, Facultad de Administración y Economía, Universidad de Santiago de Chile, Chile.
Subdirectora del Programa de Doctorado en Ciencias de la Administración,
Universidad de Santiago de Chile, Chile.
Grupo de Investigación "Born Globals y Micromultinacionales"
soledad.etchebarne@usach.cl

LUIS HUMBERTO BUSTOS MEDINA

Profesor de Matemáticas de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile.
Profesor asistente, Universidad de La Frontera, Chile.
Grupo de Investigación "Centro de Excelencia CIGES"
lbustos@ufro.cl

Fecha de recepción: 28-08-2009

Fecha de corrección: 17-12-2010

Fecha de aceptación: 11-01-2011

RESUMEN

El objetivo de la investigación es presentar un análisis empírico de la relación entre la percepción de la distancia psíquica hacia los mercados internacionales por parte del gerente de la firma y el desempeño exportador, así como algunas características estructurales de la firma. El estudio es desarrollado en la Región de La Araucanía, Chile, en una muestra de ochenta y ocho empresas exportadoras, la mayoría pequeñas y medianas (pymes), pertenecientes a los sectores agrícola y forestal. Los datos se analizaron con la prueba exacta

1 Agradecimientos. Los autores desean agradecer los fondos recibidos de la Universidad de La Frontera (Temuco, Chile), a través del proyecto de investigación DIUFRO N° DI08-0042 denominado "Actividad exportadora, ventaja competitiva y desempeño exportador". Así también, el apoyo recibido de los proyectos de investigación Fondecyt Regular "Empresarios de la Araucanía, 1900-1960" (N° 1095052) y "Born Globals y Micromultinacionales: Un análisis Interregional" (N° 1100819)

2 Este documento fue seleccionado en la convocatoria para enviar artículos, *Call for Papers*, realizada en el marco del Simposio "Análisis y propuestas creativas ante los retos del nuevo entorno empresarial", organizado en el marco de celebración de los 30 años de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Icesi y de los 25 años de su revista académica, *Estudios Gerenciales*, el 15 y 16 de octubre de 2009, en la ciudad de Cali (Colombia). El documento fue presentado en las sesiones simultáneas del área de "Mercadeo y Negocios Internacionales".

* Autor para correspondencia. Dirigir correspondencia a: Av. Francisco Salazar 01145, Temuco, Chile.

de Fisher y test para varianzas iguales y distintas. Los resultados muestran una relación positiva entre la distancia psíquica y el desempeño exportador, así como con el tamaño de la empresa.

PALABRAS CLAVE

Distancia psíquica, internacionalización, desempeño exportador, pyme.

Clasificación JEL: D83, F23, L25

ABSTRACT

The psychic distance and export performance: a challenge for smes in a globalization era

The objective of this research article is to present an empirical analysis of the relation between the company managers' perception of the psychic distance to international markets and export performance, including a discussion of some of the structural characteristics of companies. A study was carried out in La Araucanía region in Chile with a sample consisting of 88 exporting companies, most of which are small- and medium-sized enterprises (SMEs) in the agricultural and forestry sectors. The data was analyzed using Fisher's exact test and analysis of variance. The results show that there is a positive relation between psychic distance and export performance, as well as company size.

KEYWORDS

Psychic distance, internationalization, export performance, SMEs.

RESUMO

A distância psíquica e o desempenho exportador: um desafio para as pme na era da globalização

O objetivo dessa pesquisa é apresentar uma análise empírica da relação entre a percepção da distância psíquica até os mercados internacionais por parte do gerente da empresa e o desempenho exportador, bem como algumas características estruturais da empresa. O estudo é desenvolvido na região de La Araucanía no Chile, em uma amostra de oitenta e oito empresas exportadoras, na maior parte pequenas e médias empresas (PME) pertencentes aos setores agrícola e florestal. Os dados foram analisados com o teste exato de Fisher e o teste para variações iguais e diferentes. Os resultados mostram uma relação positiva entre a distância psíquica e o desempenho exportador, bem como com o tamanho da empresa.

PALAVRAS-CHAVE

Distância psíquica, internacionalização, desempenho exportador, PME.

INTRODUCCIÓN

La era de la globalización ha conducido a muchas firmas a entrar a la arena internacional, ya sea por una mayor cantidad de oportunidades comerciales o por la disminución de las barreras a la exportación. En este contexto, es a la pequeña y mediana empresa (pyme) a la que se le presentan los mayores desafíos en su proceso de internacionalización, el que ha sido llevado a cabo tradicionalmente a través de la exportación por sobre otros modos de entrada. Por otra parte, se plantea la necesidad de que países con mercados internos pequeños deben potenciar su internacionalización y sus pymes se deben orientar más hacia los mercados internacionales (EuroChile, 2008), para lo cual es necesario ver formas de acelerar estos procesos. Es así como en la actualidad se observa con detención las empresas denominadas *born globals*, que nacen para incursionar en un corto plazo en los mercados internacionales, saltándose las tradicionales etapas de internacionalización (Oviatt y McDougall, 2005).

Las decisiones involucradas en el proceso de internacionalización son afectadas, entre otros factores, por la percepción de familiaridad del emprendedor respecto a los distintos mercados externos, lo que es denominado en la literatura como distancia psíquica a los mercados, la cual a su vez es determinada por características, experiencias y conocimientos personales del tomador de decisiones (Zanger, Hodicova y Gaus, 2008).

La literatura de marketing internacional señala a la distancia psíquica como un problema crítico para el

avance de la empresa en el proceso de internacionalización (Leonidou y Katsikeas, 1996), representando un reto importante en el entorno empresarial. Así también, Skarmeas, Katsikeas, Spyropouliou y Salehi-Sangari (2008) identifican a la distancia psíquica como un impedimento significativo para el desarrollo de las relaciones entre exportadores e importadores. Por su parte, Zanger *et al.* (2008) señalan que el sentido de no familiaridad con los países vecinos limita la iniciativa de las empresas para realizar acciones conjuntas entre ellas.

El análisis de la relación entre la distancia psíquica y el desempeño exportador ha tenido resultados contradictorios en las investigaciones empíricas realizadas. Evans y Mavondo (2002) concluyen que la distancia psíquica explica significativamente el desempeño financiero y la eficacia estratégica en los mercados distantes, pero no en los mercados cercanos, resultados que apoyan la existencia de la paradoja de la distancia psíquica. Los autores sustentan sus resultados en que la internacionalización hacia mercados distantes psicológicamente obliga a la firma a ser más cuidadosa en sus procesos de obtención de información y planificación, lo que implicará lograr mayores niveles de desempeño. Estos resultados plantean la necesidad de estudiar este concepto y apoyan el planteamiento de que existe una demanda por investigación para determinar la relevancia del constructo de distancia psíquica (Zanger *et al.*, 2008).

En este contexto, los objetivos de la investigación son analizar la rela-

ción entre la distancia psíquica a los mercados y el desempeño exportador de la firma, como también con las características estructurales de las empresas exportadoras (tamaño, sector y localización). La estructura de la investigación se inicia con la presentación de los constructos teóricos, continúa con la descripción de la metodología utilizada, y finaliza con la discusión de resultados y las conclusiones.

I. ANÁLISIS TEÓRICO

1.1. Distancia Psíquica

En el campo de los negocios internacionales diferentes modelos han sido propuestos para describir el proceso de internacionalización de la firma, es decir, la forma como las empresas se desarrollan y crecen en los mercados externos (Leonidou y Katsikeas, 1996). Un factor clave para explicar este proceso es el concepto de distancia psíquica, el cual según Johanson y Vahlne (1977), es el conjunto de elementos que inhiben el flujo de información hacia y desde un mercado en particular. Es así como la escuela de Uppsala considera en su planteamiento teórico la percepción de otros países, variable que analizan a través de diferencias objetivas entre los países (Nordström y Vahlne, 1994). A nivel latinoamericano se puede citar el caso de la empresa Leonisa, dedicada a la confección y comercialización de ropa interior, quien comienza sus exportaciones en países latinoamericanos, para luego expandirse a Estados Unidos y Europa (Ramirez, 2006). Leonisa representaría un ejemplo de la teoría de etapas de internacionalización de la Escuela de Uppsala.

De acuerdo con Zanger *et al.* (2008), las primeras investigaciones sobre distancia psíquica están relacionadas con el estudio del lenguaje y la distancia geográfica en el comercio internacional. Los autores manifiestan que durante los últimos treinta años, el entendimiento de la distancia psíquica ha cambiado desde una percepción objetiva a un constructo determinado en forma más subjetiva, constituyendo la percepción individual un importante componente de este constructo. Zanger *et al.* definen la percepción de un mercado externo distante como el grado en el cual éste es experimentado como no familiar. Esta definición permite diferenciar el término respecto a otros conceptos de distancia como son la distancia cultural o económica, los cuales están relacionados a dimensiones de carácter macroeconómico y del contexto nacional. Bajo esta conceptualización, emerge la importancia del tomador de decisiones en el proceso de internacionalización, donde su experiencia, conocimientos y características personales, configuran su percepción de los mercados internacionales. A nivel latinoamericano se ha encontrado evidencia de un alto grado de confianza por parte del tomador de decisiones en sus habilidades y conocimientos empresariales basados en sus experiencias previas en negocios familiares y trabajos anteriores (Escandón, 2009). La distancia psíquica es conceptualizada como la percepción individual de la familiaridad de un país, resultante de una interpretación subjetiva de las diferencias percibidas entre el mercado doméstico y el externo (Zanger *et al.*, 2008).

1.2. Desempeño exportador a nivel de la firma

El análisis de la literatura en desempeño exportador a nivel de la firma, pone de manifiesto que no existe un consenso de cuáles debieran ser las medidas del desempeño exportador, lo que ha generado estudios empíricos con diferentes indicadores, haciendo muy difícil la comparación entre ellos. Según Katsikeas, Leonidou y Morgan (2000), las medidas de desempeño exportador relevantes a utilizar en una situación particular, dependerán de distintos factores, tales como el marco de referencia, la perspectiva de los *stakeholders*, la unidad de análisis, entre otros. Los autores a su vez, clasifican las medidas de desempeño exportador en económicas, no económicas y genéricas. Entre las principales medidas económicas señalan las ventas y utilidades provenientes de la exportación. En las medidas no económicas destacan los productos y los mercados de exportación. Entre las medidas genéricas señalan el grado de satisfacción en relación con los resultados internacionales, el cual ha sido utilizado en diferentes investigaciones (Balabanis y Katsikea, 2003; Dimitratos, Lioukas y Carter, 2004; Zahra y Neubaum, 1998).

Por su parte Shoham (1998), aportando un componente longitudinal, afirma que el desempeño exportador es el resultado compuesto de las ventas internacionales de una firma, la cual incluye tres sub-dimensiones: ventas, rentabilidad y crecimiento de las exportaciones.

2. METODOLOGÍA

La metodología utilizada correspondió a un estudio correlacional que abarca un período de cinco años,

entre el 2000 y 2005, comparando los resultados exportadores de las empresas a estudiar con la percepción de los mercados de destino de sus dueños o gerentes y con las características estructurales de las mismas. La muestra correspondió a 88 empresas exportadoras de un universo de 108 existentes en la región de La Araucanía en Chile. Se definió como empresa exportadora a toda aquella empresa que había exportado por lo menos una vez en el período en estudio, siguiendo los lineamientos metodológicos planteados por Álvarez (2004), basados en la baja persistencia exportadora de las empresas chilenas. La recolección de datos correspondió a fuentes primarias y secundarias. La primera equivalió a una encuesta personal aplicada al tomador de decisiones de la empresa exportadora. La segunda la constituyó la base de datos del Servicio Nacional de Aduanas de Chile, la cual contiene datos microeconómicos de las empresas exportadoras chilenas, identificando cada transacción de exportación de la empresa y su respectivo valor FOB en dólares exportados.

La distancia psíquica a los mercados se definió dependiendo de la cercanía o lejanía de los mercados que atendía cada empresa, para lo cual se midió la percepción individual de los gerentes o dueños de las pymes. Se les preguntó específicamente si con relación a Chile los mercados a los cuales exporta eran muy similares o muy diferentes respecto a la mentalidad, normas socioculturales y valores, utilizando una escala Likert de 1 a 7. A continuación, los exportadores fueron clasificados como exportadores a países cercanos, si los

puntajes promedios se encontraban entre 4 y 7, y exportadores a países lejanos si los puntajes promedios se encontraban entre 1 y 3,9. Para lo anterior se consideraron los valores de categorías utilizados por Pedersen y Petersen (2004). Para el constructo de distancia psíquica, el porcentaje de varianza explicada del análisis factorial de los ítems fue de un 75,2%, con una consistencia interna de Alpha de Cronbach de 0,835.

Respecto al constructo de desempeño exportador, tomando en consideración los elementos conceptuales encontrados en la literatura, se midieron las ventas externas acumuladas (valores FOB) y la satisfacción percibida de los dueños/gerentes con la exportación, en el período 2000-2005. Adicionalmente se utilizó una medida para el año 2005, referida a la propensión exportadora de la firma, es decir, las ventas externas en relación con las ventas totales.

Para medir el grado de satisfacción con la actividad exportadora se utilizó la escala de Zahra, Neubaum y Huse (1997), la cual considera una escala Likert de siete puntos, y está compuesta de tres ítems o afirmaciones relacionadas con el grado de satisfacción con las actividades exportadoras. Las afirmaciones son: “nuestra empresa ha tenido éxito en sus actividades exportadoras”, “nuestra empresa se ha desempeñado en el extranjero como un competidor clave en las exportaciones”, y “nuestra empresa ha realizado progresos satisfactorios en actividades exportadoras”. El constructo de satisfacción percibida presentó un porcentaje de varianza explicada de 75,7% con un Alpha de Cronbach de 0,8272.

Para la caracterización de las empresas exportadoras se analizaron las variables de control de sector, localización y tamaño. El tamaño fue analizado según ventas y número de empleados, de acuerdo con la clasificación chilena. La comparación de los porcentajes se realizó con la prueba exacta de Fisher y las medias con la prueba t-student para varianzas iguales y distintas. El nivel de significación fue de 5%. Las variables y sus medidas son resumidas en la Tabla 1.

3. RESULTADOS

La muestra de 88 empresas exportadoras de la Región de La Araucanía representan un 81,5% del universo de empresas que exportaron por lo menos una vez en el período 2000-2005. En este período las empresas destinaron sus exportaciones principalmente a mercados psicológicamente cercanos (62,5%), es decir, exportaron mayoritariamente a países con mentalidades, normas socioculturales y valores similares a los de Chile. Las empresas exportadoras de la región se caracterizan por ser en su mayoría pymes (59,1%), de acuerdo con la clasificación de ventas según tamaño existente en Chile. Sin embargo, si las empresas fueran medidas por el número de empleados predominan las microempresas (48,9%).

En general, se aprecia la tendencia a que las empresas más pequeñas exportan a mercados cercanos, mientras las más grandes a mercados lejanos, situación similar si se mide a las empresas por ventas o por número de empleados. Sin embargo, no se presentan diferencias estadísticamente

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variable	Ítems	Medidas	Resultados
Distancia Psíquica	<i>Con relación a Chile, el (los) país (es) a los cuales exporta o ha exportado sus productos es:</i>	Escala Likert de siete puntos en donde 1 es "Muy en desacuerdo" y 7 es "Muy de acuerdo"	Porcentaje de varianza explicada=0,7517
	1) Muy similar con relación a la mentalidad	Medida Dummy donde 1 es "Mercados cercanos (puntaje 4 a 7)" y 0 "Mercados lejanos (puntajes 1 a 3,9)"	Alpha de Cronbach=0,8348
	2) Muy similar con relación a las normas socioculturales 3) Muy similar con relación a los valores		
Desempeño Exportador	Exportaciones acumuladas en el período 2000-2005 (Miles de USD\$ FOB)		
	Propensión exportadora año 2005	Porcentaje de las exportaciones sobre las ventas totales al año 2005 (%)	
	<i>Satisfacción con las exportaciones en el periodo 2000-2005</i>	Escala Likert de siete puntos en donde 1 es "Muy en desacuerdo" y 7 es "Muy de acuerdo"	Porcentaje de varianza explicada=0,7569 Alpha de Cronbach= 0,8272
Variables de control	Sector	1=agrícola, 2=forestal, 3=manufacturero, 4=otros sectores	
	Localización	1=Temuco y Padre Las Casas; 2=Pucón y Villarrica; 3= otra	
	Tamaño según ventas*	1=micro=Menor a 2.400 UF (<43 millones CLP\$); 2= pyme. Entre 2.401 – 100.000 UF (43 – 1800 millones CLP\$); 3= grande=Mayor a 100.000 UF (> 1.800 millones CLP\$)	
	Tamaño según N° de empleados	1=micro=<10 empleados; 2=pequeña=entre 10 y 200 empleados; 3=grande=>200 empleados	

*Peso chileno (CLP\$)

significativas al considerar el tamaño de la empresa y la distancia psíquica de sus mercados de destino.

El principal sector exportador de la región es el forestal, le sigue en importancia el agrícola, que juntos

representaron el 67,1% de las exportaciones de la región el año 2005. Sin embargo, no se presentan diferencias estadísticamente significativas en la distancia psíquica a los mercados según sea el sector exportador involucrado (ver Tabla 2).

Tabla 2. Características de las ERE según distancia psíquica a los mercados

Variables		Distancia psíquica				p (prueba exacta de Fisher)
		Cercana (n=55)		Lejana (n=33)		
		Frec.	%	Frec.	%	
Tamaño según ventas	Microempresa (n=21)	15	71,40	6	28,60	0,154
	Pyme (n=52)	34	65,40	18	34,60	
	Grande (n=15)	6	40,00	9	60,00	
Tamaño según número de empleados	Microempresa (n=43)	29	67,40	14	32,60	0,515
	Pyme (n=37)	22	59,50	15	40,50	
	Grande (n=8)	4	50,00	4	50,00	
Sector	Agrícola, ganadero y pesquero (n=27)	13	48,20	14	51,80	0,099
	Forestal y alguna de sus manufacturas (n=32)	25	78,10	7	21,90	
	Manufacturero y productos en general (n=13)	7	53,90	6	46,10	
	Otros sectores (n=16)	10	62,50	6	37,50	
Localización (comuna)	Temuco y Padre Las Casas (n=43)	28	65,10	15	34,90	0,287
	Pucón y Villarrica (n=16)	12	75,00	4	25,00	
	Otras comunas (n=29)	15	51,70	14	48,30	

Respecto a los resultados obtenidos por las empresas, el valor acumulado promedio de las exportaciones en el período 2000-2005 fue de 2.520,1 miles de dólares FOB, donde los exportadores a países lejanos exportan más, sin embargo, estas diferencias no son estadísticamente significativas. Al examinar la satisfacción de la gerencia con la actividad exportadora, ambos grupos presentan una evaluación positiva, con una asignación promedio de una nota de 4,3 (en una escala Likert de 1 a 7), no presentándose diferencias significativas entre los grupos.

La propensión exportadora promedio de las empresas al año 2005 fue de un 31,6%. Al comparar este indicador entre empresas que exportan a países cercanos y lejanos, el indicador es mayor en aquellas empresas que exportan a países con mayor distancia psíquica, sin embargo, estas diferencias no son estadísticamente significativas. Los resultados del desempeño exportador de las empresas según distancia psíquica a sus mercados de destino se presentan en la Tabla 3.

Tabla 3. Indicadores de desempeño exportador por distancia psíquica a los mercados

Variables	Distancia psíquica				P
	Cercana (n=55)		Lejana (n=33)		
	Media	SD	Media	SD	
Valor exportaciones acumulados 2000-2005 en Miles de USD\$ FOB (2520,1±8248,01)	2052,7	6843,83	3299,0	10200,00	0,5376*
<i>Satisfacción con la actividad exportadora 2000-2005</i>					
Escala Likert 1 a 7 con 7 como “muy alto” y 1 “muy bajo” (4,3±1,48)	4,30	1,48	4,30	1,49	0,9509
Propensión exportadora 2005 (31,6±38,81)	31,10	37,33	32,45	41,74	0,8743

*Test para varianzas distintas. Prueba de análisis de varianza (ANOVA).

4. CONCLUSIONES

El trabajo contribuye al conocimiento sobre el efecto de las actitudes personales del emprendedor sobre sus decisiones de internacionalización, que influyen positivamente los procesos de internacionalización de una firma.

Los resultados de esta investigación proveen de apoyo empírico a la importancia que tiene la distancia psíquica en el proceso de internacionalización de la firma. Esta información puede ser tomada como base para futuras investigaciones en el campo de la percepción del tomador de decisiones y los factores estructurales de la firma que influyen la decisión de internacionalizarse, lo que permitirá entregar mayor conocimiento sobre cómo potenciar y estimular la salida de las pymes a los mercados internacionales.

Se puede concluir que las empresas exportadoras de la Región de La Araucanía en Chile exportan principalmente a países psicológicamente cercanos, ya que un 62,5% de los to-

madores de decisiones, de las 88 empresas exportadoras, manifestaron que los países a los cuales han realizado sus exportaciones son muy similares en relación con la mentalidad, normas socioculturales y valores. La Región se caracteriza por contar con empresas exportadoras de tamaño pequeño y mediano, las cuales exportan mayoritariamente a mercados cercanos. Los principales sectores económicos exportadores de la Región son el agrícola y el forestal, los que en conjunto exportan principalmente a países cercanos. También es posible señalar que en aquellas comunas donde se concentra el mayor número de empresas exportadoras (Temuco/Padre Las Casas y Pucón/Villarrica), las exportaciones son destinadas a países psicológicamente cercanos. En general, se aprecia que las empresas más grandes, pertenecientes a los sectores agrícola, ganadero y pesquero, son las que exportan a mercados psicológicamente distantes. Sin embargo, no se encontraron relaciones estadísticamente significativas entre las características estructurales de

las empresas (tamaño, localización y sector de actividad) con la distancia psíquica a los mercados de destino que atiende la empresa.

Respecto a los resultados de desempeño exportador, aquellas empresas que exportan a países psicológicamente distantes lograron, en promedio, un mayor valor exportado en el período 2000-2005, y presentaron una mayor propensión exportadora en el año 2005, sin embargo, estas diferencias no son estadísticamente significativas. Respecto a la satisfacción de la gerencia con la actividad exportadora, ambos grupos presentan una evaluación positiva, con una asignación promedio de una nota de 4,3. En general, son las empresas más grandes, aquellas que pertenecen a los sectores agrícola, ganadero y pesquero, las que exportan a mercados psicológicamente distantes.

Los resultados obtenidos indican la necesidad de realizar más investigaciones empíricas, dado que estos demuestran que las empresas que exportan a países más lejanos psicológicamente logran mayores resultados, y que corresponden a las grandes empresas.

Si la pyme y la microempresa representan la mayoría de las empresas exportadoras de la región de La Araucanía, y éstas están llegando principalmente a países cercanos, logrando menores niveles de resultados exportadores, es importante incentivarlas para que se internacionalicen hacia países más lejanos. Parte de este apoyo debiera estar dirigido al tomador de decisiones, quien percibe a los mercados internacionales de acuerdo con sus conocimientos, experiencias y características personales.

Para los países en vías de desarrollo como Chile, la política pública de apoyo a la internacionalización de las empresas, especialmente para la pyme, juega un rol importante. La política pública de promoción de exportaciones, en el caso de Chile, se enfoca a entregar instrumentos dirigidos a la empresa para obtener información de los mercados internacionales, participar en ferias comerciales internacionales y realizar misiones de prospección de mercados internacionales. Sin embargo, son escasos los instrumentos dirigidos a trabajar con el perfil del emprendedor, que desea internacionalizarse o se encuentra realizando los primeros embarques a sus nuevos clientes externos. Como se ha demostrado en el caso de la región de La Araucanía, el emprendedor con una percepción personal del mercado externo distante, genera mejores y diferentes resultados finales. Es necesario ver formas de abordar el perfil del emprendedor, especialmente respecto a su percepción de los mercados externos, con el fin de estimular la salida hacia mercados internacionales más lejanos que pueden permitirle a la firma obtener mejores resultados.

Las principales limitaciones de la presente investigación han sido el número de empresas analizadas, lo que se debió al bajo número de empresas exportadoras existentes en la región de La Araucanía. Por lo tanto, es recomendable ampliar la base de estudio a otras regiones, así como realizar estudios *cross* culturales que puedan confirmar estos primeros resultados. En segundo lugar, el constructo de distancia psíquica requiere mayor atención, por ejemplo, considerando la percepción del tomador de mediciones en diferentes aspectos, además de mentalidad, normas socioculturales y

valores de los mercados externos. Por último, en la presente investigación se analizó la distancia psíquica al conjunto de mercados al cual exportaba la empresa, y sería necesario analizar cada mercado o grupos de mercados en forma independiente para obtener resultados más adecuados a las distintas realidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Álvarez, R. (2004). Sources of export success in small-and medium-sized enterprises: The impact of public programs. *International Business Review*, 13(3), 383-400.
2. Balabanis, G.I. y Katsikea, E.S. (2003). Being an entrepreneurial exporter: does it pay? *International Business Review*, 12(2), 233-252.
3. Dimitratos, P., Lioukas, S. y Carter, S. (2004). The relationship between entrepreneurship and international performance: the importance of domestic environment. *International Business Review*, 13(1), 19-41.
4. Escandón, D.M. (2009). Factores que inciden en la creación de Born Global en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 25(113), 55-73.
5. EuroChile. (2008). *Internacionalización de las Mipymes en la Unión Europea*. Recuperado el 15 de julio de 2010, de <http://www.eurochile.cl/prontus/estudios/site/asocfile/ASOCFILE120070808170358.pdf>
6. Evans, J. y Mavondo, F.T. (2002). Psychic distance and organizational performance: an empirical examination of international retailing operations. *Journal of International Business Studies*, 33(3), 515-532.
7. Johanson, J. y Vahlne, J.E. (1977). The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 25-34.
8. Katsikeas, C.S., Leonidou, L.C. y Morgan, N.A. (2000). Firm-level export performance assessment: review, evaluation, and development. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(4), 493-511.
9. Leonidou, L.C. y Katsikeas, C.S. (1996). The export development process: an integrative review of empirical models. *Journal of International Business Studies*, 27(3), 517-551.
10. Nordström, K.A. y Vahlne, J.E. (1994). Is the globe shrinking? Psychic distance and the establishment of Swedish sales subsidiaries during the last 100 years. En M. Landeck (Ed.), *International trade: Regional and global issues* (pp. 41-56). New York, NY: Palgrave Macmillan.
11. Oviatt, B.M. y McDougall, P.P. (2005). Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 29(5), 537-553.
12. Pedersen, T. y Petersen, B. (2004). Learning about foreign markets: are entrant firms exposed to a "shock effect"? *Journal of International Marketing*, 12(1), 103-123.
13. Ramirez, C.E. (2006). La internacionalización de Leonisa: una empresa colombiana de ropa interior. *Estudios Gerenciales*, 98, 25-55. Recuperado de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/804/1/Internacionalizacion_Leonisa_empresa%20colombiana_ropa_interior.pdf

14. Shoham, A. (1998). Export performance: a conceptualization and empirical assessment. *Journal of International Marketing*, 6(3), 59-81.
15. Skarmeas, D., Katsikeas, C. S., Spyropouliou, S. y Salehi-Sangari, E. (2008). Market and supplier characteristics driving distributor relationship quality in international marketing channels of industrial products. *Industrial Marketing Management*, 37(1), 23-36.
16. Zahra, S.A. y Neubaum, D.O. (1998). Environmental adversity and the entrepreneurial activities of new ventures. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 2(2), 123-140.
17. Zahra, S.A., Neubaum, D.O. y Huse, H. (1997). The Effect of the Environment on Export Performance among Telecommunications New Ventures. *Entrepreneur Theory & Practice*, 22(1), 25-46.
18. Zanger, C., Hodicova, R. y Gaus, H. (2008). Psychic distance and cross-border cooperation of SMEs: an empirical study on Saxon and Czech entrepreneurs' interest in cooperation. *Journal for East European Management Studies*, 13(1), 40-62. ☀

VALOR RAZONABLE: UN MODELO DE VALORACIÓN INCORPORADO EN LAS NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA

BERTA SILVA PALAVECINOS*

Doctorando en Ciencias Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid, España.
Magíster en Gestión mención Contabilidad y Finanzas, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.
Docente e investigadora, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.
Grupo de Investigación de la Escuela de Comercio, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.
bsilva@ucv.cl

Fecha de recepción: 19-08-2009

Fecha de corrección: 02-11-2010

Fecha de aceptación: 11-01-2011

RESUMEN

El concepto de Valor Razonable, traducción del inglés de la expresión *Fair Value*, que aparece desde hace varias décadas en la literatura contable anglosajona, ha cobrado relevancia cuando el International Accounting Standards Board (IASB) lo incorporó como un modelo de valoración en las Normas Internacionales de Información Financiera. Sin embargo, el significado, la oportunidad en que se usa, cómo se determina, el efecto que genera en el patrimonio de la empresa, además de otros aspectos significativos, se encuentran dispersos a través de distintas normas. El agente decisor requiere tener una concepción clara sobre el tema. Este artículo presenta una compilación y reflexiones sobre estos aspectos, sin agotarlos.

PALABRAS CLAVE

Modelo de valoración, valor razonable, valor justo, criterios de medición.

Clasificación JEL: M49

* Dirigir correspondencia a: Escuela de Comercio, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Avenida Brasil 2830, Valparaíso, Chile.

ABSTRACT

Fair value: a valuation model incorporated in international financial reporting standards

The concept of fair value, which has appeared for decades in Anglo-Saxon accounting literature, gained great significance when it was incorporated by the International Accounting Standards Board (IASB) as a pricing model in International Financial Reporting Standards. Nevertheless, its meaning, when it is used, how it is determined, its impact on the equity of a company, and other aspects of meaning are scattered throughout various standards. Decision makers need to have a clear idea of the subject. This article presents a compilation and reflections on these issues without attempting to be exhaustive.

KEYWORDS

Valuation model, reasonable value, fair value, measurement criteria.

RESUMO

Valor razoável: um modelo de avaliação incorporado nas normas internacionais de informação financeira

O conceito de valor razoável, tradução do inglês da expressão *fair value*, que aparece há várias décadas na literatura contábilística anglo-saxônica, tornou-se relevante quando foi incorporado pelo *International Accounting Standards Board* (IASB) como um modelo de valoração nas Normas Internacionais de Informação Financeira. Porém, o significado, a ocasião em que é usada, como se determina, o efeito que gera no patrimônio da empresa, bem como outros aspectos significativos, estão dispersos através de diferentes normas. O agente responsável pelas decisões precisa ter uma ideia clara sobre a matéria. Esse artigo apresenta uma compilação e reflexões sobre esses temas, sem esgotá-los.

PALAVRAS-CHAVE

Modelo de avaliação, valor razoável, valor justo, critérios de medida.

INTRODUCCIÓN

En la normativa vigente emitida por el International Accounting Standards Board (IASB), se incorpora el concepto de valor razonable en aproximadamente el 72% de las normas;¹ sin embargo, éstas proporcionan una orientación dispar y a veces limitada acerca de cómo medir el valor razonable. En el Marco Conceptual² para la preparación y presentación de estados financieros (IASB, 1989) el concepto solamente se enuncia un par de veces, además al referirse a la medición de los elementos de los estados financieros no lo incluye en las bases de medición y se ha planificado generar un borrador sobre este punto para el segundo semestre de 2011 (IASB, 2010b). En el mismo año se emitirá la norma que establece cómo la entidad debe medir el valor razonable y divulgar la información de su cálculo (IASB, 2009a).

En septiembre de 2005 el IASB agregó a su agenda un proyecto para aclarar el significado del valor razonable y proporcionar orientación para su aplicación en las Normas Internacionales de Información Financiera (IASB, 2009b) y ha tenido en cuenta el FAS 157 de Mediciones del Valor Razonable³ como base para el trabajo conjunto que han desarrollado el IASB y el FASB y que persigue mejorar la comparabilidad de los estados financieros preparados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y los Principios de Contabilidad

Generalmente Aceptados de Estados Unidos (IASB, 2010a).

El objetivo de este trabajo es abordar, brevemente, distintos aspectos relacionados con el valor razonable: definición, consideraciones y criterios de medición empleados en su determinación, oportunidad en que se utiliza, revelaciones que exige y reconocimiento de los diferenciales de valor que se generan por su uso.

Este estudio se sustenta principalmente en la revisión de la normativa vigente emitida y revisada por el IASB, así como en los documentos que corresponden a los borradores de la norma sobre la medición y divulgación del valor razonable. Se justifica abordar específicamente esta materia porque la complejidad de los procesos de valoración aumenta “con la introducción del valor razonable, el eje central de la valoración en la normativa internacional” (Mejía, Montes y Montilla, 2008, p.76).

La presentación de este trabajo se estructura en tres secciones. En la primera se presenta la compilación de las materias comprendidas en la revisión del concepto de Valor Razonable. En la segunda sección se hace una breve reflexión sobre distintos alcances que produce el uso del valor razonable. En la tercera y última sección se exponen las limitaciones del estudio, las conclusiones y se presenta brevemente futuras líneas de investigación que pueden surgir sobre la materia abordada en el documento.

1 Se han considerado 29 Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), 11 Interpretaciones SIC emitidas por International Accounting Standards Committee (IASC) hasta el 2001, 9 Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y 16 Interpretaciones CINIIF emitidas por International Accounting Standards Board (IASB) a partir del 2003.

2 Documento aprobado por el Consejo del IASC en 1989 y adoptado por el IASB en el 2001.

3 Actualmente denominado ACS 820 (FASB, 2006).

I. REVISIÓN DEL CONCEPTO DE VALOR RAZONABLE

Los organismos responsables de emitir normas de información financiera internacional (IASB) y nacional (FASB), se han dado a la tarea de aclarar y sistematizar el uso y aplicación del valor razonable.

El IASB se ha planteado los mismos objetivos que el FASB en el FAS 157 (FASB, 2006) para generar una norma referida a la medición usando este concepto:

- (i) Establecer una guía única para las mediciones en valor razonable requerida en las distintas normas,
- (ii) Clarificar la definición de valor razonable y establecer una guía en orden a comunicar más claramente el objetivo de medición,
- (iii) Ampliar las revelaciones sobre valor razonable.

La razón para generar una norma específica es porque distintos elementos contables requieren ser medidos a valor razonable, sin embargo, la metodología para medirlos se encuentra dispersa a través de distintas normas, lo que agrega dificultad para la valorización y afecta la calidad de la información revelada en los estados financieros. Al precisar los criterios a aplicar cuando se determina el valor razonable, se evitan las múltiples interpretaciones y aplicaciones que podrían incluso llevar a la manipulación de los resultados.

1.1. Definición

El valor razonable es el precio que se recibiría al vender un activo o que se pagaría al transferir un pasivo en

una transacción regular entre los participantes del mercado en la fecha de medición (FASB, 2006; IASB, 2009b). En esta definición se plantea que la medición del valor razonable es a un precio de salida, desde la perspectiva de un participante del mercado que controla el activo o adeuda el pasivo. La definición conserva la noción de precio de intercambio contenida en la definición de valor razonable existente en las NIIF, siendo la más completa la que se enuncia en la NIIF 2 sobre el pago basado en acciones: el monto por el cual un activo podría ser intercambiado, un pasivo liquidado, o un instrumento de patrimonio concedido podría ser intercambiado, entre partes interesadas y debidamente informadas, en una transacción realizada en condiciones de independencia mutua. Sin embargo, en ella no se especifica si la empresa está actuando como comprador o como vendedor, no indica explícitamente si el intercambio se lleva a cabo en la fecha de medición o en alguna otra fecha (IASB, 2009b). La nueva definición del IASB acota y corrige estos aspectos.

Un precio de salida de un activo o pasivo plasma las expectativas de flujos de efectivo futuro asociados con el activo o con el pasivo desde la perspectiva de los participantes del mercado en la fecha de medición; sea la intención de la empresa la de obtener esos flujos bien mediante el uso del activo o a través de su venta. Se considera que un precio de salida es siempre una definición pertinente de valor razonable (IASB, 2010a).

El precio se establece bajo la óptica de que la transacción en la cual éste se fija (se trate de la venta de un activo o de la transferencia de un pasivo)

es hipotética en la fecha de medición (FASB, 2006; IASB, 2009b).

1.2. Determinación del valor razonable

La medición del valor razonable está basada en la medición del mercado y no en la medición de una entidad específica. Por lo tanto, una medición de valor razonable utiliza los supuestos que los participantes del mercado usarían cuando valorizan el activo o el pasivo (FASB, 2006; IASB, 2009b).

Al desarrollar estos supuestos, la entidad que informa debe identificar las características que distinguen generalmente a los participantes del mercado, considerando los factores específicos relativos a (1) el activo o pasivo, (2) el mercado principal (o más ventajoso) para el activo o pasivo y (3) los participantes del mercado con quienes la entidad que informa transaría en ese mercado. Un aporte importante de esta normativa es la caracterización que hace del mercado, distinguiendo claramente entre el mercado principal y, en ausencia de éste, al mercado más ventajoso para el activo o pasivo (FASB, 2006; IASB, 2009b, 2010a).

Al referirse a las técnicas de valoración se indica que debieran utilizarse técnicas de valoración consistentes con el enfoque de mercado, con el enfoque de ingresos y/o con el enfoque de costos para medir el valor razonable (FASB, 2006; IASB, 2009b).

En la normativa sobre valor razonable se hace la distinción entre los supuestos que los participantes en el mercado utilizarían en la fijación de precios del activo o pasivo, incluyendo los supuestos acerca del riesgo, diferenciando claramente entre los datos

de entrada *observables* y los datos de entrada *no observables*. Las técnicas de valoración utilizadas para medir el valor razonable maximizarán el uso de datos de entrada observables y minimizarán el uso de datos de entrada no observables (FASB, 2006; IASB, 2009b).

Frente a la dificultad para determinar el valor razonable de activos y/o pasivos y para aumentar la consistencia y comparabilidad en las mediciones de valor razonable y las revelaciones relacionadas, se establece explícitamente la jerarquía de valor razonable según los datos de entrada utilizados en las técnicas de valoración de éste, distinguiendo tres niveles que deben ser expresados y cuidadosamente revelados en notas a los estados financieros. En el Nivel 1, se encuentra la más alta jerarquía que otorga la mayor prioridad a los precios cotizados (sin ajustar) en los mercados activos para activos o pasivos idénticos. En el Nivel 2, figuran los precios cotizados para activos o pasivos similares en mercados activos, o bien, precios cotizados para activos o pasivos idénticos o similares en mercados que no son activos. En la menor jerarquía se ubica el Nivel 3, que comprende los datos de entrada no observables para el activo o el pasivo (FASB, 2006; IASB, 2009b).

Un mercado activo para el activo o pasivo, es un mercado en que las transacciones para el activo o pasivo ocurren con suficiente frecuencia y volumen para proporcionar información de precios sobre una base continua (FASB, 2006; IASB, 2009b).

También señala que un precio cotizado en un mercado activo proporciona la evidencia más confiable para me-

dir el valor razonable y se utilizará cuando esté disponible (FASB, 2006; IASB, 2009b).

En el IASB el concepto de mercado activo se encuentra definido expresamente en tres normas del IASB (NIC 36, NIC 38 y NIC41). Un mercado activo es un mercado en el que se dan todas las siguientes condiciones: (a) los bienes o servicios intercambiados en el mercado son homogéneos, (b) se pueden encontrar en todo momento compradores o vendedores para un determinado bien o servicio, y (c) los precios están disponibles para el público.

En los activos intangibles (NIC 38), la posibilidad de utilizar la valorización a valor razonable como procedimiento de medición posterior, se ve reducida y en casos imposibilitada por las indicaciones de la propia norma, que señala que sólo se permite la aplicación de este valor cuando existe para el intangible en cuestión un mercado activo, es decir, un mercado con suficientes compradores y vendedores, en el cual los activos comercializados son sustancialmente homogéneos y los precios son conocidos. Pocos cumplirán esta condición, por su naturaleza específica y en algunos casos única (González y Herreros, 2002).

Otro aspecto muy significativo a tener en cuenta cuando se determina el valor razonable es el riesgo, por ejemplo, el riesgo inherente en una técnica particular de valoración utilizada para medir el valor razonable (como un modelo de precio) y/o el riesgo inherente en los datos de entrada de la técnica de valoración, estos pueden ser observables o no observables:

a. Los datos de entradas observables son aquellos que reflejan los su-

puestos que los participantes del mercado utilizarían en la fijación de precios del activo o del pasivo, desarrollados con base en datos de mercado obtenidos de fuentes independientes de la entidad que informa.

b. Los datos de entradas no observables son aquellos que reflejan los supuestos propios de la entidad que informa acerca de las estimaciones que los participantes del mercado utilizarían en la fijación de precios del activo o pasivo, desarrollados según la mejor información disponible en las circunstancias (FASB, 2006; IASB, 2009b).

A continuación se presentan los métodos indicados en la medición de cada ítem del activo, en el cual se prescribe la aplicación del valor razonable. Se analizarán sólo los ítems del activo dado que son elementos que presentan mayor diferencia según su naturaleza.

1.3. Métodos de medición utilizados

Cuando se valorizan activos a valor razonable la aplicación de este concepto puede hacerse por medio de la aplicación de diversos métodos de medición, entre los más usados se encuentra el valor de mercado de un activo o el valor descontado de los flujos que se espera genere dicho activo (valor presente).

Con respecto a los métodos de medición utilizados, se observa que dependiendo del tipo de activo, se recomienda el uso de los siguientes criterios: (i) valor de mercado, (ii) costo de reposición (8 % de los casos), (iii) valor actual de los flujos futuros

esperados (60% de los casos), y (iv) valor realizable neto (20 % de los casos).

El costo de reposición (cuando no exista evidencia de un valor de mercado de tasación) es recomendado como método de medición para la aplicación del concepto de valor razonable cuando se trata de propiedades, plantas y equipos.

El valor de mercado es recomendado como método de medición para la aplicación del concepto de valor razonable cuando se trata de activos intangibles y propiedades de inversión. El valor razonable de una propiedad de inversión reflejará las condiciones de mercado en la fecha del balance.

El valor actual de los flujos futuros esperados (valor presente), es recomendado como método de medición para la aplicación del concepto de valor razonable cuando se trata de activos y pasivos financieros, arrendamiento, propiedades de inversión y activos realizables.

Para el caso particular de los activos biológicos y productos agrícolas, la normativa indica cinco métodos posibles: a) mercado activo, b) precio de la transacción más reciente en el mercado, c) precios de mercado de activos similares, ajustados de manera que reflejen las diferencias existentes, d) referencias del sector, y e) valor presente de los flujos netos de efectivo esperados del activo, descontados a una tasa antes de impuesto definida por el mercado.

Se puede observar que el método de medición que se adopte dependerá de la naturaleza del activo y de la posibilidad de que dicho activo cuente con un mercado activo. Por lo tanto, la aplicación de estos métodos queda

sujeta a la interpretación de quien prepara la información, lo que en algunos casos puede resultar subjetivo. Esto último justifica que exista una normativa específica referida al uso y aplicación del valor razonable.

1.4. Oportunidad en que es usado el concepto de valor razonable

En las Normas Internacionales de Información Financiera, es obligatorio aplicar el concepto de valor razonable en la valorización de ciertos elementos contables y en otros se puede aplicar como método de valoración opcional.

En algunos casos se establece que el valor razonable debe aplicarse a los elementos contables comprendidos en la norma respectiva al momento de la medición inicial, sin embargo, para otros, es recomendado como un tratamiento alternativo, al momento de la medición posterior.

Por ejemplo, el concepto de valor razonable es utilizado en la medición inicial de: arrendamientos financieros (desde el punto de vista del arrendatario), ingresos ordinarios, subvenciones del gobierno, instrumentos financieros, activos biológicos, productos agrícolas. Como se observa, se trata de ingresos, activos financieros y activos realizables. En otros casos, es utilizado en la medición posterior, como tratamiento alternativo, de: propiedades, planta y equipo, activos intangibles, propiedades de inversión. Se trata entonces de activos inmovilizados.

1.5. Revelaciones

En el Marco Conceptual (IASB, 1989), párrafo 14, se señala que los estados financieros también muestran los re-

sultados de la administración llevada a cabo por la gerencia, o dan cuenta de la responsabilidad en la gestión de los recursos confiados a la misma. Agrega que, los usuarios que desean evaluar la administración o la responsabilidad de la gerencia, lo hacen para tomar decisiones económicas, como por ejemplo, mantener o vender la inversión y mantener o reemplazar a los administradores encargados de la gestión en la entidad.⁴

La revelación de información confiable, comparable, útil para la toma de decisiones, cada día es más necesaria y requerida, de hecho si se considera el Principio V sobre Gobiernos Corporativos formulados por la Organización para Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2004), se refiere a la transparencia y la divulgación de información, y exige entre otros que se incluya la situación financiera y los resultados de la empresa. Establece que la información deberá ser elaborada y divulgada con arreglo a normas de alta calidad en materia de contabilidad y revelación de información financiera y no financiera. La importancia del cumplimiento de estos requisitos se debe a que el Foro de Estabilidad Financiera⁵ tiene incorporados, en el compendio de normas, los principios de la OCDE como una de las doce áreas de normas claves para tener sistemas financieros sanos.

Lo anterior justifica plenamente las exigencias de revelación presentes en las Normas Internacionales de Información Financiera.

Casos como Enron, Worldcom, por señalar los más emblemáticos, harán dudar a los usuarios de la veracidad de la información, y en los casos en que no existe una evidencia del valor utilizado en la medición, como por ejemplo, cuando ésta surge de supuestos o de técnicas de valoración (Silva y Azúa, 2006). Tanto la normativa del IASB, como las exigencias que establece el FAS 157, apuntan a considerar mayores revelaciones acerca de las mediciones con base en valor razonable y a otorgar más confianza a los usuarios de la información.

1.6. Reconocimiento de los diferenciales de valor

Los cambios en la valoración de activos y pasivos con base en valor razonable, ocurridos entre una medición y otra, tienen un impacto en el patrimonio. Ese diferencial también puede producirse cuando, al momento de la medición inicial de un activo, se ha utilizado su costo de adquisición o producción, y posteriormente se ha optado por usar el método de revaluación.

Se puede distinguir tres modalidades de reconocimiento de las diferencias de valor: (i) con cargo o abono a resultado, (ii) con cargo o abono a una cuenta de patrimonio, o (iii) una modalidad mixta en la cual se puede afectar una cuenta de resultado o una cuenta de patrimonio. Por ejemplo, la primera modalidad estaría indicada para el tratamiento contable de los aumentos o disminuciones del valor libro de los activos que se mantienen para negociación (activos financieros) o para obtener renta y/o

4 Ver párrafo OB4 en El Marco Conceptual para la Información Financiera 2010 (IASB, 2010c).

5 Organismo que persigue generar mejoras en el funcionamiento de los mercados financieros y reducción del riesgo sistémico.

plusvalía (propiedad de inversión). En cuanto a la segunda modalidad, estaría indicada para el tratamiento contable de los activos financieros disponibles para la venta. En cuanto a la tercera modalidad, estaría indicada para el tratamiento contable de los aumentos o disminuciones del valor libro de los activos fijos, tales como: propiedades, plantas y equipos y activos intangibles. El IASB es partidario de no afectar los resultados del periodo, a causa del reconocimiento como ganancia de los aumentos de valor, por tenencia de los activos fijos. Considerando, entonces, que estos aumentos constituyen resultados reconocidos pero no realizados que deben mostrarse aumentando el patrimonio y no los resultados distribuibles.

En la NIC N° 1 Presentación de Estados Financieros, se requiere que las variaciones del patrimonio que se originan en la aplicación de determinadas normas y que se han reconocido con cargo o abono a cuentas del patrimonio, se presenten separadamente en un Estado de Resultados Integral (IASB, 2009a).

1.7. Relación del concepto de valor razonable y el deterioro

No se debe cerrar esta compilación acerca del valor razonable, que obviamente es susceptible de ampliarse, sin antes hacer un alcance y distinción en relación con tres conceptos que regularmente se suelen confundir: depreciación, bajas de valor razonable y deterioro.

Los tres conceptos se relacionan y afectan el valor de un activo fijo, sin embargo tienen diferentes significa-

dos. La depreciación corresponde a la distribución del costo o valor de un activo fijo, cualquiera sea el modelo de valorización que se utilice (al costo o a valor razonable) durante los períodos en que se consume su potencial de vida, ya sea reconocido como gasto del período o como costo del producto fabricado. De esta forma, se puede alcanzar la adecuada correspondencia entre ingresos y gastos señalada en el párrafo 95 del Marco Conceptual para la preparación y presentación de estados financieros del IASC (1989), es decir, vincular los logros alcanzados en las transacciones y operaciones de la empresa con los esfuerzos desarrollados para obtenerlos. A través de la depreciación, se reconoce y se valoriza el consumo de potencial de vida de un activo fijo, período a período.⁶

Las bajas de valor razonable, en este caso del activo fijo, se reconocen con cargo a pérdida excepto que antes se haya reconocido un aumento de valor abonado a la reserva de revaluación, ya que en ese caso se carga hasta el monto de la baja o el monto del saldo de la cuenta de reserva (si fuera menor al monto deteriorado) llevando la diferencia a pérdida. El valor razonable al cual se valoriza el activo fijo debe ser el valor de tasación y si éste no se puede determinar, será al costo de reposición amortizado; sin embargo, se refiere a un valor que determina el mercado dado por los participantes del mercado dispuestos a pagar por este bien si se vendiera (transacción hipotética).

El deterioro en cambio se plantea de cara a la entidad específica y se reconocerá deterioro cuando el valor en libros (cualquiera sea el modelo de

⁶ Ver párrafo 4.50 en El Marco Conceptual para la Información Financiera 2010 (IASB, 2010c).

valorización, al costo o a valor razonable) sea mayor al valor recuperable, y éste es considerado entre el precio de venta neto y su valor en uso (valor actual de los flujos de caja futuros) el que sea mayor.

En todo caso cabe aclarar que bajas de valor razonable y deterioro se pueden registrar también para otros activos. El tema no ha sido agotado, solamente ha pretendido ser un llamado de atención.

A continuación se analiza la relación del uso del valor razonable con determinadas materias.

2. EFECTOS DE LA PUESTA EN PRÁCTICA DEL VALOR RAZONABLE

2.1. Satisfacción de los usuarios

El análisis se realiza desde la perspectiva de la preparación de información bajo valores corrientes y no bajo valores históricos. ¿Alcanzan los usuarios de la información una mayor satisfacción de sus requerimientos? Al considerar lo indicado en el Marco Conceptual del IASB (párrafo 26):⁷

Para ser útil, la información debe ser relevante de cara a las necesidades de toma de decisiones por parte de los usuarios. La información posee la cualidad de la relevancia cuando ejerce influencia significativa sobre las decisiones económicas de quienes la utilizan, ayudándoles a evaluar sucesos pasados, presentes o futuros, o bien confirmar o corregir evaluaciones realizadas anteriormente. (IASB, 1989, p.80)

En un mundo globalizado, en que cada día surgen nuevas formas de

hacer negocios, y donde los requerimientos de información referida lo más fielmente posible a los hechos que la generan son cada vez mayores, se podría pensar que la incorporación del valor razonable proporciona información más relevante a los usuarios de los estados financieros porque considera los supuestos que utilizarían los participantes en el mercado.

Sin embargo, tal como se advierte en el mismo Marco Conceptual, la información puede ser relevante, pero poco fiable en su naturaleza, por lo que su reconocimiento puede ser potencialmente una fuente de equívocos (IASB, 1989). Por lo tanto, al usar este concepto de valoración se debe estar seguro de que la información que genere estará libre de sesgo, error material o prejuicio, para que los usuarios puedan confiar en que es la imagen fiel de lo que pretende representar, o de lo que puede esperarse razonablemente que represente (Silva y Azúa, 2006). La NIIF sobre valor razonable delimita el alcance y subjetividad de su aplicación.

2.2. Criterio Prudente o Conservador

La valorización mediante el valor razonable pareciera romper en algunos casos con un concepto tan arraigado en los sistemas contables de distintos países: el Criterio Prudente o Conservador. Desde hace muchísimos años el espíritu contenido en la afirmación que las pérdidas se registran apenas tenga conocimiento de las mismas y las ganancias solo cuando se realicen se ha visto reflejado en la valorización de activos y de pasivos, cautelando

⁷ Ver párrafos CC6 a CC10 en El Marco Conceptual para la Información Financiera 2010 (IASB, 2010c).

no reflejar mayor patrimonio cuando éste no derive de una agregación real de nuevos recursos.

Bajo cierta normativa del IASB y aplicando el valor razonable, se reconocen aumentos en resultado o en partidas del patrimonio que se originan exclusivamente en un procedimiento de valoración de cara a un mercado, a los supuestos que hagan los participantes del mercado, o a las técnicas de valoración utilizadas, sin que realmente existan nuevos recursos que avalen ese aumento patrimonial. ¿Significará esto un distanciamiento del Criterio Prudente y un reconocimiento de incrementos patrimoniales que no están realizados?

Si se concordara en que el concepto de prudencia, conforme lo define el Marco Conceptual del IASB (párrafo 37)⁸ es:

La inclusión de un cierto grado de precaución, en el ejercicio de juicios necesarios para efectuar estimaciones requeridas bajo condiciones de incertidumbre, de modo que los activos o los ingresos no se expresen en exceso y que las obligaciones y los gastos no se expresen en defecto. (IASB, 1989, p.82)

Se podría pensar que al aplicar el valor razonable, según el criterio del valor obtenido de un mercado activo, no existiría incertidumbre respecto de éste en el momento de la valuación, de tal forma que no sería necesaria la aplicación del Criterio Prudente en la valoración de activos y pasivos.

Sin embargo, si se toma como ejemplo la NIC 16, referida a propiedades,

planta y equipo, cuando se aplica el criterio optativo de valoración a valor razonable, esto es, si se incrementa el valor de un activo como consecuencia de una revaluación, el aumento debe ser acreditado a una cuenta de superávit de revaluación, dentro del patrimonio neto. Los defensores de esta práctica sostendrían que no debería existir el riesgo de una sobre-valoración del patrimonio, ya que la revaluación estaría dada por un valor obtenido en un mercado activo. Sin embargo, dado que el riesgo de sobre-valoración existe, el uso de este criterio de revaluación podría ser cuestionado por los defensores del Criterio Prudente (Silva y Azúa, 2006).

Por otra parte, la misma NIC 16 indica que el aumento debe ser reconocido como una ganancia del período cuando corresponda a la reversión de una disminución por devaluación del mismo activo, que anteriormente fue reconocida como una pérdida (párrafo 39). Cuando se trata de una disminución del valor libros de un activo, como consecuencia de una devaluación, tal disminución debe ser reconocida como una pérdida del período. No obstante, la disminución debe ser cargada directamente contra el superávit de reevaluación si ha sido registrado previamente en relación con el mismo activo, siempre que no exceda el saldo de la mencionada cuenta de patrimonio (párrafo 40) (IASB, 2009c). Esta diferencia en el tratamiento podría indicar que, en general, se intenta aplicar el Criterio Prudente o Conservador con la

⁸ Ver párrafos FC3.27 a FC3.31 en El Marco Conceptual para la Información Financiera 2010 (IASB, 2010c).

intención de no reflejar incrementos en los resultados a través del reconocimiento de utilidades no realizadas, no obstante, sí se reconocen aumentos de patrimonio:

La prudencia valorativa pierde la prevalencia sobre otros principios contables, simplemente es uno más, ya que de no ser así el Valor Razonable no se aplicaría nunca, puesto que es más prudente hacer lo contrario. (Cañibano, 2007, p.14)

2.3. Confiabilidad del valor razonable

¿Cuál es la confiabilidad que ofrece el uso del valor razonable en la valoración de los activos y pasivos de la empresa? Si se considera que, generalmente, este tipo de valoración se basa en aquellos valores que se determinan en mercados organizados para bienes, derechos e instrumentos financieros (mercados activos), el grado de confiabilidad del valor razonable debería estar relacionado con las condiciones de funcionamiento del mercado que lo determinan (Silva y Azúa, 2006).

De esta forma, se podría pensar que si los mercados funcionan bien, se establecen precios libres de sesgo, los cuales serán conocidos por todos los interesados de manera oportuna. El uso de este concepto para valorar activos y pasivos, proporciona información útil para tomar decisiones, tal vez más útil que aquella entregada por el Modelo del Costo Histórico que proporciona valores del pasado.

Por el contrario, si los mercados no funcionan bien o no hay un mercado activo, las distintas normativas re-

visadas indican que puede obtenerse el valor razonable mediante el uso de técnicas de valoración basadas en estimaciones o tasaciones. En tal caso, se corre el riesgo de obtener un valor subjetivo que conlleve a que la información para tomar decisiones no sea confiable, ni esté libre de sesgos, y por lo tanto, no resulte útil al usuario (Silva y Azúa, 2006).

2.4. Modelo de patrimonio a mantener

El valor razonable implica el uso de valores corrientes que son propios de un modelo de patrimonio operativo. Surge la interrogante si se requiere un cambio de modelo de patrimonio a mantener, desde un enfoque de patrimonio financiero a patrimonio operativo.

La elección del concepto apropiado de patrimonio que haga la empresa debe basarse en las necesidades de información de los usuarios de sus estados financieros. Así, debe adoptarse un concepto de patrimonio financiero cuando dichos usuarios están principalmente interesados en la conservación del patrimonio invertido (nominal o poder adquisitivo constante). En cambio, si el interés principal de los usuarios está en la capacidad operativa de la empresa, debe utilizarse el concepto de patrimonio operativo o físico (IASB, 1989, párrafo 103).⁹

Las normas emitidas por el IASB están orientadas a medir el resultado de la gestión, en un período, bajo el enfoque del patrimonio financiero, obteniéndose una utilidad sólo si el

9 Ver párrafo 4.58 en El Marco Conceptual para la Información Financiera 2010 (IASB, 2010c).

monto financiero (o dinero) del activo neto al final del período, excede al monto financiero (o dinero) del activo neto al comienzo del período, excluyendo toda distribución y aportación de los propietarios durante el período. De esta manera, los aumentos o disminuciones de valoración en activos y pasivos reconocidos bajo el concepto de valor razonable, durante el período, producirán un resultado que no ha sido fruto de la gestión de sus administradores, ni generada en el desarrollo de su ciclo normal de operaciones.

En un enfoque de patrimonio operativo se obtiene una utilidad sólo si la capacidad productiva física (o capacidad operativa) de la empresa (los recursos o fondos que se necesitan para alcanzar tal capacidad) al final del período, exceden a la capacidad productiva física al inicio del período, excluyendo toda distribución y aportación de los propietarios durante el período. Bajo este enfoque, el reconocimiento de las variaciones de precios que afecten a activos y/o pasivos durante un período, bajo el concepto de valor razonable, permitiría ajustar la capacidad operativa de la empresa, siempre que se cargue o abonen tales variaciones al patrimonio y no a resultados. En tal caso, solamente puede considerarse utilidad los flujos de entradas de activos en exceso sobre los montos requeridos para conservar el patrimonio (Silva y Azúa, 2006).

Los estados financieros muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que se les han confiado (NIC 1, párrafo 7) (IASB, 2009a). Es así que se puede afirmar que se persigue que sea la buena o mala administración

de los recursos lo que se refleje en los estados financieros y sus notas, para ello se deberán tener en cuenta la naturaleza de los recursos y los precios de mercado (Silva y Azúa, 2006).

2.5. Estado de resultados y variaciones por ajustes del valor razonable

¿Dónde deben mostrarse los cambios patrimoniales que no surgen de transacciones sino de cambios de valor de los activos y de los pasivos? El valor de la empresa es el resultado de su capacidad para generar incrementos patrimoniales derivados de su quehacer, medido periódicamente a base del reconocimiento de sus ingresos menos los gastos incurridos por servicios y recursos consumidos para obtenerlos, cualquiera sea el método que se emplee para medirlo, sea costo, costo de reposición, valor realizable neto, entre otros. Por lo tanto, las variaciones patrimoniales que deben ser reconocidas en el estado de resultados son aquellas que surgen del desarrollo de las operaciones que se originan en el ciclo operacional de una entidad y no en la variación de valores o en la medición de partidas de activos y pasivos que la empresa solamente mantiene (Silva y Azúa, 2006).

La aplicación del valor razonable puede hacer que los resultados netos varíen por causas que quedan fuera del control de la empresa, por lo que se vuelven volátiles y distorsionan el patrimonio (Silva y Azúa, 2006).

El uso del valor razonable permite que se registren variaciones patrimoniales (con cargo o abono directamente al patrimonio, o con cargo o abono al resultado del ejercicio) por la sola tenencia de los activos y/o pasivos.

Esto haría necesario la distinción en la información presentada a través del estado de resultados, de las ganancias y pérdidas no realizadas generadas por variaciones en el valor de activos y pasivos.

Los cambios incorporados en enero de 2008 por el IASB a la NIC 1 (Presentación de Estados Financieros), convergen en gran medida con el FAS 130 (FASB, 1997) e incorporan el concepto de resultado integral (*total comprehensive income*, por su traducción en inglés), que incluye además de ganancias y pérdidas, la identificación y separación de otros resultados (*other comprehensive income*, por su traducción en inglés). Estos últimos corresponden a variaciones patrimoniales que se originan en la aplicación de NIIF específicas, con reconocimiento directamente en partidas del patrimonio. Sin embargo, en las ganancias y pérdidas del resultado del período se encuentran incorporadas variaciones que surgen de ajustes de valor por el uso del valor razonable (por ejemplo, en el caso de propiedades de inversión o activos financieros mantenidos para negociación) y que no son presentadas separadamente del resultado generado en las transacciones y operaciones de la empresa.

Cuando se indica que los diferenciales de precio al valorizar a valor razonable, en algunos casos se incorporan al resultado, surge la pregunta ¿serán estos resultados distribuibles?

2.6. Resultados distribuibles

Ni el Marco Conceptual ni las Normas Internacionales de Información Financiera califican si el resultado puede o no ser repartido (Tua, 2004).

Las empresas deberían diferenciar la parte distribuible y no distribuible de la utilidad alcanzada en un ejercicio (Gonzalo Angulo, 2003).

El problema no serán las partidas que se presenten separadamente en otros resultados integrales, que es de público conocimiento que han sido registradas en el patrimonio, y que son ajustes resultantes de la aplicación en el caso de normas específicas. Cuando corresponda (por ley o estatutos de la empresa), o se resuelva repartir utilidades, será necesaria la identificación de las partidas cargadas o abonadas a resultados que surjan de ajustes y de revaluaciones, ya que existe el peligro que el patrimonio de la empresa se perjudique al repartir utilidades reconocidas pero aún no realizadas, o que los beneficiarios de esos repartos (dividendos, gratificaciones) reciban menos que las utilidades reales por cargos a resultados que las disminuyen. Además, el resultado variará período a período, dependiendo de la aplicación de un modelo de valuación.

2.7. Costos administrativos vinculados al modelo de revaluación

Cuando se enfrenta una valoración que requiere ser revisada periódicamente o en algún período posterior, inmediatamente se genera la interrogante ¿cuánto se afectarán los costos administrativos por la continua revisión que debe realizarse del valor razonable?

Comparativamente con el concepto de costo histórico, el uso del concepto de valor razonable implicaría incurrir en mayores costos administrativos dada la continua revisión del valor razonable de los distintos activos y/o pasivos para constatar las revalua-

ciones o deterioros de valor (Silva y Azúa, 2006). La profundidad exigida en la información a revelar obliga a mantener adecuados sistemas de información y control.

Se necesita diseñar e implementar sistemas capaces de generar todos los informes requeridos tanto por entidades fiscalizadoras, por los administradores y usuarios internos de la información como por los usuarios externos. Actualmente las empresas se abocan a implementar los informes en formato Extensible Business Reporting Language (XBRL). Charles Hoffman, experto contable y auditor, propuso este sistema para simplificar la automatización del intercambio de información financiera mediante el uso del lenguaje XML (Hoffman, 1998; citado en Baue, 2007).

2.8. Fiscalización del cumplimiento de las normas

Para que se cumpla el propósito que subyace en el espíritu de la normativa, es decir, fomentar el reflejo fiel de la realidad económica para ofrecer información confiable a los usuarios y especialmente a los inversionistas, debe existir fuerza regulatoria de parte de los organismos fiscalizadores de su aplicación.

Existe una relación positiva entre el crecimiento y rentabilidad de la empresa y la mayor información que se entrega al mercado por buenas prácticas de gobierno corporativo (Khurana, Pereira y Martin, 2006). La lógica presentada por estos autores es que si el mercado recibe más información, reaccionará positivamente, asignará menos riesgo a la empresa y exigirá por tanto menos por los fondos invertidos; esto generará un incremento en

la aceptación de los proyectos que la empresa tenía en cartera (disminución de la tasa de costo capital, Valor Actual Neto-VAN- positivo) y un aumento de la rentabilidad que ésta poseía, impactando favorablemente el nivel de inversión del mercado de capitales.

Las Normas Internacionales de Información Financiera no deben ser incorporadas ex post, es decir, luego de haber ocurrido los eventos, sino antes de tomar las decisiones que darán origen a los activos y/o pasivos en la entidad. Otro aspecto a considerar en las NIIF es que si bien cada una de ellas se refiere a cuestiones y casos específicos de activos y/o de pasivos, es tanto o más importante para evaluar su aplicación cuando corresponda comprender el marco y alcance que define, y a esto contribuye hacer el análisis de la introducción y de las bases de conclusiones emitidas para cada norma por el IASB.

Los estados financieros más útiles al usuario son los que hacen más transparente la relación entre la estrategia de los negocios de la entidad y las cifras que aparecen como consecuencia de ésta en las cifras que exhiben los elementos contables (Gonzalo Angulo, 2003).

Por lo anterior, se hace necesario que los organismos fiscalizadores exijan la publicación de notas a los estados financieros que realmente permitan al usuario de los mismos comprender los criterios utilizados en la aplicación del concepto de valor razonable, que obliguen al cumplimiento de esa obligación tanto en la forma (contenido) y el fondo (utilidad y veracidad del contenido), de lo contrario se

pondrá en riesgo la credibilidad de la información revelada en estos documentos.

2.9. Impuestos y uso del valor razonable

Cuando se reconocen aumentos patrimoniales que pueden ser imponibles surge de inmediato la pregunta si ello implicará pagar más impuestos. Dependiendo de la ley de impuesto que tenga cada país, por lo menos se distinguen dos tipos: aquella que establece como base imponible para el tributo el resultado contable, y otra que la establece independientemente del resultado contable, el que debe ser reconciliado para determinar el impuesto conforme a la normativa fiscal. La primera forma tiene la desventaja frente a aumentos del valor razonable que las empresas terminarán pagando más impuestos por ganancias reconocidas y no realizadas, y la segunda tiene como inconveniente que la empresa deberá reconciliar el resultado contable para determinar la base de cálculo de los impuestos.

3. CONCLUSIONES

A través del estudio se logra realizar una compilación sobre el modelo de valoración basado en el valor razonable. En este modelo se cambia el uso del costo histórico para la valoración de activos y pasivos, basándose en las consideraciones y expectativas que tienen los participantes en el mercado a la fecha de medición de los mismos, además no se considera la perspectiva desde la entidad que tiene los bienes/derechos o las obligaciones.

El lector debe considerar que la compilación de los distintos aspectos

que comprende el Modelo de Valor Razonable ha sido preparada a partir de los documentos y borradores elaborados por el IASB y el FASB y que aún no se ha realizado la emisión de la normativa definitiva y además está sujeta a cambios futuros para ajustarse a la realidad de los negocios, de los mercados de capitales y de los usuarios de la información contable financiera.

El uso del valor razonable constituye un cambio de paradigma, la justificación de objetividad del modelo del costo es insuficiente para proveer adecuada información a los usuarios de ésta, que en un mundo globalizado exige cada vez más transparencia al mercado y mayor rapidez para obtener la información. El Modelo de Valor Razonable encierra riesgos, sin embargo, las mediciones y revelaciones exigen que éstos se hagan explícitos. Usar este modelo de valorización permite reflejar la esencia sobre la forma. El cumplimiento de la normativa que lo utiliza será la garantía de una información más fiel, por ello el rol que les compete a los participantes de los sistemas legales y a las entidades fiscalizadas de la información financiera es hacer cumplir estas normas y deben estar investidas de suficiente fuerza legal, de independencia en su actuar y de adecuados recursos humanos y financieros. Las empresas auditoras tendrán la responsabilidad social de certificar la entrega de información de calidad de parte de las entidades informantes.

Este tema no ha sido agotado y por tanto, es posible realizar otros estudios, por ejemplo, en relación con la discrecionalidad y manejo de los

resultados usando este modelo de valoración, o analizar el efecto de la información revelada en el desarrollo de gobiernos corporativos más eficientes, o estudiar el grado de cumplimiento de las revelaciones del valor razonable y los efectos en el índice de transparencia (en el contexto del principio de Revelación de Datos y de Transparencia de Gobierno Corporativo señalado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Baue, B. (2007). *If You Tag It, It Will Be Used: Sustainability Reporting in XBRL. SRF World Group*. Recuperado el 2 de agosto de 2009, de <http://www.sba.pdx.edu/faculty/kristiy/kyaccess/GRIBXRL.pdf>
2. Cañibano, L. (2007). La reforma contable implicará cambios en profundidad y necesidad de capacitación a los profesionales. *Partida Doble*, 181, 10-14.
3. Financial Accounting Standards Board – FASB. (1997). *SFAS N° 130 Reporting Comprehensive Income* (documento no publicado).
4. Financial Accounting Standards Board – FASB. (2006). *SFAS N° 157 Fair Value Measurements. Financial Accounting Series*, September, 1-99.
5. González, I. y Herreros, J. (2002). Valor Razonable y libro blanco: Repercusiones prácticas. *Partida Doble*, 136, 78-89.
6. Gonzalo Angulo, J.A. (2003). Las NIIF: Contabilidad y Control. La cara oculta de las normas internacionales. *Revista AECA*, 65, 3-12.
7. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. (2002). *In-*
8. International Accounting Standards Board – IASB. (2009a). *International Accounting Standard 1. Presentation of Financial Statements*. Recuperado el 4 de agosto de 2010, de http://eifrs.iasb.org/eifrs/files/135/bv2010_ias01_part_a_130.pdf
9. International Accounting Standards Board – IASB. (2009b). *Fair Value Measurement. Basis for Conclusions (Exposure Draft ED/2009/5)*. Recuperado el 2 de agosto de 2009, de http://www.iasb.org/NR/rdonlyres/D55E0BA1-5420-456B-8CCC-EB488BAD5B80/EDFairValueMeasurementBC_website.pdf
10. International Accounting Standards Board – IASB. (2009c). *Norma Internacional de Contabilidad 16. Propiedad, Planta y Equipo*. Recuperado el 4 de agosto de 2010, de http://eifrs.iasb.org/eifrs/files/135/bv2010_ias16_part_a_141.pdf
11. International Accounting Standards Board – IASB. (2010a). *Comprehensive Project Summary. Developing common fair value measurement and disclosure requirements in IFRS and US GAAP*. Recuperado el 4 de agosto de 2010, de <http://www.ifrs.org/NR/rdonlyres/5179C9D9-F7D8-4742-939C-2B6677F75FF7/0/FVMprojectssummaryJuly2010.pdf>

forme sobre la situación actual de la Contabilidad en España y líneas básicas para abordar su reforma. Libro Blanco para la reforma de la contabilidad en España. Madrid: Solana e Hijos, Artes Gráficas, S.A. Recuperado el 20 de julio de 2009, de <http://serviciosweb.minhac.es/apps/icac/nic/LIBROBLA.PDF>

12. International Accounting Standards Board – IASB. (2010b). *Work Plan*. Recuperado el 27 de octubre de 2010, de <http://www.ifrs.org/Current+Projects/IASB+Projects/IASB+Work+Plan.htm>
13. International Accounting Standards Board – IASB. (2010c). *El Marco Conceptual para la Información Financiera 2010*. Recuperado de http://eifrs.iasb.org/eifrs/files/122/spanmarcoconceptual%202010_188.pdf
14. International Accounting Standards Committee – IASC. (1989). *Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de los Estados Financieros*. Recuperado el 2 de agosto de 2009, de http://eifrs.iasb.org/eifrs/files/119/07_framework_bv2009_119.pdf
15. Khurana, I., Pereira, R. y Martin, X. (2006). **Firm Growth and Disclosure: An Empirical Analysis**. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 41(2), 357-380.
16. Mejía, E., Montes, C. y Montilla, O. (2008). Fundamentos teóricos del modelo contable común para las pymes de América Latina: una alternativa a la regulación contable internacional IASB. *Estudios Gerenciales*, 24(107), 59-85. Recuperado de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/1754/1/3modelo_contable_comun.pdf
17. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE. (2004). *Principios de Gobierno corporativo de la OCDE*. Recuperado el 2 de agosto de 2009, de <http://www.oecd.org/dataoecd/47/25/37191543.pdf>
18. Silva, B. y Azua, D. (2006). Alcances sobre el concepto de Valor Razonable. *CAPIC Review*, 4, 61-74.
19. Tua, J. (2004). El Marco Conceptual, soporte de las Normas Internacionales. *Revista AECA*, 66, 4-10. ☀

PERSPECTIVAS TEÓRICAS USADAS PARA EL ESTUDIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UNA CLASIFICACIÓN CON BASE EN SU RACIONALIDAD¹

ALEJANDRO ALVARADO HERRERA

Doctor en Economía, Universidad de Valencia, España.
Docente e investigador, División de Desarrollo Sustentable, Universidad de Quintana Roo, México.
aah@uqroo.mx

ENRIQUE BIGNÉ ALCAÑIZ

Doctor en Economía, Universidad de Valencia, España.
Docente e investigador, Departamento de Comercialización e Investigación de mercados,
Universidad de Valencia, España.
enrique.bigne@uv.es

RAFAEL CURRÁS PÉREZ*

Doctor en Economía, Universidad de Valencia, España.
Docente e investigador, Departamento de Comercialización e Investigación de mercados,
Universidad de Valencia, España.
rafael.curras-perez@uv.es

Fecha de recepción: 31-07-2009

Fecha de corrección: 13-09-2010

Fecha de aceptación: 11-01-2011

RESUMEN

Mediante la exploración en profundidad de la literatura relevante de los últimos treinta y ocho años, este trabajo pretende dos objetivos principales. Primero, identificar, revisar y sintetizar las teorías empleadas en la literatura para el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), exponiendo tanto sus preceptos fundamentales como las principales críticas a que se han visto sujetas. Segundo, se pretende establecer una clasificación de dichas teorías de la RSE basada en dos criterios: (i) la racionalidad predominante que subyace a cada una de ellas y (ii) la concepción del rol de la institución empresarial en la sociedad que defienden. Esta clasificación es una herramienta útil para combinar apropiadamente perspectivas teóricas con distintas racionalidades, enriqueciendo así la labor de quienes estudian la RSE.

PALABRAS CLAVE

Perspectivas teóricas, RSE, racionalidad, rol de la empresa en la sociedad.

Clasificación JEL: M31, M14

¹ Este trabajo ha sido financiado por el Proyecto de Investigación con referencia PROMEP/103-5/09/4242 de la Secretaría de Educación Pública del Gobierno de México.

* Autor para correspondencia. Dirigir correspondencia a: Av. Tarongers s/n 46022 Valencia. Facultat d'Economia, Dpt. Comercialización e Investigación de Mercados, Universitat de València, España.

ABSTRACT

Theoretical perspectives for studying corporate social responsibility: a rationality-based classification

Based on an in-depth review of relevant literature published in the last 38 years, this work has two main objectives. First of all, it is aimed at identifying, reviewing, and synthesizing theories used in the literature for studying Corporate Social Responsibility (CSR). It discusses both the fundamental premises and the main criticism to which it has been subject. Secondly, it is geared toward classifying these theories by means of the application of the two following criteria: (i) the underlying primary rationality of each theory, and (ii) the conception of the role of business institutions in the society for which they advocate. This classification is a useful tool for properly combining theoretical perspectives and various rationalities, thus enriching the work of those who are concerned with the study of CSR.

KEYWORDS

Theoretical perspectives, CSR rationality, role of companies in society.

RESUMO

Perspectivas teóricas utilizadas para o estudo da responsabilidade social corporativa: uma classificação baseada na racionalidade

Mediante a exploração em profundidade da literatura relevante dos últimos trinta e oito anos, esse trabalho visa dois objetivos principais. Em primeiro lugar, identificar, rever e sintetizar as teorias utilizadas na literatura para o estudo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), expondo seus preceitos fundamentais como as principais críticas de que têm sido objeto. Em segundo lugar, pretende estabelecer uma classificação dessas teorias da RSE com base em dois critérios: (i) a racionalidade predominante subjacente a cada uma delas, e (ii) a concepção do papel da instituição empresarial na sociedade que defendem. Essa classificação é uma ferramenta útil para combinar adequadamente perspectivas teóricas com diferentes racionalidades, enriquecendo assim o trabalho daqueles que estudam a RSE.

PALAVRAS-CHAVE

Perspectivas teóricas, RSE, racionalidade, papel da empresa na sociedade.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Corporativa (RSC) es un concepto de carácter controvertido (Carrigan y Attalla, 2001) que ha sido ampliamente estudiado y debatido en las disciplinas relacionadas con la dirección y la gestión de empresas (Carroll, 1999; Garriga y Melé, 2004; Maignan y Ferrell, 2004). Su vigencia, pertinencia y relevancia para la administración queda patente por el renovado interés sobre el tema surgido en los últimos años por parte de los profesionales (McWilliams, Siegel y Wright, 2006). Este fenómeno se explica principalmente por el convencimiento por parte de los administradores de que los esfuerzos de RSE que hagan las empresas son recompensados por sus distintos *stakeholders* (Mercado y García, 2007), considerándose la RSE como una posible fuente de ventajas competitivas (Alvarado y Schlesinger, 2008; Garriga y Melé, 2004; McWilliams *et al.*, 2006).

La academia no se ha quedado atrás y también en los últimos años han crecido significativamente las investigaciones sobre RSE publicadas en revistas académicas (Bigné, Alvarado, Currás y Rivera, 2010; De Bakker, Groenewegen y Den Hond, 2005). Sin embargo, la revisión y redefinición continua de la RSE ha dado paso a una proliferación de teorías, perspectivas y terminologías (Garriga y Melé, 2004) que en ocasiones, lejos de aclarar conceptualmente la noción de RSE, ha provocado confusión cuando se pretende abordar su estudio (Lantos, 2001).

En un intento de clarificar y ordenar las perspectivas teóricas que han servido como base para el estudio de la RSE, diversos trabajos no solo han

revisado conceptualmente dichas teorías, sino también han desarrollado clasificaciones que las organizan atendiendo a distintos criterios, así, por ejemplo, se han organizado las teorías a través de las que abordar los fenómenos de la RSE con base en su evolución temporal, su enfoque conceptual, la evolución de sus contenidos, el rol de los negocios en la sociedad que implica, su naturaleza teórica o su aplicabilidad. Sin embargo, hasta donde se conoce, no existe clasificación alguna que se fundamente en la *racionalidad* subyacente a cada teoría. La racionalidad de una teoría se entiende en esta investigación como el modo de razonamiento o prisma con el cual un investigador aborda la interpretación de un fenómeno dado (Guillén, 2006). Así, se entiende que la racionalidad subyacente a una perspectiva teórica utilizada para el estudio de la RSE es un indicador con alto poder explicativo de la concepción o visión que un propio investigador tiene de la propia RSE, y debe estar íntimamente relacionada con la concepción que tiene de cuál es el rol de la empresa en la sociedad.

En este contexto, y pretendiendo contribuir al cuerpo del conocimiento sobre la RSE, se llevó a cabo una investigación conceptual persiguiendo dos objetivos secuenciales. En primer lugar, identificar, actualizar, revisar y sintetizar el conjunto de teorías que han sido empleadas en la literatura para el estudio del concepto RSE, exponiendo tanto los preceptos que las fundamentan como las principales críticas a que se han visto sujetas. En segundo lugar, y de forma más relevante, se pretende establecer una clasificación de dichas teorías de la RSE basada en dos criterios relacionados: (i) la racionalidad predominante que subyace a

cada una de ellas y (ii) la concepción del rol de la institución empresarial en la sociedad que defienden. A través de esta clasificación se busca explicar más eficazmente la visión de la RSE que es generada por cada grupo de teorías.

De este modo, las principales contribuciones esperadas de este trabajo son, por un lado, presentar una visión actualizada y sintética de las teorías útiles para el estudio de la RSE que permita acceder, de forma sencilla y práctica, a un panorama general de las mismas en el que se presenten, además, sus principios básicos y debilidades. Por otra parte, con el cumplimiento del segundo objetivo de investigación, se hace posible identificar la(s) teoría(s) que subyace(n) a la visión de RSE de una investigación o una empresa específica, lo que permite tanto a los administradores como a los investigadores reconocer los problemas y limitaciones comúnmente asociados a dicha visión, y al mismo tiempo, las posibles soluciones a éstos ofrecidas por otra(s) teoría(s) o grupo de teorías basadas en racionalidades complementarias.

La estructura del artículo es la siguiente. En el primer apartado se presenta la metodología seguida en la investigación, compuesta por dos fases sucesivas relacionadas con los dos objetivos de investigación propuestos. En el apartado segundo se presentan las trece principales teorías que han sido utilizadas para el estudio de la RSE, identificadas en el proceso de revisión de la literatura. A continuación, en el tercer apartado se procede a presentar la classifica-

ción propuesta de dichas teorías en función de la racionalidad que le subyace, y la concepción del rol de la empresa en la sociedad que implica. Esta clasificación es relacionada con las determinadas visiones de la RSE que ostenta cada teoría. Finalmente, se destacan las principales conclusiones de esta investigación, sus limitaciones y posibles líneas de investigación futura.

I. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para alcanzar los objetivos propuestos se diseñó una investigación con fuentes secundarias de información, de naturaleza conceptual y con dos fases metodológicas. La primera fase, directamente relacionada con el primer objetivo de investigación, se basó en la realización de una extensa revisión de la literatura académica sobre RSE. En primer lugar, siguiendo la estrategia de selección de artículos diseñada por De Bakker *et al.* (2005), específicamente para la literatura de RSE, se integró y depuró una base de datos que incluyó 1.082 trabajos publicados entre 1969 y 2006 indexados en dos bases de datos académicas de reconocida aceptación, ABI/Inform y WoS/SSCI, tras la revisión preliminar y depuración de la base de datos, se seleccionaron 190 contribuciones identificadas por la propia literatura como piezas seminales, relevantes o clave para la disciplina de la administración, las cuales sirvieron de base para este trabajo.² Tras identificar en los artículos en cuestión trece teorías o perspectivas teóricas utilizadas para

2 Debido a limitaciones de espacio no se ha incorporado en este artículo la lista de los 190 trabajos base, sin embargo, ésta puede solicitarse a los autores de este documento.

el estudio de la RSE, se describen dichas teorías en el apartado segundo de este artículo.

La segunda fase metodológica consistió en la identificación de la racionalidad predominante de cada teoría o perspectiva teórica, así como de su concepción acerca del rol de la empresa en la sociedad moderna, para su posterior clasificación atendiendo a ambos criterios. De este modo, se daba cumplimiento al segundo objetivo general de esta investigación.

Para realizar dicha clasificación, se procedió mediante un acuerdo interjueces. Dos investigadores valoraron a qué racionalidad podría adscribirse cada una de las teorías de RSE, así como qué concepción del rol de la empresa en la sociedad se defiende. En caso de desacuerdo, un tercer investigador otorgaba su juicio. Una vez clasificadas, cada grupo de teorías resultante se asoció a una visión específica de la RSE. Dicha clasificación fue posteriormente analizada para extraer las principales conclusiones de este estudio.

1.1. Primera fase metodológica: revisión de las principales perspectivas teóricas empleadas para el estudio de la RSE

Existen múltiples investigaciones cuyo tema central es la RSE, y para su estudio han sido empleadas diversas perspectivas teóricas (Garriga y Melé, 2004). En la Tabla 1 se presentan las trece teorías o perspectivas teóricas utilizadas para el estudio de la RSE identificadas en el proceso de revisión de la literatura, además, a título ilustrativo, se presenta una contribución considerada representativa del uso de cada teoría. Si bien

el análisis profundo de cada una de las perspectivas teóricas identificadas rebasa los límites del presente trabajo, en virtud de que éstas poseen su propia y extensa literatura, en este epígrafe se exponen de forma sintética sus aspectos característicos.

Teoría de la propiedad. Una parte de la discusión sobre la RSE se centra en el derecho a la propiedad (Avi-Yonah, 2005; Baron, 2001). Algunos investigadores, fundamentalmente economistas provenientes de la corriente de la maximización de utilidades (Coelho, McClure y Spry, 2003; Friedman, 1962, 1970), temerosos de lo que han llamado doctrina subversiva y atentatoria contra la esencia de su pensamiento político-económico, han postulado que en el núcleo de la RSE se halla el derecho a la propiedad, específicamente el derecho de los accionistas (Baron, 2001; Friedman, 1970). No obstante, la corriente opositora no sugiere la abolición del derecho a la propiedad sino que éste asiste también a otros actores -stakeholders- que no son reconocidos como legítimos por la teoría económica clásica, ya que los derechos de propiedad de los accionistas no capturan en su totalidad el dominio del comportamiento institucional y éste no puede ser explicado por la sola fuerza de los costes de agencia.

Teoría de la firma. Nació como respuesta a la brecha en la teoría económica entre los supuestos de que los recursos son distribuidos mediante el mecanismo del precio y de que dicha distribución es dependiente del empresario-coordinador (Coase, 1937). Para Coase, la naturaleza de la firma es que ésta constituye el elemento que permite que sea el empresario

Tabla 1. Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la RSE

Perspectiva teórica	Contribución representativa	Objeto de estudio del paper	Publicado en
Teoría de la Propiedad	Coelho, McClure y Spry (2003)	Crítica a la asunción de responsabilidades sociales por parte de las empresas	Mid-American Journal of Business
Teoría de la Firma	Quazi (2003)	Determinantes de la percepción de la RSE de los gerentes	Management Decisions
Teoría de la Agencia	Beliveau, Cottrill y O'Neill (1994)	Propuesta de un modelo integrador de tres perspectivas teóricas para predecir la respuesta social corporativa	Journal of Business Ethics
Teoría de los Grupos de interés	Maignan y Ferrell (2004)	Marco para integrar la RSE y el marketing basado en la teoría de los stakeholders	Journal of Academy of Marketing Science
Respuesta social corporativa	Luo y Bhattacharya (2006)	Relación entre RSE, satisfacción del consumidor y valor de mercado de la firma	Journal of Marketing
Visión estratégica de la firma	Lantos (2001)	El rol del marketing como líder en las actividades estratégicas de RSE	Journal of Consumer Marketing
Ética aplicada a la empresa	Vitell y Paolillo (2004)	Efectos de la percepción de los mercadólogos de la RSE y la ética sobre el desempeño general de la firma	Business Ethics
Teoría Integradora del contrato social	Robin y Reidenbach (1987)	Integración de la RSE y la ética en los procesos de planeación estratégica de marketing	Journal of Marketing
Ciudadanía corporativa	Maignan y Hult (1999)	Ciudadanía corporativa y beneficios económicos	Journal of Academy of Marketing Science
Teoría Institucional	Menon y Menon (1997)	Ambientalismo corporativo como estrategia de marketing	Journal of Marketing
Desarrollo sostenible	Svensson (2005)	Necesidad de revitalizar los límites del marketing a una perspectiva que permita incorporar los aspectos económicos, ecológicos y sociales.	European Journal of Marketing
Teoría del Servidor	Meijer, de Bakker, Smit y Schuyt (2006)	Motivos de los directores holandeses para el otorgamiento de donaciones corporativas	International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing
Bien común	Smith (2001)	El rol de la ética normativa en el marketing y la necesidad de desarrollar una teoría y directrices éticas para el marketing	Journal of Business Ethics

Fuente: Elaboración propia.

y no el mercado quien coordine la producción y consecuentemente, una firma es entendida como un sistema de relaciones en las que el empresario es el encargado de la gestión de esos recursos (Coase, 1937; Fontrodona y Sison, 2006). Desde el surgimiento de esta teoría, los economistas han dado por sentado que la firma es la unidad más pequeña en las actividades de negocios (Fontrodona y Sison, 2006) propiciando que se hayan desarrollado diferentes perspectivas de la misma incluidas varias -si no todas- las que han abordado la RSE (Smyth y Lo, 2000).

Teoría de la agencia. Esta teoría intenta describir la relación contractual entre dos partes, una principal que delega y una agente que toma decisiones y ejecuta acciones a nombre y en representación de la primera. La atención teórica se centra fundamentalmente en los conflictos de interés entre los contratantes y en los mecanismos de control que limitan el comportamiento del delegado (Eisenhardt, 1989; Jensen y Meckling, 1976). Los defensores de esta postura critican a la RSE, entre otras cosas, por la ambigüedad que genera la idea de ir más allá del cumplimiento de las leyes (Friedman, 1970). Por su parte, la teoría de la agencia ha sido criticada por algunos por ser una visión anticuada, estrecha y simplista del estudio de la RSE y del rol de los negocios en las sociedades modernas (Fischer, 2004; Murphy y Crowther, 2002).

Teoría de los grupos de interés o de los stakeholders. Esta teoría afirma que los directivos de las empresas no solamente deben satisfacer a los accionistas sino a una amplia

variedad de grupos que pueden afectar o ser afectados por los resultados de la misma y sin los cuales ésta dejaría de existir (Argandoña, 1998; Donaldson y Preston, 1995; Freeman y Reed, 1983; Maignan y Ferrell, 2004). La visión de esta teoría ha sido considerada fundamentalmente como estratégica, ya que aduce que la RSE es capaz de potenciar la ventaja competitiva de las empresas, pues supone que la implicación de la firma en determinadas actividades de RSE percibidas como importantes por parte de stakeholders no financieros, puede ser beneficiosa para la misma, y la no implicación puede llevar a esos grupos a retirar su soporte a la empresa (McWilliams *et al.*, 2006; Polonsky y Scott, 2005). Quizá el problema más señalado de esta teoría es la falta de criterios claros para identificar los grupos de interés y la consecuente imposibilidad para otorgar los derechos correspondientes de cada uno de ellos (Argandoña, 1998; Coelho *et al.*, 2003). Otras críticas a esta teoría se han referido a sus fundamentos éticos, pues hay autores que afirman que carece de bases que se hallen sólidamente afianzadas en las teorías éticas tradicionales (Argandoña, 1998; Orts y Strudler, 2002), o la indeterminación de la teoría, por cuanto la naturaleza imperfecta de las obligaciones impuestas a la empresa crea expectativas poco realistas por parte de los propios stakeholders (Sternberg, 1997). Pese a las críticas y dificultades mencionadas, la teoría de los stakeholders es el marco conceptual más ampliamente usado para el estudio de la RSE (McWilliams y Siegel, 2001).

Respuesta social corporativa. Esta perspectiva surgió, a mediados

de la década de 1970, como una visión avanzada del pensamiento sobre la implicación social corporativa ante la necesidad de identificar las brechas entre el desempeño esperado por los públicos relevantes para la empresa y el desempeño real de la misma para intentar cumplirlas mediante una respuesta apropiada de la dirección (Murphy, 1978; Wartick y Cochran, 1985) y convertir “la retórica de la responsabilidad corporativa en acción significativa” (Ackerman, 1973, p. 98). Los defensores de esta posición abogan que el término *respuesta* es más tangible que *responsabilidad* desde la perspectiva de la gestión (Wartick y Cochran, 1985) y permite centrarse en procesos administrativos con objetivos conmensurables (Ackerman, 1973; Jones, 1980). Si bien esta óptica ha dado algunos frutos sustantivos, presenta importantes debilidades, quizá la más relevante de éstas es que asume que las empresas no tienen responsabilidades sociales sino únicamente de mercado y legales (Carroll, 1999), y en consecuencia se ha criticado que su foco no se centra en la aceptación de obligaciones morales “sino en el grado y tipo de acción administrativa” adoptada o por adoptar (Carroll, 1979, p. 501).

Visión estratégica de la firma.

Esta perspectiva teórica busca comprender las causas que llevan a las empresas a superar a sus contendientes en el mercado, al resultar fundamental para plantear estrategias de negocios que les permitan subsistir (Rumelt, 1984). En el caso del estudio de la RSE, los esfuerzos de investigación se han centrado en analizar ésta como fuente de ventaja competitiva (Garriga y Melé, 2004).

McWilliams *et al.* (2006) destacaron dos casos particulares derivados de la visión estratégica de la firma, la visión de los recursos y las capacidades y la teoría del liderazgo estratégico, como los más utilizados para el estudio de RSE. La visión de recursos y capacidades vira el foco estratégico del entorno competitivo a los recursos y capacidades que la empresa desarrolla para competir en el mismo (Miller y Shamsie, 1996) buscando una ventaja competitiva sostenible aprovechando la movilidad imperfecta de éstos entre firmas. Por su parte, la teoría del liderazgo estratégico o transformacional, se enfoca en la forma en que algunos líderes generan confianza y establecen su visión a partir de valores ideológicos y modifican las expectativas de sus seguidores sobre su desempeño. Palazzo y Richter (2005) diferenciaron la RSE transaccional de la RSE transformacional, y Waldman, Siegel y Javidan (2006) intentaron correlacionar la propensión de las empresas a participar en actividades de RSE con algunos aspectos de la teoría del liderazgo transformacional, en concreto, con el tipo de liderazgo del director ejecutivo (CEO).

Ética aplicada a la empresa.

La fundamentación moral en los negocios no fue tema estrella de los estudios éticos sino hasta las décadas de 1960 y 1970, siendo su carácter básicamente normativo limitándose a promulgar reglas y códigos de comportamiento ético que se incorporaban a las políticas de las empresas (Guillén, 2006; Hunt y Vitell, 1986). De acuerdo con Hunt y Vitell (1986), la teoría ética defiende que la cultura afecta la toma de decisiones “a través de las evaluaciones deontológicas

y teológicas del individuo” (Vitell y Paolillo, 2004, p. 186) mientras que, según Carroll (2000), las responsabilidades éticas se refieren a los comportamientos esperados por la sociedad (en sentido positivo) o prohibidos por la misma (en sentido negativo). Esta última aproximación, vista desde las *éticas de máximos*, puede representar una peligrosa democratización de la ética, pues se confunden los planos ético y sociológico y tiende al relativismo ético o a la sociología de la moral, es decir, la forma como se juzga una acción concreta en términos de una sociedad y un tiempo específicos (Cortina, 2002).

Teoría integradora del contrato social (ISCT, por su sigla en inglés). Una perspectiva teórica que permite afrontar algunas de las limitaciones derivadas de la falta de consenso antedicha es la teoría integradora del contrato social, ya que “camina sobre una fina línea entre las éticas universalista y relativista” (Reisel y Sama, 2003, p. 376). Donaldson y Dunfee (1994) interconectaron las tradiciones de investigación normativa y empírica de la ética en los negocios a través de la integración de dos tipos distintos de contratos sociales, uno a nivel macrosocial y otro a nivel microsociales. El primer nivel es un contrato de carácter normativo, hipotético y general basado en *hipernormas* éticas, “principios tan fundamentales que por definición, sirven para evaluar las normas de orden inferior, alcanzando la raíz de lo que es ético para la humanidad” (Donaldson y Dunfee, 1999, p. 46), y el segundo contrato se refiere a los acuerdos implícitos o explícitos que tienen lugar entre los miembros de una comunidad específica y son los

que generan las *normas auténticas* pues reflejan la complejidad contextual de las situaciones específicas de negocios (Donaldson y Dunfee, 1999).

La ISCT pretende adoptar una postura pluralista que reconoce que las normas éticas no necesariamente son de aplicación universal sino que debe existir tolerancia entre los enfoques provenientes de distintas culturas y comunidades, mismas que deben ser respetadas a través de un ‘espacio moral libre’ pero que al mismo tiempo rechaza el relativismo ético (Donaldson y Dunfee, 1999), por lo que representa un marco moderno adecuado para el análisis ético de los negocios (Sama, 2006). La ISCT ha sido criticada porque asume que las empresas, en particular las multinacionales, se esfuerzan en conocer las normas locales antes de pronunciar un juicio ético y que además lo hacen desde una perspectiva postmoderna que reconoce el compromiso hacia múltiples stakeholders (Sama, 2006).

Ciudadanía corporativa. Aunque el concepto de ciudadanía corporativa no es nuevo, éste fue retomado a mediados de la década de 1990 en el ámbito de los practicantes (Maignan y Ferrell, 2001; Matten, Crane y Chapple, 2003) como respuesta a las “intensas protestas contra la globalización” (Garriga y Melé, 2004, p. 57), y en un intento por sustituir los términos *gestión de stakeholders* y *responsabilidad social corporativa* propuestos por la academia, pues el lenguaje de la ética aplicada a los negocios y el de la RSE, incomodan a la industria en la medida que tanto ética como responsabilidad parecen vocablos no sólo ausentes en la literatura de negocios sino opuestos a

los mismos (Cooper y Frank, 1997; Matten *et al.*, 2003). Otra razón por la que los practicantes prefieren el concepto de ciudadanía corporativa es que ciudadanía enfatiza la responsabilidad de todos los miembros de una comunidad (Logsdon y Wood, 2002; Matten *et al.*, 2003).

La ciudadanía corporativa ha sido conceptualizada a partir de la combinación de los marcos establecidos en los ámbitos del desempeño social corporativo y la teoría de los stakeholders (Maignan, Ferrell y Ferrell, 2005; Waddock, 2004). De hecho, Carroll (1998) la definió prácticamente de la misma forma en la que él mismo definió RSE en 1978, con un ligero reenfoco para enfatizar el cumplimiento de las responsabilidades más que las responsabilidades en sí mismas. Un análisis crítico realizado a partir de la identificación de las visiones de la ciudadanía corporativa, permitió a Matten *et al.* (2003) concluir, en concordancia con lo expuesto en otras investigaciones (Logsdon y Wood, 2002; Swaen y Maignan, 2003), que a pesar del eco académico recibido por el concepto éste difícilmente aporta algo nuevo a las nociones existentes de RSE o a la teoría de las relaciones entre empresa y sociedad, soportando la idea de que esta posición es fundamentalmente retórica (Matten *et al.*, 2003) e inclusive entendida como un universo paralelo de los practicantes (Waddock, 2004).

Teoría institucional. Tal como se apuntó, la perspectiva de la *respuesta social corporativa* surgió ante la necesidad de la dirección de responder adecuadamente a las demandas sociales para tratar de cerrar las brechas entre los desempeños percibido y

real de la empresa. Sin embargo, para que dicha respuesta pueda producirse, requiere su institucionalización, es decir, que sea integrada en los procesos normales de operación de las distintas unidades de negocio (Ackerman, 1973). Al ser la integración de las políticas de responsabilidad social en los procesos organizacionales la noción fundamental de esta teoría (Epstein, 1987; Jones, 1980; Neubaum y Zahra, 2006), uno de los elementos decisivos para su correcta consecución es que ésta debe darse plenamente tanto en su sentido unitario como en su sentido agregado, es decir, tanto en el comportamiento de la firma como un todo como en la suma de los comportamientos individuales de cada tomador de decisiones (Epstein, 1987).

Dada la estrecha relación entre esta teoría y la perspectiva de la *respuesta social corporativa* las críticas que ha recibido son similares a las recibidas por aquella. Por un lado se ha argumentado que ignora la Ley del Hierro de la Responsabilidad al restar énfasis a los aspectos éticos (Wartick y Cochran, 1985) y al asumir que las empresas no tienen responsabilidad social alguna sino únicamente de mercado y legales (Carroll, 1999), y por otro, se ha criticado que a esta teoría subyacen conceptos difíciles o imposibles de medir (Wartick y Cochran, 1985).

Desarrollo sostenible. Según sus postulados, la RSE es un reflejo de las mayores expectativas de ciudadanos, consumidores e inversores respecto al crecimiento económico, la cohesión social y la protección del medio ambiente (Eberhard-Harribey, 2006). Para algunos investigadores

esta aproximación constituye una hipernorma medioambiental (Logsdon, 2004) o un ideal hacia el cual es necesario avanzar continuamente a través de la creación de valor y salidas acordes con los ejes del desarrollo sostenible (Wheeler, Colbert y Freeman, 2003); para otros se trata de retórica antiempresarial, anti-industrial y anticivilización (Menon y Menon, 1997) o neoliberal (Guimarães, 1994) en función de sus posiciones ideológicas. En cualquier caso, de todos los actores sociales, el sector empresarial parece haber sido uno de los más renuentes a adoptar esta perspectiva (Alvarado y Palafox, 2004) argumentando vaguedad y efusividad conceptual y controversias ideológicas (van Marrewijk, 2003).

Teoría del servidor. Ante la prominencia del paradigma del modelo del hombre económico y sus premisas de racionalidad egoísta y búsqueda de la maximización del beneficio propio, Donaldson y Davis (1991) emplearon un modelo surgido de la psicología y la sociología organizacionales para proponer una teoría adicional que explicara las complejidades de la vida organizacional basada en presunciones no económicas (Davis, Schoorman y Donaldson, 1997). Así, bajo esta óptica el hombre es concebido como un ser orientado a la obtención del reconocimiento de sus pares y sus jefes mediante el desarrollo exitoso de un trabajo desafiante y el ejercicio responsable de su autoridad, por lo que el ejecutivo, lejos de ser oportunista, desea hacer un buen trabajo y ser un buen servidor de los objetivos corporativos (Donaldson y Davis, 1991). De esta perspectiva se ha dicho que como su base establece que los directivos deben hacer lo que

está bien por un imperativo moral independientemente de que su decisión afecte el desempeño financiero de la empresa (McWilliams *et al.*, 2006), es un enfoque disfuncional y poco realista, especialmente a la luz de las premisas de la teoría de la agencia (Caldwell y Karri, 2005).

Bien común. El bien común es un concepto aristotélico que ha sido desarrollado básicamente a partir de la doctrina cristiana, en concreto en la elaboración teológica de los obispos católicos sobre el rol de los negocios y las nociones de vocación, conveniencia y servicio (Argandoña, 1998; McCann, 1997). Argandoña (1998) lo define siguiendo el Concilio Vaticano II como “el conjunto de condiciones de la vida social que hacen posible a las asociaciones y a cada uno de sus miembros el logro más pleno y más fácil de la propia perfección” (p. 1095). Según esta perspectiva, la justificación última que reciben los seres humanos y sus organizaciones es la medida en que contribuyen a dicho bien común (Fontrodona y Sison, 2006) y dicha contribución es la razón del éxito a largo plazo (Argandoña, 1998).

El bien común, al igual que otras hipernormas éticas emanadas de las mayores religiones, presenta una serie de problemas (Donaldson y Dunfee, 1994). En primer lugar el bien común es entendido como un valor universal que atañe no solamente a un individuo o a un colectivo sino que es compartido por todos (Argandoña, 1998) y por lo tanto es una directriz general de comportamiento incapaz de reflejar la complejidad contextual de situaciones específicas de negocios (Donaldson y Dunfee, 1994). En

segundo lugar, las normas éticas no necesariamente son de aplicación universal pues los enfoques de otras culturas deben ser tolerados cuidando no caer en el relativismo ético (Donaldson y Dunfee, 1999). En tercer lugar, se espera que las compañías se adhieran a ciertos estándares de comportamiento y que vayan más allá de consideraciones jurídicas y financieras simplemente por ser lo que debe hacerse (Wokutch y Shepard, 1999), lo que resulta paradójico para algunas escuelas de pensamiento de la RSE (Kaku, 1997; Wokutch y Shepard, 1999).

1.2. Segunda fase metodológica: clasificación de las teorías de RSE bajo la óptica de su racionalidad y de la concepción del rol de la empresa en la sociedad

Como se desprende de la revisión efectuada hasta el momento, es evidente que el estudio de la RSE se ha aproximado desde una gran variedad de teorías muy diferentes en sus lógicas y planteamientos básicos. Esta confusión conceptual ha animado a diversos investigadores a tratar de ordenar y clasificar el conjunto de teorías y perspectivas teóricas relacionadas con el estudio de la RSE con base en distintos criterios: (i) su evolución temporal (Carroll, 1999; Murphy, 1978; Wood, 1991), (ii) su enfoque (Windsor, 2006), (iii) la evolución de sus contenidos (De Bakker *et al.*, 2005; Gerde y Wokutch, 1998), (iv) el rol de los negocios en la sociedad (Garriga y Melé, 2004; Zenisek, 1979), (v) su naturaleza teórica (McWilliams *et al.*, 2006) y (vi) su aplicabilidad (Nasi, Nasi, Phillips y Zyglidopoulos, 1997).

Este trabajo pretende realizar una aportación en este intento de clarificación conceptual del estudio de la RSE, mediante la clasificación de cada teoría con base en un doble criterio, la racionalidad que sustenta dicha teoría y la concepción del rol de la empresa en la sociedad que defiende. Se considera que a través de esta clasificación se mejora sensiblemente el poder explicativo de la visión de la RSE generada por cada grupo de teorías.

El primer criterio de clasificación utilizado es *la racionalidad subyacente* a cada perspectiva teórica. Un investigador que desarrolla una actividad científica, como por ejemplo el análisis de los fenómenos asociados a la RSE, lo hace desde una perspectiva teórica determinada, aceptando en consecuencia, el marco general de presupuestos y la lógica que sustenta dicha teoría. En esta investigación se entiende por racionalidad al modo de razonamiento o prisma con el cual se aborda la interpretación de un fenómeno dado (Guillén, 2006). Si bien la racionalidad humana es única (Guillén, 2006), es posible distinguir distintos tipos de racionalidad que subyacen a las diferentes teorías aquí expuestas, y que permiten clasificarlas de acuerdo con las mismas. A título ilustrativo, la Tabla 2 muestra distintas disciplinas, sus objetos formales de estudio y los tipos de racionalidad considerados en este trabajo.

Un segundo criterio de clasificación útil para los fines perseguidos en esta investigación es *la concepción del rol de la empresa en la sociedad*, o dicho de otro modo, qué papel es el que legitima su existencia como institución social. En este sentido, las posturas

Tabla 2. Distintos tipo de racionalidades

Disciplina	Objeto material de estudio	Objeto formal de estudio	Racionalidad(es)
Ética organizacional	Comportamiento humano	Bondad o maldad para el individuo, el grupo y la sociedad (a partir de la experiencia y la razón)	Ética
Comportamiento organizativo	Comportamiento humano en la organización	Búsqueda de la eficacia	Económica / Económico-estratégica
Psicología	Comportamiento humano	Definir, explicar y predecir comportamientos sin entrar en su conveniencia	Psicológica
Sociología	Comportamiento humano	Describir, clasificar y medir los hechos sociales a través de métodos empíricos sin establecer lo que las personas deben hacer	Sociológica
Legalidad	Comportamiento humano	Juzga el comportamiento externo del individuo pero difícilmente puede juzgar las intenciones	Jurídica

Fuente: Elaboración propia basada en Guillén (2006).

antagónicas pueden ser representadas por las concepciones que aquí se denominan “estrecha” y “amplia” de dicho rol (Lantos, 2001). Por un lado, se halla la concepción estrecha, cuyo máximo exponente es Carr (1968), y cuya postura correspondería a la posición de la teoría económica clásica de que las empresas únicamente tienen la responsabilidad de generar utilidades económicas dentro del marco de la ley, y en consecuencia únicamente deben velar por los intereses circunscritos a las personas y firmas privadas.

Por otro lado, y teniendo como máximo referente a Carroll (1979, 2000), está la concepción amplia del rol de la empresa en la sociedad, que se alinearía a la propuesta de Donaldson (1982) en cuanto a que concibe a la empresa como un integrante más de la sociedad que debe estar activamente involucrado en la solución de problemas comunes y comprometido con la construcción de ésta. Ambas

concepciones fueron identificadas por Lantos (2001) como los extremos de un continuo, denominados *visión pura de maximización de utilidades* y *visión de servicio a la comunidad*, respectivamente. Entre ambas posiciones y en el mismo sentido, colocó las posturas de Friedman (1962) y de Freeman y Reed (1983), a las que llamó consecuentemente *visión constreñida de maximización de utilidades* y *visión de la atención social* (Lantos, 2001).

Así las cosas, es posible ubicar cada teoría empleada para estudiar la RSE según la racionalidad que le subyace y en el continuo propuesto por Lantos (2001), a través de la identificación del rol de la empresa en la sociedad que ampara cada teoría. En la Tabla 3 se muestra la combinación de dicha clasificación con la basada en el tipo de racionalidad predominante en cada una de las teorías analizadas, así como la visión de la RSE a la que da lugar dicha racionalidad.

Tabla 3. Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la RSE y visiones resultantes de las teorías, según su racionalidad y concepción de la empresa en la sociedad

	1. Pura de maximización de utilidades	2. Consteñida de maximización de utilidades	3. De la atención social	4. De servicio a la comunidad
Racionalidad predominante				
Jurídica	<i>Teoría de la Propiedad</i> La RSE es una opción que los accionistas pueden o no emplear, ya que pueden distribuir sus derechos de propiedad y proceder con ellos de la forma que mejor les parezca	<i>Teoría de la Agencia</i> La RSE es una doctrina subversiva y atentatoria contra el bienestar de los accionistas		
Económica		<i>Teoría de la Firma</i> La RSE es la posibilidad de generar valor social mediante la implicación de la empresa únicamente en actividades filantrópicas		
Económico-estratégica		<i>Respuesta social corporativa</i> <i>Teoría Institucional</i> <i>Teoría de los grupos de interés (stakeholders)</i> <i>Ciudadanía corporativa</i> La RSE es ante todo una respuesta estratégica de la empresa capaz de generar una ventaja competitiva		
Psicológica			<i>Teoría del Servidor</i> Las RSE es una oportunidad que se presenta a los directivos para hacer el bien	
Sociológica			<i>Teoría Integradora del contrato social</i> <i>Ciudadanía de la empresa (visión estratégica de la firma)</i> La RSE es un instrumento que permite a la empresa atender sus deberes morales como miembro de una sociedad, sin renunciar a la naturaleza estratégica de su misión	
Ética				<i>Ética aplicada a la empresa</i> <i>Desarrollo sostenible</i> <i>Bien común</i> La RSE es un imperativo moral que obliga a las empresas a contribuir al bienestar universal

Fuente: **Elaboración propia.**

El análisis de la Tabla 3 permite extraer algunas interpretaciones de interés que conforman los principales resultados de esta investigación, en primer lugar, observando que la distribución de teorías se produce a lo largo de la diagonal inversa de la tabla, lo que comprueba la existencia de una íntima relación entre la racionalidad subyacente a cada grupo de teorías y la concepción del rol de la empresa en la sociedad que aboga. Así, a medida que un investigador o administrador se apoya en perspectivas teóricas con racionalidades más jurídicas o económicas para abordar la RSE, es más probable que esté concibiendo la empresa principalmente como una institución maximizadora de utilidades. Por ejemplo, las teorías de la propiedad, la agencia o la firma se han aproximado al estudio de la RSE desde una lógica meramente jurídica y económica, demostrando concebir a la empresa básicamente como una unidad económica cuyo único fin es generar utilidades económicas; ello da lugar a una visión negativista y constreñida de la RSE, percibida como algo sospechoso e incluso peligroso, y en cualquier caso discrecional, y por ende, sujeto a la voluntad de los propietarios y gestores de la organización.

Sin embargo, en el extremo opuesto, aquellas teorías o perspectivas teóricas que han estudiado la RSE desde una óptica sociológica o ética tienden a concebir la empresa como una institución económica y social con un rol amplio de atención a la sociedad y servicio a la comunidad, su visión de la RSE parte de principios morales y por lo tanto no es dependiente de la voluntariedad de los propietarios o gestores.

Un segundo resultado de interés que se puede extraer de un análisis más pormenorizado de la Tabla 3 es que la racionalidad económico-estratégica es aquella que incluye mayor número de teorías o perspectivas teóricas de las utilizadas para estudiar la RSE (respuesta social corporativa, teoría de los stakeholders, institucional y ciudadanía corporativa), siendo probablemente la que más éxito ha tenido en los entornos empresariales. Este hecho es comprensible por cuanto este es el tipo de racionalidad que más aproxima la RSE a la noción de creación de valor para la empresa y su entorno, la muy extendida lógica utilitarista de *hacerlo bien mientras se hace el bien* (doing well while doing good, en inglés) subyace a esta aproximación instrumental o estratégica de la RSE, muy centrada en la obtención de utilidades a través de las prácticas socialmente responsables.

Además, existe una posible razón histórica que explicaría por qué la económico-estratégica es la racionalidad más presente en las teorías utilizadas para explicar la RSE. El conjunto de teorías económico-estratégicas surgieron principalmente en los años setenta y ochenta como respuesta a las críticas más fuertes sobre la propia necesidad de existencia del concepto de RSE, provenientes de las teorías clásicas de la propiedad, la agencia o la firma, cuya racionalidad predominante es jurídico-económica. Así, es probable que a los investigadores les resultara más factible y efectivo responder a las duras críticas sobre la RSE desde una lógica cercana, como la económico-estratégica, en lugar de plantear saltos conceptuales desde lógicas psicológicas, sociológicas o éticas.

Un último resultado que merece ser destacado hace referencia al hecho de que parece existir una relación entre la fase evolutiva en que se encuentra una teoría, y la racionalidad que subyace a la misma. Aquellas teorías que se podrían denominar como clásicas (de la propiedad, la agencia, la firma), o aquellas que se encuentran en fase de consolidación de sus preceptos (por ejemplo, la teoría de los stakeholders) se asimilan a racionalidades jurídico-económicas y económico-estratégicas, con concepciones estrechas del rol de la empresa en la sociedad.

Sin embargo, aquellas teorías más novedosas, que se podrían denominar como teorías emergentes (por ejemplo, ciudadanía de la empresa, desarrollo sostenible), tienden a basarse en racionalidades de tipo sociológico o ético, con una noción más amplia de los deberes de la empresa en la sociedad. Podría afirmarse, entonces, que ha existido una evolución que está dando lugar a que las nuevas aproximaciones al estudio de la RSE se despeguen de racionalidades tradicionales, abogando por una concepción de la empresa en la sociedad más holística e integradora, y proyectando una noción de RSE como algo más que un buen instrumento para hacer negocios.

2. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURA

La proliferación de teorías, perspectivas y terminologías en la literatura académica que estudia los fenómenos asociados a la RSE ha provocado una elevada confusión cuando se pretende abordar su estudio (Lantos, 2001). En un intento de realizar una aportación en aras de la clarificación de la

investigación sobre la RSE, se llevó a cabo una investigación con fuentes secundarias de información de naturaleza conceptual basada en una extensiva revisión de la literatura, planteándose dos objetivos principales de trabajo. Primero, revisar y sintetizar las teorías y perspectivas teóricas que han sido empleadas para el estudio de la RSE, y en segundo lugar, proponer una clasificación que permita explicar qué visión de RSE resulta de la racionalidad subyacente a cada grupo de teorías y de la concepción del rol de los negocios en la sociedad que implican.

Una primera conclusión que se puede extraer de este estudio es que la revisión de la literatura permitió identificar trece teorías o perspectivas teóricas que han sido utilizadas en mayor o menor medida por la literatura académica para analizar los fenómenos de RSE. Tomando en cuenta su grado de desarrollo y de aplicación al estudio de la RSE, algunas de estas teorías pueden ser consideradas clásicas o tradicionales (por ejemplo, las teorías de la agencia o de la firma), otras en pleno desarrollo (como la teoría de los stakeholders), y otras emergentes, por ejemplo, la perspectiva de la ciudadanía corporativa (Logsdon y Wood, 2002) o la utilización del bien común (Argandoña, 1998), que han sido introducidas por los académicos durante la última década en un afán de encontrar nuevos elementos conceptuales para la explicación de los fenómenos de RSE. Cada una de estas teorías presenta una serie de fortalezas y debilidades que le permiten explicar mejor algunos aspectos específicos de la propia RSE, este hecho sugiere la existencia de una complementariedad entre las

mismas, de manera que aquellos individuos interesados en acercarse al estudio de estos fenómenos pueden ver enriquecida su labor combinándolas apropiadamente.

En segundo lugar, la clasificación propuesta a partir del uso de seis tipos de racionalidades y cuatro concepciones del rol de la empresa en la sociedad, permite conocer, partiendo de una determinada visión de la RSE, el conjunto de teorías que la originan, la racionalidad predominante que les subyace y la concepción sobre el rol de la empresa que dicha visión implica.

Del análisis de la clasificación propuesta se pueden extraer a su vez tres conclusiones de interés: primero, parece existir una íntima relación entre la racionalidad subyacente a la(s) teoría(s) utilizadas para el estudio de la RSE, y la concepción del rol de la empresa en la sociedad que sugiere. A medida que el estudio de la RSE se apoya en teorías con racionalidades jurídicas o económicas, es más probable se conciba la empresa como una institución maximizadora de utilidades. Sin embargo, aproximaciones a la RSE desde lógicas sociológicas o éticas parten de una concepción de empresa más abierta al servicio de la comunidad.

Segundo, la racionalidad económico-estratégica es la lógica en la que más teorías se han insertado para el estudio de la RSE. Esto ajusta muy bien con la idea de que la RSE puede ser una fuente de ventajas competitivas para las empresas, e instrumento de creación de valor para la empresa y sus stakeholders.

Finalmente, parece existir una relación entre la fase evolutiva en que se

encuentra una teoría y la racionalidad que subyace a la misma. Así, las teorías más emergentes o novedosas se adscriben a racionalidades éticas, sociológicas o psicológicas, mientras que las teorías de la RSE más clásicas y tradicionales se sostienen en racionalidades de tipo jurídico, económico o económico-estratégico.

La herramienta de clasificación propuesta puede resultar útil a la hora de analizar la situación que guarda una empresa específica respecto a la RSE, especialmente si busca un cambio en su nivel de implicación y compromiso con ésta. Por ejemplo, si se identifica que una empresa en cuestión ve la RSE fundamentalmente como una respuesta estratégica capaz de generar una ventaja competitiva, es probable que la racionalidad subyacente que predomina entre sus directivos sea económico-estratégica, y que las ideas de éstos acerca del rol de su organización en la sociedad se ciñan a la concepción constreñida de maximización de utilidades. Los análisis realizados en este escenario posiblemente estarán sesgados por los fallos y limitaciones propios de las perspectivas ofrecidas por la respuesta social corporativa, la teoría institucional, de los stakeholders o la ciudadanía corporativa. Así, para lograr el cambio en el sentido deseado, habrán de utilizarse teorías basadas en racionalidades y en concepciones complementarias que se ajusten a las necesidades de dicho cambio.

Esta investigación no está exenta de limitaciones, asociadas a la propia naturaleza conceptual del trabajo, tales como la dificultad de generalización de las conclusiones, además, dicha generalización también se ve con-

dicionada por el método de selección de las contribuciones analizadas, ya que contemplar únicamente aquellos trabajos considerados clave o seminales puede haber dejado fuera de la identificación algunas teorías menos utilizadas para el estudio de la RSE. Finalmente, las particularidades de las bases de datos empleadas para la obtención de los artículos estudiados introducen un sesgo derivado del predominio de documentos en lengua inglesa provenientes de países de cultura anglosajona.

Las limitaciones expuestas invitan de forma natural a trazar líneas futuras de investigación que complementen y contrasten los hallazgos obtenidos en este trabajo. De este modo, se plantea la necesidad de llevar a cabo trabajos cuantitativos que permitan identificar qué grupos de teorías (con sus racionalidades y las concepciones del rol de la empresa en la sociedad que implican) predominan en la literatura de RSE en diferentes sectores productivos, países o áreas geográficas y culturas. Otra posibilidad sería estudiar si los *outputs* –en términos financieros, de gobierno corporativo o de marketing- generados por cada una de las siete visiones de la RSE identificadas varían significativamente, y en qué forma lo hacen.

Por último, es importante recalcar que la clasificación propuesta no puede ser -ni lo pretende-, una categorización concluyente, sino una herramienta que asista a la mejor comprensión de la estructura de las teorías y perspectivas teóricas sobre RSE, por lo que las aportaciones de este trabajo resultan útiles tanto para investigadores como para pro-

fesionales interesados en el estudio de la RSE.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Ackerman, R.W. (1973). How companies respond to social demands. *Harvard Business Review*, 51(4), 88.
2. Alvarado, A. y Palafox, A. (2004). Desarrollo turístico sustentable: un enfoque mercadológico. En J. Castellanos, E. de la Paz, J. Marx y C. Rautenstrauch (Eds.), *IV International Conference on Applied Enterprise Science* (pp.19-25). Aachen, Alemania: Shaker Verlag.
3. Alvarado, A. y Schlesinger, M.W. (2008). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37-59. Recuperado de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/1799/1/2dimensionalidad_RSE.pdf
4. Argandoña, A. (1998). The Stakeholder Theory and the Common Good. *Journal of Business Ethics*, 17(9), 1093-1102.
5. Avi-Yonah, R.S. (2005). The cyclical transformations of the corporate form: a historical perspective on corporate social responsibility. *Delaware Journal of Corporate Law*, 30(3), 767-818.
6. Baron, D.P. (2001). Private Politics, Corporate Social Responsibility, and Integrated Strategy. *Journal of Economics & Management Strategy*, 10(1), 7-45.
7. Beliveau B., Cottrill, M. y O'Neill, H.M. (1994). Predicting Corporate Social Responsiveness: A model drawn from three perspectives.

- Journal of Business Ethics*, 13, 731-738.
8. Bigné, E., Alvarado, A., Currás, R. y Rivera, J. (2010). Latest evolution of academic research in corporate social responsibility: an empirical analysis. *Social Responsibility Journal*, 6(3), 332-344.
 9. Caldwell, C. y Karri, R. (2005). Organizational Governance and Ethical Systems: a Covenantal Approach to Building Trust. *Journal of Business Ethics*, 58(1-3), 249.
 10. Carr, A. (1968). Is Business Bluffing Ethical? *Harvard Business Review*, 46(1), 143.
 11. Carrigan, M. y Attalla, A. (2001). The myth of the ethical consumer – do ethics matter in purchase behaviour? *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 560-578.
 12. Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 17.
 13. Carroll, A.B. (1998). The Four Faces of Corporate Citizenship. *Business and Society Review*, 100(1), 1-7.
 14. Carroll, A.B. (1999). Corporate social performance and stakeholder thinking: the work and influence of Max B.E. Clarkson. *Business and Society*, 38(1), 15.
 15. Carroll, A.B. (2000). A commentary and an overview of key questions on corporate social performance measurement. *Business and Society*, 39(4), 466.
 16. Coase, R.H. (1937). The Nature of the Firm. *Económica*, 4(16), 386-405.
 17. Coelho, P.R.P., McClure, J.E. y Spry, J.A. (2003). The social responsibility of corporate management: a classical critique. *Mid - American Journal of Business*, 18(1), 15-24.
 18. Cooper, R. W. y Frank, G. L. (1997). Helping Professionals in Business Behave Ethically: Why Business Cannot Abdicare Its Responsibility to the Profession. *Journal of Business Ethics*, 16(12/13), 1459-1466.
 19. Cortina, A. (2002). La naturaleza pública de las éticas aplicadas. *Revista Iberoamericana de Educación*, 29, 45-64.
 20. Davis, J.H., Schoorman, F.D. y Donaldson, L. (1997). Toward a Stewardship Theory of Management. *The Academy of Management Review*, 22(1), 20-47.
 21. De Bakker, F.G.A., Groenewegen, P. y Den Hond, F. (2005). A Bibliometric Analysis of 30 Years of Research and Theory on Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance. *Business & Society*, 44(3), 283-317.
 22. Donaldson, L. y Davis, J.H. (1991). Stewardship Theory or Agency Theory: CEO Governance and Shareholder Returns. *Australian Journal of Management*, 16(1), 49.
 23. Donaldson, T. (1982). *Corporations and Morality*. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.
 24. Donaldson, T. y Dunfee, T.W. (1994). Toward a unified conception of business ethics: integrative social contracts theory. *The Academy of Management Review*, 19(2), 252.
 25. Donaldson, T. y Dunfee, T.W. (1999). When ethics travel: The promise and peril of global business ethics. *California Management Review*, 41(4), 45.

26. Donaldson, T. y Preston, L.E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.
27. Eberhard-Harribey, L. (2006). Corporate social responsibility as a new paradigm in the European policy: how CSR comes to legitimate the European regulation process. *Corporate Governance*, 6(4), 358.
28. Eisenhardt, K.M. (1989). Agency Theory: An Assessment and Review. *The Academy of Management Review*, 14(1), 57-74.
29. Epstein, E.M. (1987). The Corporate Social-Policy Process - Beyond Business Ethics, Corporate Social-Responsibility, and Corporate Social Responsiveness. *California Management Review*, 29(3), 99.
30. Fischer, J. (2004). Social Responsibility and Ethics: Clarifying the Concepts. *Journal of Business Ethics*, 52(4), 381.
31. Fontrodona, J. y Sison, A.J. (2006). The Nature of the Firm, Agency Theory and Shareholder Theory: a critique from Philosophical Anthropology. *Journal of Business Ethics*, 66(1), 33-42.
32. Freeman, R.E. y Reed, D.L. (1983). Stockholders and Stakeholders: a New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*, 25(3), 88.
33. Friedman, M. (1962). *Capitalism and Freedom*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
34. Friedman, M. (1970, 13 de septiembre). The social responsibility of Business is to increase its profits. *New York Times Magazine*. Recuperado de <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>
35. Garriga, E. y Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1-2), 51-71.
36. Gerde, V.W. y Wokutch, R.E. (1998). 25 years and going strong. *Business and Society*, 37(4), 414.
37. Guillén, M. (2006). *Ética en las organizaciones: construyendo confianza*. Madrid: Pearson Educación.
38. Guimarães, R. (1994). El desarrollo sustentable ¿propuesta alternativa o retórica neoliberal? *Revista EURE*, 20(61), 41-56.
39. Hunt, S.D. y Vitell, S.J. (1986). A General Theory of Marketing Ethics. *Journal of Macromarketing*, 6(1), 5.
40. Jensen, M.C. y Meckling, W.H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
41. Jones, T.M. (1980). Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined. *California Management Review*, 22(3), 59.
42. Kaku, R. (1997). The path of Kyosei. *Harvard Business Review*, 75(4), 55.
43. Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595-632.
44. Logsdon, J.M. (2004). Global Business Citizenship: Applications to Environmental Issues. *Business and Society Review*, 109(1), 67.
45. Logsdon, J.M. y Wood, D.J. (2002). Business citizenship: From do-

- mestic to global level of analysis. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 155.
46. Luo, X. y Bhattacharya, C.B. (2006). Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. *Journal of Marketing*, 70(4), 1-18.
 47. Maignan, I. y Ferrell, O.C. (2001). Corporate citizenship as a marketing instrument - Concepts, evidence and research directions. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 457.
 48. Maignan, I. y Ferrell, O.C. (2004). Corporate Social Responsibility and Marketing: an Integrative Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 3-19.
 49. Maignan, I., Ferrell, O. y Ferrell, L. (2005). A stakeholder model for implementing social responsibility in marketing. *European Journal of Marketing*, 39(9/10), 956- 977.
 50. Maignan, I. y Hult, G.T.M. (1999). Corporate Citizenship: Cultural antecedents and business benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science* 27(4), 455-469.
 51. Matten, D., Crane, A. y Chapple, W. (2003). Behind the mask: Revealing the true face of corporate citizenship. *Journal of Business Ethics*, 45(1-2), 109.
 52. McCann, D.P. (1997). On moral business: a theological perspective. *Review of Business*, 19(1), 9.
 53. McWilliams, A. y Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *The Academy of Management Review*, 26(1), 117.
 54. McWilliams, A., Siegel, D.S. y Wright, M. (2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications (Editorial). *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18.
 55. Meijer, M.M., de Bakker, F.G.A., Smit, J.H. y Schuyt, T. (2006). Corporate giving in the Netherlands 1995-2003: exploring the amounts involved and the motivations for donating. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 11(1), 13-28.
 56. Menon, A. y Menon, A. (1997). Enviropreneurial marketing strategy: the emergence of corporate environmentalism as market strategy. *Journal of Marketing*, 61(1), 51.
 57. Mercado, P. y García, P. (2007). La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México): un estudio exploratorio. *Estudios Gerenciales*, 23(102), 119-135. Recuperado de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/1082/1/Responsabilidad_social_empresas_valle_Toluca.pdf
 58. Miller, D. y Shamsie, J. (1996). The resource-based view of the firm in two environments: the Hollywood film studios from 1936 to 1965. *Academy of Management Journal*, 39(3), 519-543.
 59. Murphy, E. (1978). An Evolution: Corporate Social Responsiveness. *University of Michigan Business Review*, 30(6), 19.
 60. Murphy, R. y Crowther, D. (2002). Social responsibility and marketing: an agenda for research. *Management Decision*, 40(4), 302-309.
 61. Nasi, J., Nasi, S., Phillips, y Zyglidopoulos, S. (1997). The evolution of corporate social responsiveness: an exploratory study of Finnish and Canadian Forestry Companies. *Business & Society*, 36(3), 296-321.

62. Neubaum, D.O. y Zahra, S.A. (2006). Institutional Ownership and Corporate Social Performance: The Moderating Effects of Investment Horizon, Activism, and Coordination. *Journal of Management*, 32(1), 108-131.
63. Orts, E.W. y Strudler, A. (2002). The ethical and environmental limits of stakeholder theory. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 215-233.
64. Palazzo, G. y Richter, U. (2005). CSR Business as Usual? The Case of the Tobacco Industry. *Journal of Business Ethics*, 61(4), 387.
65. Polonsky, M. J. y Scott, D. (2005). An empirical examination of the stakeholder strategy matrix. *European Journal of Marketing*, 39(9/10), 1199- 1215.
66. Quazi, A.N. (2003). Identifying the determinants of corporate managers' perceived social obligations. *Management Decision*, 41(9), 822-831.
67. Reisel, W.D. y Sama, L.M. (2003). The distribution of life-saving pharmaceuticals: viewing the conflict between social efficiency and economic efficiency through a social contract lens. *Business & Society Review*, 108(3), 365-388.
68. Robin, D. y Reidenbach, R.E. (1987). Social Responsibility, ethics, and marketing strategy: Closing the gap between concept and application. *Journal of Marketing*, 51(1), 44-58.
69. Rumelt, R. P. (1984). Towards a strategic theory of the firm. En R.B. Lamb (Ed.), *Competitive strategic management* (pp. 556-70). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
70. Sama, L.M. (2006). Interactive effects of external environmental conditions and internal firm characteristics on MNEs' choice of strategy in the development of a code of conduct. *Business Ethics Quarterly*, 16(2), 137-165.
71. Smith, C.N. (2001). Ethical guidelines for marketing practice: A reply to Gaski & some observations on the role of normative marketing ethics. *Journal of Business Ethics*, 32(1), 3-18.
72. Smyth, R. y Lo, D. (2000). Theories of the Firm and the Relationship between Different Perspectives on the Division of Labour. *Review of Political Economy*, 12(3), 333-349.
73. Sternberg, E. (1997). The Defects of Stakeholder Theory. *Corporate Governance: An International Review*, 5(1), 3.
74. Svensson, G. (2005). The spherical marketing concept: a revitalization of the marketing concept. *European Journal of Marketing*, 39(1/2), 5-15.
75. Swaen, V. y Maignan, I. (2003). Organizational citizenship and corporate citizenship: two constructs, one research theme? En L.T. Sheb, L. Pelton y O.C. Ferrell (Ed.), *Business Rites, Writs and Responsibilities: Readings on Ethics and Social Impact Management* (pp.107-134). Estados Unidos: Michael J. Coles College of Business.
76. van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2/3), 95.
77. Vitell, S.J. y Paolillo, J.G. (2004). A cross-cultural study of the antecedents of the perceived role of ethics and social responsibility. *Business Ethics*, 13(2-3), 185-199.
78. Waddock, S. (2004). Parallel Universes: Companies, Academics,

- and the Progress of Corporate Citizenship. *Business & Society Review*, 109(1), 5-42.
79. Waldman, D.A., Siegel, D.S. y Javidan, M. (2006). Components of CEO Transformational Leadership and Corporate Social Responsibility. *Journal of Management Studies*, 43(8), 1073.
 80. Wartick, S. L. y Cochran, L. (1985). The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *The Academy of Management Review*, 10(4), 758-769.
 81. Wheeler, D., Colbert, B. y Freeman, R.E. (2003). Focusing on value: Reconciling corporate social responsibility, sustainability and a stakeholder approach in a network world. *Journal of General Management*, 28(3), 1.
 82. Windsor, D. (2006). Corporate Social Responsibility: Three Key Approaches. *Journal of Management Studies*, 43(1), 93-114.
 83. Wokutch, R.E. y Shepard, J.M. (1999). The maturing of the Japanese economy: Corporate social responsibility implications. *Business Ethics Quarterly*, 9(3), 527.
 84. Wood, D.J. (1991). Social Issues in Management: Theory and Research in Corporate Social Performance. *Journal of Management*, 17(2), 383.
 85. Zenisek, T.J. (1979). Corporate Social Responsibility: A Conceptualization Based on Organizational Literature. *The Academy of Management Review*, 4(3), 359-368. ☀

COLECTIVOS DE INVERSIÓN EMPRESARIAL: UNA OPCIÓN HACIA EL DESARROLLO LOCAL^{1,2}

ÉLBAR RAMÍREZ*

Magíster en Administración de Empresas, Universidad del Valle, Colombia.
Profesor asociado, Universidad Nacional de Colombia (sede Palmira), Colombia.
Grupo de investigación "Sociedad, Economía y Empresa" (Director), afiliado a la
Universidad Nacional de Colombia, clasificación D de Colciencias.
eramirez@palmira.unal.edu.co

MARGOT CAJIGAS ROMERO

Magíster en Ciencias de la Organización, Universidad del Valle, Colombia.
Profesora, Universidad Autónoma de Occidente y Universidad Nacional de Colombia
(sede Palmira), Colombia.
"Grupo de investigación en Contabilidad y Finanzas (GICOF)" (Directora), afiliado
a la Universidad Autónoma de Occidente, clasificación D de Colciencias.
mcajigas@uao.edu.co

PEDRO JIMÉNEZ ESTÉVEZ

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Castilla-La Mancha, España.
Profesor titular, Universidad de Castilla-La Mancha, España.
Director, Centro de Estudios Universitario de Talavera de la Reina, España.
pedro.jestevez@uclm.es

Fecha de recepción: 09-09-2009

Fecha de corrección: 25-05-2010

Fecha de aceptación: 11-01-2011

RESUMEN

Este estudio tuvo como objetivo estructurar el modelo CIEM (Colectivos de Inversión Empresarial), orientado a disminuir la pobreza en cada localidad que lo adapte a su realidad, al crear nuevas empresas, fortalecer las que presentan dificultades y reabrir las cerradas. Se realizó mediante el método social, aplicando un sondeo de opinión a potenciales emprendedores y una mesa de trabajo integrada por agentes sociales claves, quienes con sus ideas prácticas asociadas al análisis teórico, permitieron concluir que es viable implementar un modelo impulsor de empresas en tres dimensiones: empresa nueva, empresa repotenciada y empresa reiniciada, sustentadas esas tres categorías de empresas por emprendedores e inversores unidos para forjar el desarrollo local.

1 Investigación financiada por las dependencias de investigaciones de la Universidad Nacional de Colombia (sede Palmira) y la Universidad Autónoma de Occidente (Cali).

2 Este documento fue seleccionado en la convocatoria para enviar artículos, *Call for Papers*, realizada en el marco del Simposio "Análisis y propuestas creativas ante los retos del nuevo entorno empresarial", organizado en el marco de celebración de los 30 años de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Icesi y de los 25 años de su revista académica, *Estudios Gerenciales*, el 15 y 16 de octubre de 2009, en la ciudad de Cali (Colombia). El documento fue presentado en las sesiones simultáneas del área de "Creación de empresa".

* Autor para correspondencia. Dirigir correspondencia a: Carrera 32 – 00 Chapinero Oficina 50-4160, vía Candelaria, Universidad Nacional de Colombia, sede Palmira, Colombia.

PALABRAS CLAVE

Colectivos, inversión, ahorros, aporte, empresas.

Clasificación JEL: O01, O18

ABSTRACT

Business investment groups: an option towards local development

This study aimed to structure the CIEM (Spanish acronym for Business Investment Group) model, which is geared to reducing poverty in each location that adapts the model to its local reality by creating new companies, strengthening those facing difficulties, and reopening companies that have been closed. It was carried out using the social method, based on an opinion poll conducted with potential entrepreneurs and a panel discussion composed of key actors. Their practical ideas, associated with theoretical analysis, led us to conclude that it is feasible to implement a three-dimensional business driving model: new business, enhanced business, and restarting business. These three business categories are supported by the joint efforts of entrepreneurs and investors for building local development.

KEYWORDS

Group investment, savings, inputs, companies.

RESUMO

Grupos de investimento empresarial: uma opção para o desenvolvimento local

Esse estudo teve como objetivo estruturar o modelo CIEM (Organismos de Investimento Coletivo de Negócios), que visa reduzir a pobreza em cada local que o adapte a sua realidade, criando novas empresas, fortalecendo aquelas que apresentam dificuldades e reabrindo as encerradas. Foi realizado pelo método social, utilizando-se uma pesquisa de opinião a potenciais empreendedores e um grupo de trabalho composto por atores sociais chave que, com suas ideias práticas associadas à análise teórica, permitiram concluir que é viável a implementação de um modelo de negócio orientado em três dimensões: empresa nova, repotenciação de empresa, e empresa reiniciada, sendo apoiadas essas três categorias de empresas por empresários e investidores em conjunto para construir o desenvolvimento local.

PALAVRAS-CHAVE

Coletivo, investimento, poupança, contribuições, empresas.

INTRODUCCIÓN

Ante el compromiso académico de estudiar la realidad social para proponer soluciones aplicables a falencias tales como el desempleo y la pobreza, el presente trabajo respondió al llamado de la Universidad Icesi a formular “análisis y propuestas creativas ante los retos del nuevo entorno empresarial”, gracias a que los autores han realizado trabajo investigativo en la línea del emprendimiento empresarial o creación de empresas, procurando introducir nuevos enfoques.

Efectivamente se acometió el presente estudio tras el objetivo de idear y estructurar un modelo o programa denominado CIEM (Colectivos de Inversión Empresarial), capaz de servir de base para que en las localidades de economías en desarrollo como la colombiana, se genere dinámica social y económica a partir de crear nuevas empresas, fortalecer las existentes y reiniciar las que estén inactivas.

Para definir cómo debería diseñarse y operarse el programa, se empleó el método social. El recurso de investigación fue la opinión técnica de estudiantes universitarios y líderes cívicos, quienes consultados a través de un sondeo de opinión y discutiendo en una mesa de trabajo, indicaron la estructura y funcionalidad a un modelo así creado por la gente para la gente.

Se consiguió entonces proponer un sistema de generación de empresas basado en la autogestión local, en el cual un grupo de agentes sociales claves asumen la operación como CIEM local, plataforma desde donde se hará emprendimiento creando, fortaleciendo y reactivando empresas,

asociando a emprendedores e inversores, pudiendo estos últimos ser trabajadores o inversionistas profesionales y estar residenciados dentro o fuera de la localidad. Sus proyectos empresariales se evaluarían con base en una plataforma electrónica y tanto el CIEM local como las empresas auspiciadas, deberán orientarse dentro de los principios del buen gobierno corporativo.

El programa denomina emprendedor a quienes crean, reestructuran y reabren empresas en cada localidad. El programa formula el Ahorro-Aporte como medio para que los asalariados puedan invertir, y enarbola la aparición, consolidación y permanencia del Trabajador-Empresario, sujeto éste a volverse común y activo dentro de las economías emergentes, encarnado en el asalariado, quien es doble aportante a la economía, pues continúa siendo empleado mientras invierte en empresas.

El trabajo se presenta en tres apartados, siendo el primero esta introducción. El segundo entrega el desarrollo pleno de la propuesta en siete subapartados así: metodología aplicada, fundamentos teóricos, resultados alcanzados, reseña metodológica para hacer estudios de pre y factibilidad, gobierno corporativo de la organización local y las empresas auspiciadas y barreras del programa. Las conclusiones y recomendaciones, presentadas en el tercer apartado, destacan la importancia de asumir el emprendimiento empresarial en la noción de crear, fortalecer y reabrir empresas, base esto para comprometerse en una futura investigación, centrada en el tema de la valoración de empresas cerradas o en riesgo de

cierre, para reabrir las o fortalecerlas con la participación de nuevos socios.

I. CONSTRUCCIÓN DE LA PROPUESTA CIEM

Ante la pobreza creciente en las economías emergentes, reflejada en desempleo, subempleo y bajos salarios,³ indicador ello de la carencia de suficientes empresas, se vislumbró el enorme potencial que tienen países como Colombia de revertir tal situación, de lograrse organizar a sus gentes para que decididamente disminuyan la pobreza, vía trabajo productivo, a través de más y mejores empresas. Dicho esto, se concibió la iniciativa de estructurar un programa capaz no solo de crear empresas, sino de evitar el cierre de las que estén operando y más aún, reactivar las cerradas, centrándose la iniciativa en el municipio o localidad y gestionando recursos dentro y fuera de este ámbito territorial, procurando así construir desarrollo local por autogestión empresarial.

Buscando idear tal alternativa generadora de empresas se formuló este interrogante: ¿cómo debería estructurarse un programa capaz de crear, fortalecer y reiniciar empresas en localidades de economías emergentes, consiguiendo la convergencia de emprendedores-oportunidad de negocio-inversores para auspiciar la generación de riqueza en las localidades?

Ese interrogante resultó esclarecedor pues permitió construir el programa desde la percepción de la gente que usaría sus resultados, obteniendo ellos mismos los elementos a analizar para poder proponer soluciones al viejo problema de la pobreza mediante fórmulas nuevas y creativas, en donde incluso se contempla al desempleo y al subempleo como oportunidades para hacer emprendimiento, pues el que haya personas excluidas de trabajar y consumir, demuestra que existe un enorme espacio para invertir y construir mercados a favor de nuevas y antiguas empresas.

Así entonces, el programa formulado en últimas se delineó dentro de los criterios siguientes:

- **El colectivo⁴ de inversión empresarial (CIEM).** Grupo formado por emprendedores (aportantes de ideas de negocio y capital) e inversores (aportantes de capital), comprometidos en valorar una iniciativa empresarial e invertir recursos en ella si ésta resulta técnica, económica y socialmente factible.
- **Agentes claves.** Emprendedores o proponentes de ideas de negocio (habitantes de la localidad receptora de la inversión), e inversores o aportantes de patrimonio (residentes en o fuera de la localidad) para planear y poner en operación las ideas empresariales.

3 El Banco Mundial (2009), con un enfoque de geografía económica, revela el pasmoso comportamiento de la pobreza en el planeta. Por su parte, la Comisión Económica para América Latina - CEPAL (2008) indica que para el año 2007, la incidencia de la pobreza fue sobre el 34,1% de la población, esto es, 184 millones de personas, de las cuales el 12,6%, es decir, 68 millones, viven en condiciones de pobreza extrema o indigencia.

4 Dini (2006) dice “puede definirse una acción colectiva como una acción emprendida por un conjunto de actores económicos (empresas y/o instituciones, -y personas-) independientes, que se asocian voluntariamente, manteniendo su propia individualidad, para alcanzar un objetivo común y consensuado que no podrían lograrlo de forma individual” (p. 4) concepto acogido en este trabajo.

- **Modalidades de inversión a valorar.** a) Empresas nuevas: proyectos a iniciar, b) Empresas a repotenciar: unidades a fortalecer con nueva reorganización e inversión, y c) Empresas a reiniciar: abrir empresas inactivas.
- **Escenario geográfico.** La localidad, esto es, para el caso colombiano, el municipio, a cuyas potencialidades de inversión, carencias y realidades en general, se espera pueda responder la estrategia CIEM.
- **Gestor y operador de la estrategia.** En cada localidad, cuyos habitantes se interesen en implementar el programa, se deberá instalar una organización que la inicie y mantenga en operación. Esta entidad será el CIEM local.
- **El Ahorro-Aporte.** Táctica que facilita al asalariado ahorrar para invertir en una empresa, generando dinámica económica local y una mejor redistribución de la riqueza. El Ahorro-Aporte, entendido como ahorro programado para hacer inversión futura, o como el pago de un crédito adquirido para realizar el aporte en una inversión empresarial, se convierte en un atractivo para permitir la participación de entidades crediticias, desde bancos, cooperativas o cajas de compensación familiar autorizadas para captar y prestar dinero.

El valor del Ahorro-Aporte se establece para cada idea emprendedora en función al monto de la inversión a realizar, del número de posibles socios y de la capacidad del emprendimiento de generar utilidades y flujo

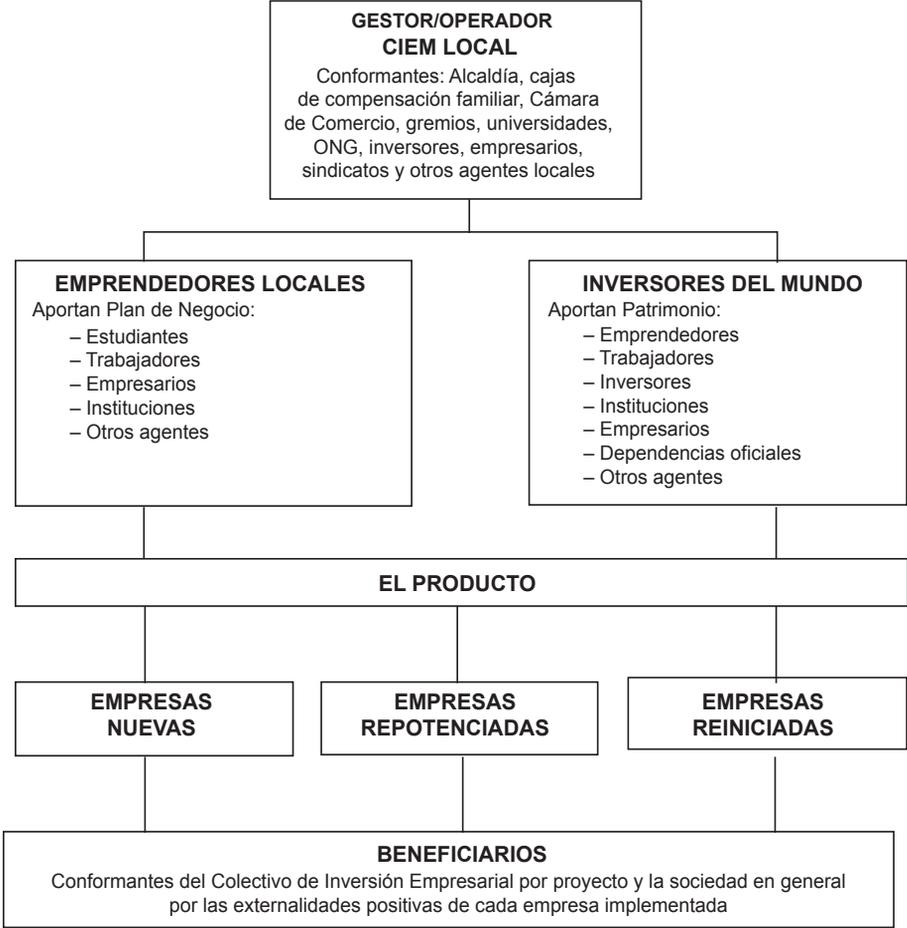
de caja libre, por lo cual se define su monto desde el análisis de prefactibilidad de la idea emprendedora o al hacer el estudio de factibilidad, significando esto que el instrumento se convierte en un elemento de planeación, organización, dirección y control en la estructuración de cada proyecto de inversión. La estrategia se representa en el Gráfico 1.

1.1. Material y métodos de investigación

Asumiendo el reto necesario de cualquier aspirante a Doctor de ser “metodólogo en la medida en que ha debido diseñar un método específico para su específico tema de investigación, documentalista, en cuanto ha debido ejercitarse en las técnicas de la investigación bibliográfica y en la redacción del repertorio bibliográfico final” (López y Ros, 2005, p. 32) se plantea el objeto de estudio y método seguido.

El material u objeto de estudio de este trabajo fue la opinión fundamentada y razonada de los potenciales emprendedores empresariales y de líderes locales, representados los primeros en estudiantes universitarios, y los segundos en funcionarios de instituciones tales como la Alcaldía y el Concejo Municipal, la Cámara de Comercio, cajas de compensación familiar, fondos de empleados, cooperativas, sindicatos, universidades, entidades financieras, empresarios, emprendedores y líderes cívicos. Con ellos se hallaron las respuestas mediante el método de la investigación sociológica, aplicando un sondeo de opinión y una mesa de trabajo, hasta establecer cómo debía estructurarse y operarse el programa.

Gráfico 1. Presentación estructural del programa CIEM



Fuente: Elaboración propia.

Por centrarse la estrategia en la localidad, se trabajó en el municipio de Palmira, con sus líderes y estudiantes de la Universidad Nacional de Colombia. Sus criterios fueron recogidos en un cuestionario estructurado, asegurando diseñar la estrategia dentro del pensar lógico de la gente local. Ellos definieron el esquema organizacional del programa, cómo hacer y evaluar los planes de negocio, y cómo orientar eficiente y transparentemente cada

CIEM local y las empresas por él auspiciadas.

1.2. Hacia una nueva noción del emprendedor empresarial

Schumpeter (1996) utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones originan cambios en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, quizá por las metas que se impone y

riesgos asumidos frente a su devenir social y económico, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Empresa:

La función del empresario consiste en reformar o revolucionar el sistema de producción, explotando un invento, o, de una manera más general, una posibilidad técnica no experimentada para producir una mercancía nueva o una mercancía antigua por un método nuevo, para abrir una nueva fuente de provisión de materias primas o una nueva salida para los productos, para reorganizar una industria, etc. (Schumpeter, 1996, p. 181)

Efectivamente, Schumpeter (1996) dedica el capítulo séptimo de su libro para tratar sobre el “proceso de destrucción creadora”, indicando que tal proceso “constituye el dato de hecho esencial del capitalismo” y agrega “en ella consiste en definitiva el capitalismo y toda empresa capitalista tiene que amoldarse en ella para vivir” pero aunque ello parece indicar que la empresa y el empresario solo tienen cabida en tanto sean “destruyentes creadores” en el sentido de innovadores o inventores, luego al precisar la función de empresario indica que “esta función no consiste, esencialmente, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones que la empresa explota. Consiste en lograr realizaciones” (Schumpeter, 1996, p. 121) argumento este valioso para defender una tesis fundamental del trabajo presente.

Tal argumento queda referido exactamente a lo que dice Schumpeter (1996) y pocas veces se destaca, la función del empresario “no consiste, esencialmente, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones que la empresa explota” (p. 181) pues

sostener lo contrario sería decir que los empresarios que no han inventado un producto, un nuevo proceso o una nueva forma de gestión, que valga decirlo son la mayoría de ellos, no son empresarios al no cumplir la función de innovar o inventar, cosa que sería un exabrupto en el que lastimosamente caen muchos estudiosos que citan parcialmente al autor en cuestión. Como se ve, para Schumpeter, como es lógico y natural, la función del empresario “consiste en lograr realizaciones” (p. 181).

Así es claro, logra realizaciones no solo quien crea una nueva empresa a partir de un invento o innovación, sino quien habiendo comprado o incluso heredado la empresa se hace empresario, sigue operando con el producto genérico, tradicional de la firma, pero la mantiene viva, pujante, generando bienestar a su entorno al comprar y vender dentro de las reglas capitalistas.

En efecto, los emprendedores son realizadores de largo aliento, no les basta maravillarse con la sensación de grandeza experimentable por el innovador o inventor al sentir su más reciente logro concluido, no, su sentido thymótico, esto es, su deseo porque se le reconozca su valía, le conduce a probar que su producto funciona y gusta a los potenciales clientes, y esa es la confirmación superior de que su mejora o creación fueron efectivas, demostrando ello su condición superior como realizadores de acciones empresariales útiles.

En adición a ello cabe preguntarse: ¿Cuánto tiempo dura una innovación o invento como elemento exclusivo de su proponente? Y la respuesta es: muy poco; pues como indican Kriegel

y Patler (1994) todos los productos recién innovados se rompen (se reemplazan) rápidamente,⁵ pues la innovación o invento son copiados o peor todavía, son superados por otro innovador o inventor, para en poco tiempo verse el nuevo producto olvidado por sus esnobistas compradores, ya enamorados de otro recién llegado, pero prestos a olvidar a este cuando llegue en breve su reemplazo. La idea del cambio como un continuo en el tiempo es sin embargo mucho más antigua, pues Heráclito, 500 años antes de Cristo ya había dicho “No existe en la realidad nada que sea siempre igual, porque lo único real es el cambio” y sentenció: “lo único constante es el cambio” (Álvarez, 2010, p. 1).

En contraste con todo ese frenesí creativo, innovador⁶ y propositivo, hay empresas, como concluyeron los investigadores Collins y Porras (1995), que no creen en lo que ellos llaman el mito de que lo único constante es el cambio y al contrario indican:

Una compañía visionaria preserva casi religiosamente su ideología básica, y es muy raro que la cambie. Los valores básicos de una compañía constituyen un fundamento sólido como una roca, y no fluctúan al azar junto con las tendencias y las modas del día, en algunos casos han permanecido intactos durante más de cien años. (p. 10)

Tales empresas cuyos productos simplemente perduran y perduran, han permanecido generando riqueza durante años. Así pues, se demuestra que la innovación, siendo relevante, no puede ser requisito exigible al emprendedor empresarial para ser reconocido como tal.

Entonces el marco teórico expuesto permite finalmente esbozar una conclusión parcial: es tan emprendedor quien se hace empresario al iniciar una empresa sobre un bien, proceso o gestión innovadora o incluso totalmente inventada,⁷ como quien lo hace sobre una empresa la cual compra o hereda, pues ambos finalmente aportan a la sociedad al generar empleo y demás externalidades positivas, razón esta para validar proponer un programa capaz de impulsar crear empresas nuevas, fortalecer las que estén operando y reactivar las cerradas, siendo todas ellas objetivos válidos para los espíritus realizadores, creadores, emprendedores e innovadores, descritos por Schumpeter (1996).

1.3. Los programas para hacer empresas

Las llamadas entidades multilaterales como el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) tienen programas formadores de empresa y/o trabajan en consorcio con entidades locales tales como universidades, fundaciones o alcaldías para hacerlo. Algunos ejemplos son estos:

5 Kriegl y Patler (1994) hacen el elogio de la innovación, el cambio y el invento.

6 La importante propuesta innovadora se ve catapultada no solo por una avalancha de textos como el de Prouvost (1995), Tudor (2001) o el de Varela (2001), sino por la implementación en las empresas de departamentos o secciones de I+D o de diseño y por investigaciones en la materia, tales como la de Loossens (2009).

7 Los investigadores diferencian los vocablos *innovar* e *inventar* acogiéndose al significado de tales palabras, según indica el diccionario enciclopédico Larousse (2001, p. 360, 368), donde se define *innovar* como “introducir novedades” e *inventar* cómo “hallar la manera de hacer una cosa nueva o no conocida, o una nueva manera de hacer algo: inventar un nuevo procedimiento de fabricación”.

- El informe del BID (2006) presenta los desarrollos obtenidos en Argentina, Chile, Colombia, El Salvador y Perú en cuanto a capital semilla para el financiamiento de nuevas empresas con alto potencial de crecimiento (NEAPC, por sus siglas en español).
- Otro trabajo respaldado por el BID (Angelelli y Prats, 2005) trata los aspectos técnicos de la formulación de proyectos y plantea los parámetros para encontrar las necesidades sobre las cuales se debe intervenir. Ejemplifica esgrimiendo dos experiencias, primero el interesante caso del CID (Colectivo Integral de Desarrollo) programa operante en el Perú desde 1992 y extendido al Paraguay, el cual se orienta a crear empresas entre jóvenes pobres.

En segunda instancia el estudio plantea el caso del IESE de España, quien trabajando con estudiantes de maestría como emprendedores, encargados de idear y formular planes de negocio para empresas de alto crecimiento o dinámicas llamadas *gacelas* o *flyers*, asumió para financiarlas la hábil estrategia de crear una agenda de *ángeles de negocios* a los cuales capacita mediante un curso específico para inversores, pues estos ángeles son personas con capacidad financiera para invertir en empresas de alto potencial de rendimiento.

Ciertamente, así como en Europa, en las localidades de América Latina, organizaciones como los CIEM aquí propuestas, en unión con universidades y cámaras de comercio, pueden buscar implementar programas de ángeles de negocios, constituidas por tenedores de capital y por tanto catalogables como potenciales inversores

individuales o institucionales a quienes se capacitaría para decidir sobre proyectos de inversión en contextos de naciones como Colombia, facilitando así a los emprendedores el camino para acceder a posibles financiadores de sus iniciativas empresariales.

Adicional a los programas citados apoyados por el BID, Luna y Sáenz (2004) reseñan cómo esta entidad multilateral ha contado desde 1978 con:

El Programa de Pequeños Proyectos (PPP). Por intermedio de esta iniciativa era posible ejecutar operaciones de préstamo hasta de USD\$500.000, acompañadas de cooperaciones técnicas no reembolsables, a través de entidades intermediarias públicas y privadas con y sin fines de lucro. El objetivo era facilitar el acceso a crédito a individuos o grupos de personas que carecían de entrada al mercado financiero comercial o de fomento en condiciones ordinarias. (Luna y Sáenz, 2004, p. 7)

Ese programa se transformó en 1998 en el Programa de Empresariado Social (PES).

Considerados esos ejemplos, es claro que el estado de la cuestión práctica hacedora de empresas revela la existencia afortunada de distintos programas ocupados de ese propósito en el mundo y en particular en América Latina, esto con el apoyo de entidades supranacionales, correspondiendo ahora observar la cuestión en Colombia, como país base del estudio.

La cultura emprendedora dispone de una amplia gama de entidades trabajando para capacitar en crear y administrar empresas, pudiéndose afirmar que tanto universidades como centros de formación técnica y tecnológica se ocupan de ello en algún nivel, junto

a alcaldías, cámaras de comercio, incluso gremios empresariales y otras instituciones de manera formal o informal. Una pequeña muestra en este sentido se plantea en la Tabla 1.

Tabla 1. Entidades que apoyan el emprendimiento empresarial

Entidad de apoyo al emprendimiento	Objetivo
Corporación Emprendedores Colombia ⁸	Agremiar, apoyar y fortalecer jóvenes emprendedores y empresarios de diversos sectores económicos.
Parquesoft ⁹	Desarrollo y respaldo para emprendedores de software.
Banko	Divulgación de proyectos de inversión y sus oportunidades de negocios.
IncubarFuturo ¹⁰	Promover y apoyar la creación y consolidación de empresas.
Sena ¹¹	Sensibilización, identificación, preincubación, búsqueda de financiación, creación, etc. Programa Empezar.
Fundaempresa ¹²	Consolidación de micro, pequeñas y medianas empresas por parte de la juventud universitaria.
Fondo Nacional de Garantías ¹³	Respaldo a empresas y emprendedores para adquirir crédito bancario.
Incubar Colombia ¹⁴	Laboratorio empresarial de última generación, es decir, una fábrica de nuevas empresas.
Centro Nueva Empresa ¹⁵	Efectiva y exitosa implementación de nuevas empresas con proyección competitiva.
Incubadora de Bucaramanga ¹⁶	Incubadora empresarial y multisectorial orientada como instrumento que busca estimular el espíritu emprendedor e innovador.
Innovar ¹⁷	Promover y lograr, en conjunto con empresarios innovadores y en forma rentable, la creación y consolidación de empresas de base tecnológica en el país.
Fundación Corona ¹⁸	Contribuye a mejorar la competitividad y sostenibilidad de las empresas de menor escala.
Incubadora del Urabá ¹⁹	Creación de empresas agroindustriales.
Incubadora del Caribe ²⁰	Apoyar a los emprendedores desde la elaboración del Plan de Empresa hasta las actividades operativas de la empresa creada.

Continúa

8 Disponible en: <http://www.corporacioncec.htmlplanet.com/>

9 Disponible en: <http://www.parquesoft.com/>

10 Disponible en: <http://www.incubarcolombia.org.co/index.php?limitstart=8>

11 Disponible en <http://emprendimiento.sena.edu.co>

12 Disponible en: <http://www.encolombia.com/economia/Guidadeserviciosparaempresariosturisticos/Fundacionparaelfomento.htm>

13 Disponible en: <http://www.mipymes.gov.co/eContent/home.asp>

14 Disponible en: <http://www.incubarcolombia.org.co/>

15 Disponible en: <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=90&conID=152>

16 Disponible en: <http://www.cbevirtual.20m.com/>

17 Disponible en: <http://www.innovar.gob.ar/>

18 Disponible en: <http://www.fundacioncorona.org.co/espanol/desarrollo/Default.htm>

19 Disponible en: http://emprendimiento.sena.edu.co/index.php?option=com_qcontacts&view=contact&id=62%3Auraba-incubadora&catid=15%3Aincubadoras-de-empresas&Itemid=33

20 Disponible en: <http://www.incubarcaribe.org/redes.htm>

Viene de la página anterior

Entidad de apoyo al emprendimiento Objetivo

Fundación Julio Mario Santodomingo ²¹	Generación de ingresos, desarrollo integral.
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Programa Jóvenes Emprendedores ²²	Desarrollar cultura exportadora.
Ventures	Concurso de mejor idea de negocio innovadora, financiamiento y puesta en marcha.
Universidad de los Andes	Programas sobre ambiente laboral, desarrollo académico, red de empresarios y apoyo financiero y entrenamiento.
Universidad Gran Colombia	Empresas asociativas y fomento al espíritu empresarial.
Universidad Icesi	Apoyo en las distintas etapas del proceso empresarial.
Escuela de Administración de Negocios EAN	Cursos y seminarios para la creación de empresas.
Desarrollo Empresarial de Colombia DESACOL	Información, consultoría y capacitación en desarrollo de sistemas de franquicias.
Cámara de Comercio de Bogotá	Programas de cultura empresarial, entorno favorable para la creación de empresas, sensibilización, seguimiento y monitoreo.
Universidad de Antioquia	Parque del emprendimiento liderando las cátedras fórmate, los concursos Planes de Negocio y Empresa a partir de resultados de investigación, fortalecimiento de empresas y el semestre del emprendimiento.
Universidad Nacional en Medellín	Unempresas, programa con un modulo de capacitación de 30 horas para identificar sus competencias y habilidades para la creación de nuevas empresas, con lo cual ya han formado 450 empresas.
Universidad Pontificia Bolivariana	Centro de desarrollo empresarial: brindan sensibilización, formación, motivación, asesoría, rutas de formación empresarial, creación de empresas y relaciones interinstitucionales.
Universidad de Medellín	Se incentiva el emprendimiento social, una estrategia para llevar campañas de emprendimiento a las comunas aledañas a su territorio, a través de su unidad de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial.
Universidad EAFIT	Programa empresarismo con el cual ofrecen herramientas para la gestación, la implantación y la operación de empresas generadas desde las aulas de la universidad.
Instituto Tecnológico Metropolitano	Cátedras de emprendimiento implementando la creación de su propia empresa, con esta institución se demuestra que para emprender no es necesario llevar un rótulo universitario.

Fuente: Elaboración propia.

Esa red de recursos y esfuerzos inteligentes ha podido alcanzar valiosos resultados, pudiendo ser el primero la cultura emprendedora posicionada

en la mente de las gentes principalmente jóvenes que atienden y las empresas formadas mediante el apoyo crediticio de entidades como el SENA,

²¹ Disponible en: <http://www.fmsd.org.co/>

²² Disponible en: <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/minihome.asp?idcompany=23>

quien en siete convocatorias abiertas a nivel nacional (también realiza convocatorias cerradas, sólo para alumnos del SENA) hasta marzo de 2008, ha logrado apoyar la creación de 1.429 empresas. Esto demuestra que es imprescindible la continuidad de los programas reseñados, incluso operando de manera independiente, resultando necesario planear y crear un programa capaz de tomar los emprendedores formados con sus ideas o proyectos empresariales para conseguir la implementación de sus iniciativas, pues es claro que no todas las buenas iniciativas de negocio propuestas por los emprendedores se están convirtiendo en empresas y ese es el objetivo último del programa propuesto.

1.4. Estructura y operación del programa CIEM en una localidad

Recogiendo lo dicho por los interrogados con el sondeo de opinión y en la mesa de trabajo, se construyó el perfil y enfoque estructural y operativo de la estrategia, según se muestra en los aspectos enseguida planteados.

- **La empresa es el camino.** Se consensó que es creando empresas, fortaleciendo las existentes y reactivando las que estuviesen cerradas por causas distintas a la no aceptación del producto por parte del mercado, como ciertamente se puede generar crecimiento económico y desarrollo social en los municipios colombianos.
- **Un programa de impulso al empresarismo por municipio.** La mesa de trabajo valoró apropiado implantar un programa generador de empresas para cada municipio, sin importar su tamaño, pues es

necesario que los residentes de cada localidad gestionen su propio bienestar desde la instalación y permanencia de las empresas.

- **Los inversores posibles.** Los recursos para invertir en cada proyecto emprendedor impulsado por un CIEM local deben provenir de fuentes endógenas, esto es, del interior de la localidad, y de fuentes exógenas, es decir, de agentes residentes fuera de la localidad, ubicados en otras zonas del país o en el extranjero, pudiendo ser agentes públicos o privados, individuales o corporativos, por supuesto en capacidad de decidir libremente si arriesgan o no recursos en una iniciativa empresarial.
- **Plataforma de operación del modelo.** La mesa de trabajo consideró que el programa debe operar desde una entidad autónoma, integrada por líderes locales individuales e institucionales. Se debe precisar que, si bien disponer de una organización independiente puede conducir a más y mejores resultados al programa, esto tiene la limitante de exigir mayores costos fijos de operación, manifiestos en remuneraciones al grupo administrativo y en demás costos a incurrir para permanecer con el organismo actuante.
- **Dirección del programa.** Definido en el punto anterior, el operar el modelo desde un ente autónomo, independiente a los agentes en últimas comprometidos en desarrollarlo y mantenerlo, es correcta la posición de orientarlo por una junta directiva, integrada por representantes de esos agentes. Naturalmente, esa junta directiva

cumplirá el proceso administrativo de planear, organizar, dirigir y controlar el rumbo de la organización, siendo en consecuencia el presidente de esta junta el superior directo del director o gerente de cada CIEM local.

- **Principios para el funcionamiento de la estrategia.** Se calificó con los mayores puntajes como principios rectores o filosofía de funcionamiento de los CIEM locales a estos criterios: procurar crecimiento económico local (productividad local); generar desarrollo social y económico integral; calidad en el proceso de evaluación de proyectos de inversión, ya sean creadores, impulsores o reactivadores de empresas; solidaridad social y económica; obtención de beneficios económicos que permitan la permanencia operativa de la estrategia CIEM; dotar a cada localidad de un programa impulsor de empresas, las cuales son creadas, repotenciadas o reiniciadas sin deudas gracias a que los créditos son tomados y asumidos por los inversores en cada proyecto; el programa CIEM no debe ser un concurso de ideas de negocio, así todo proyecto que demuestre su viabilidad integral debe procurar implementarse; en la localidad todos pueden ser emprendedores (el programa no estará focalizado a un grupo específico); y en las localidades se debe impulsar el empen-

dimiento, creando, repotenciando o reiniciando empresas, explicándose estas intervenciones así:

Opción 1: emprendedores crean empresas nuevas

Esta puede ser la opción aparentemente menos costosa, en términos de la inversión a realizar para ingresar al mundo empresarial, pues la inversión se limita a comprar los activos fijos necesarios, tales como maquinaria, equipos, vehículos y muebles de oficina, terrenos e inmuebles de un lado, y del otro, a presupuestar y financiar la inversión en capital de trabajo, representado en la inversión en el capital de trabajo neto operativo (KTNO), inversión en creación de marca y la inversión para soportar los costos fijos mientras se alcanza el punto de equilibrio en un tiempo previsto. Como se aprecia, en esta modalidad no se paga un sobreprecio, presente cuando se compra una empresa en operación la cual arrojó EBITDA²³ positivo.

Las empresas nuevas presentan formidables ventajas, como las de iniciar operaciones con tecnología productiva y procesos de punta, el no tener pasivos con empleados y el de provocar expectativas positivas entre los potenciales clientes, siendo su mayor costo el vencer barreras de ingreso al mercado²⁴ tales como la curva de experiencia de los competidores antiguos,²⁵ y la optimización de procesos productivos para elaborar los bienes

23 EBITDA es la sigla inglesa de Earning, Before, Interest, Taxes, Depreciation and Amortization, que traducido al español significa utilidad antes de interés, impuesto, depreciaciones y amortizaciones. El EBITDA es el resultado de los flujos efectivos de ingreso y salida de dinero en las organizaciones, surgiendo de las cuentas explícitas o implícitas del estado de resultados o el estado de flujo de efectivo.

24 La teoría sobre barreras de entrada es desarrollada excelentemente en Porter (1993a, 1993b).

25 Sobre curva de experiencia véanse Krugman y Obstfeld (1993) y Hill (2001, 2007).

y servicios con un margen de producción perfectamente competitivo, para llegar finalmente al que quizás sea el mayor costo de las nuevas empresas: hacer conocer y lograr la aceptación de su nueva marca, en un mercado intensamente luchado por competidores directos y sustitutos. Entrar y posicionarse en un mercado es pues el reto más formidable a enfrentar por los emprendimientos nuevos en razón al tiempo que puede tardar ello y el desconocido costo a asumir que se demanda.

Opción 2: emprendedores repotencian empresas operando

Comprar toda o parte de una empresa en marcha puede ser la táctica más barata, a la postre, para ingresar al mundo empresarial o consolidarse en él. Comprar una empresa operando va más allá de comprar unos activos productivos, pues significa adquirir su curva de experiencia, traducida en organización y procesos productivos ya probados para elaborar y vender bienes y servicios, así como la adquisición de unas destrezas laborales personalizadas en los obreros y empleados de la empresa. Aparte de ello, se gana un elemento clave: una marca con algún nivel de recordación y venta entre los clientes potenciales y objetivos.

Los costos de adquirir una empresa operando están representados en el sobrecosto o mayor inversión a pagar por los compradores si la empresa genera flujo de caja positivo, aunque las utilidades pueden ser bajas, incluso nulas o negativas coyunturalmente.

Así, al comprar toda o parte de una empresa, esta es valorada por su

capacidad de generar flujo de caja libre a perpetuidad, cortándose esa curva perpetua por el valor arrojado por el EBITDA, multiplicado por un número de veces, determinado por el valor de las empresas similares en el sector o gremio productivo en el que compite la firma.

El sobreprecio es compensado por la menor inversión requerida para crear marca, en la adquisición de activos probados y organizados y en los costos de enganche y entrenamiento de trabajadores de producción, ventas y administración entre otras variables.

Con todo, la estrategia de adquirir empresas resulta ser la más atractiva para los inversores profesionales y empresarios, lo cual explica el auge de adquisición y absorción de unas firmas por otras, esto permite concentrar la propiedad en los mejores frentes de inversión, eliminar competidores y en consecuencia incrementar la productividad, mientras fortalece la posición de dominio en el mercado y otorga, finalmente, el premio gordo, representado en un estable o un mayor margen de contribución unitario, base de la generación de riqueza en las empresas, pues habiendo surgido de restar el costo variable unitario al precio de venta unitario, al ser estable o mayor ese margen, asegura la posibilidad a la empresa de cubrir plenamente sus costos fijos, gasto de intereses, amortización de deudas, pago de impuestos directos, financiación de sus mayores demandas de capital de trabajo para acrecentar ventas, al tiempo que asegura la reconversión o crecimiento de maquinaria y equipo, y posibilita la inversión en nuevos proyectos y los pagos de beneficios a sus dueños.

Sobre esos elementos, es clara la conveniencia de adquirir toda o parte de una empresa en marcha, repotenciándola con recursos financieros aportados por los nuevos socios, eliminando créditos, por lo cual se disminuye el nivel de riesgo, recomponiendo su estructura financiera (participación de aportes y créditos en la financiación total), dejándola en mejor posición de autonomía financiera para evitar sobrecostos y aliviar presiones sobre el flujo de caja operacional ocasionados por niveles de endeudamiento altos, originantes de desembolsos fuertes para cubrir intereses y amortizaciones periódicos.

Fomentar el compromiso de nuevos inversores en la empresa en marcha, previo estudio de factibilidad, puede ser un camino estratégico para evitar la quiebra de empresas locales, la profundización del desempleo y el retraso económico local.

Desde luego, debe advertirse que si bien fortalecer y redireccionar una empresa local en marcha genera las externalidades positivas citadas, estas son menos que las generadas cuando se crea una nueva empresa, pues esto origina mayor crecimiento económico en oposición a la compra de una firma operando, en donde la economía no crece, pues la inversión del comprador se desinvierte por quien vende.

A pesar de esto, ante la realidad de la compra y venta de empresas, y la necesidad presente en algunas de reestructurarse financieramente y reorganizarse en sus metas y gestión, puede ser preferible para un empresario local financiarse con recursos provenientes de aportes de nuevos socios en vez de créditos, garantizando

esto la permanencia de las empresas, cuestión de fondo que debe importarse a los gestores de cada CIEM local en los municipios colombianos o de otras naciones que adopten la estrategia.

Opción 3: emprendedores valoran empresas paradas para reiniciarlas

Los profesores Samuelson y Nordhaus (1999) enseñan que el punto de cierre de una empresa se da cuando debe vender por debajo del costo de producción, entendiéndose de esa verdad que el punto de cierre se deriva cuando una empresa por ineficiencia productiva, por entrada en desuso de sus productos o por necesidades financieras extremas, debe vender por debajo del costo variable unitario. Así entonces, si una empresa se cierra por problemas de liquidez, no atribuible a que debió vender por debajo del costo de producción, esta empresa es rehabilitable, al igual que si ello le ha ocurrido por un problema técnico, superable, que la hiciera ineficiente o por bajas ventas coyunturales.

Ross, Westerfield y Jaffe (2009) dicen que otra razón de quiebra se da por:

La insolvencia basada en el capital, representado por las acciones, ocurre cuando una empresa tiene valor neto negativo, por lo que el valor de los activos es menor que el valor de las deudas (...) la insolvencia basada en flujos ocurre cuando el flujo de efectivo operativo es insuficiente para satisfacer las obligaciones vigentes. La insolvencia basada en flujos se refiere a la incapacidad de pagar las deudas contraídas. (p. 814)

Sin duda, la mayoría de los aspectos por los cuales se cierran las empresas son superables, incluso la entrada en desuso de sus productos en el merca-

do, si es factible emplear o reconvertir sus instalaciones, maquinaria y equipos, para elaborar bienes tangibles o intangibles que sí gozan de aceptación en los mercados nacionales o extranjeros. Los problemas monetarios no deberían causar el cierre de una compañía, pues como dicen Ross *et al.* (2009, p. 815) “normalmente, una crisis financiera no produce la desaparición de la empresa” lo que quizá sea cierto en Estados Unidos de América, pero en naciones como Colombia las crisis financieras, más allá de su origen, ocasionan el cierre de las empresas.

Los emprendedores e inversores agrupados en un colectivo de inversión pueden encontrar importantes ventajas al valorar reiniciar una empresa parada, pues se pueden aprovechar las ventajas dichas de iniciar una nueva empresa y las de fortalecer una en marcha, al tiempo de superar sus desventajas.

Así por ejemplo, si los activos de la firma cerrada aun tienen un significativo valor de uso, esto es, si son susceptibles de ser productivos, ello puede implicar entrar con baja inversión a un posible buen negocio, pudiéndose aun aprovechar la recordación positiva en el mercado de las marcas empleadas por la empresa.

Una firma cerrada puede exigir una inversión inferior a la de una organización nueva, al menos en creación de marca, y a la de una empresa funcionando, en lo relacionado al sobre costo o prima exigido por sus dueños interesados en vender, al valorar su flujo de caja libre a perpetuidad.

Al igual que una empresa que está en funcionamiento, la empresa cerrada

exige cuidado al formular el proyecto de inversión en lo atinente a pleitos jurídicos con los trabajadores, bancos, proveedores y demás agentes con los cuales haya tenido relación comercial, incluida allí por supuesto la administración de impuestos. Adicionalmente, otro flanco débil en este tipo de empresas es valorar la situación real productiva de sus activos y dimensionar la recordación positiva de sus marcas por parte del mercado.

Diagnosticados los distintos aspectos para formular un plan de negocio sólido a partir de una empresa en marcha o cerrada, a nivel del entorno general, el entorno sectorial y las áreas funcionales al interior de la empresa, puede hallarse una relación costo/beneficio positiva a favor de iniciar un emprendimiento a partir de una empresa en operación o incluso una parada.

Reabrir una empresa cerrada puede generar un impacto grande en la psique del colectivo local, por ejemplo, si en Palmira, municipio eje de este estudio, se reabriera, como se ha dicho en algunos círculos, a Industrias Metálicas de Palmira (IMP), ello causaría noticia, se recordaría cómo esta empresa generó empleo y riqueza para sus dueños, la sociedad y la administración de impuestos, impactando en la mente de los palmireños, reafirmando su capacidad de resurgir en lo personal todos los días hacia la productividad generadora de progreso.

Concluyendo este aparte, las tres opciones para hacer emprendimiento empresarial no se contraponen ni son excluyentes una frente a la otra, por el contrario, los productos de crear, repotenciar o reiniciar empresas son

complementarios en el portafolio a ofrecer a las mentes emprendedoras hacedoras de empresa, siendo uniformes en la búsqueda y alcance de dinámica económica y social en las localidades de naciones cuyos habitantes trabajan en función de su desarrollo individual y colectivo.

- **Financiamiento de los costos fijos del programa.** Para los potenciales emprendedores los costos fijos mensuales del CIEM local deben cubrirse fundamentalmente con todas o algunas de estas cuatro alternativas: 1) De los ingresos que obtenga el programa por la venta de sus servicios, materializados en asesorías a emprendedores con proyectos de crear, impulsar o reactivar empresas, 2) De un aporte fijo de las principales entidades comprometidas en la operación del sistema, tales como la alcaldía, la Cámara de Comercio y otras, 3) La entidad participante en el programa ocupada de captar y administrar los fondos de inversión debería contribuir a cubrir los costos fijos de operación, y 4) De la venta de recursos técnicos, como el software para elaborar los análisis de prefactibilidad y estudios de factibilidad para proyectos emprendedores.

- **Producción tradicional o diversificar.** Una localidad puede encontrar el camino hacia el desarrollo integral produciendo bienes, los cuales tradicionalmente ha producido, por contar con ciertas ventajas comparativas fundadas en su dotación natural de factores productivos, o por una cierta ventaja competitiva desarrollada, o en el mejor de los casos por una combinación de dichos aspectos. Igualmente

y por las mismas condiciones, los agentes locales pueden diversificar, pasando a elaborar bienes distintos a aquellos históricamente producidos y ofertados en la localidad.

- **Tipo y categoría de productos en los proyectos.** Michael Porter (1993a) popularizó la noción de establecer en las empresas estas estrategias competitivas: a) Estrategia de bajo costo: productos populares sin diferenciación alguna entre ellos, por lo que se venden a bajo precio; b) Estrategia de diferenciación: productos innovados, inventados o con calidad superior a los de su categoría de competencia, los cuales exigen investigación y desarrollo de productos en mayor nivel y se venden a precios superiores, pues el público percibe el superior desempeño y está dispuesto a pagar por ello; c) Estrategia a la mitad: bienes a mitad de camino entre las dos categorías anteriores, los cuales según Porter (1993b) pierden clientes con los de bajo y alto precio, por lo cual están atrapados a la mitad y terminan perdiendo en los mercados; y d) Estrategia de enfoque: productos de uso especializado para el consumidor final o el mercado intersectorial.

Los investigadores valoran que las empresas locales, auspiciadas con la certificación de un CIEM local, pueden estar dentro de una de esas estrategias competitivas, incluso la estrategia a la mitad, pues las empresas que venden bienes de condición estructural, funcionalidad y calidad intermedia, tienen la ventaja de vender a la creciente clase media y aun a los ricos empeñados en ahorrar y a los pobres en su de-

seo por un disfrute superior, lo cual pone de manifiesto que la posición adoptada por Porter al señalarla como una estrategia perdedora no es necesariamente cierta.

- **Calendario para recibir proyectos de inversión.** Las ideas de inversión se recibirán en toda época del año, respaldando así la noción elemental de que la creatividad es

libre, brota en cualquier momento, sin fechas definidas.

- **Requisitos para planear, organizar, dirigir y controlar en cada proyecto.** La mesa de trabajo respaldó el proceso dado con el Gráfico 2 para hacer perdurables a las empresas que pudiesen impulsar los CIEM en cada localidad.

Gráfico 2. Proceso para planear, organizar, dirigir y controlar las empresas CIEM

Paso 1

JUNTA DIRECTIVA

Toda empresa certificada por el CIEM local debe tener junta directiva, conformada por socios y personas con experiencia empresarial o administrativa, encargada esa junta de planear, organizar, dirigir y controlar el rumbo de cada empresa, haciendo sentir al gerente que tiene un jefe ante quien responder por sus acciones.

Paso 2

APLICACIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN

En todas las áreas funcionales, esto es, en gestión y dirección, mercadeo y ventas, contabilidad y finanzas, talento humano y producción, se aplicarán mediciones cualitativas y cuantitativas para conocer la situación de cada empresa certificada, en un proceso agendado y permanente en el tiempo.

Paso 3

PLAN ESTRATÉGICO A CINCO AÑOS

Se establecerá un modelo de planeación estratégica por períodos de cinco años, los cuales configurarán, año a año, el compromiso de la administración de cada empresa certificada por el CIEM local con su junta directiva y la sociedad local.

Paso 4

AUDITORÍAS OPERACIONALES

Para garantizar transparencia en la dirección, cada empresa certificada deberá contar con una auditoría interna propia y una externa, última esta la cual podrá ser ejercida por la oficina del CIEM local o una firma especializada, mientras la interna será definida por la Junta Directiva. Esto permitirá instalar y mantener conductas administrativas de buen gobierno corporativo.

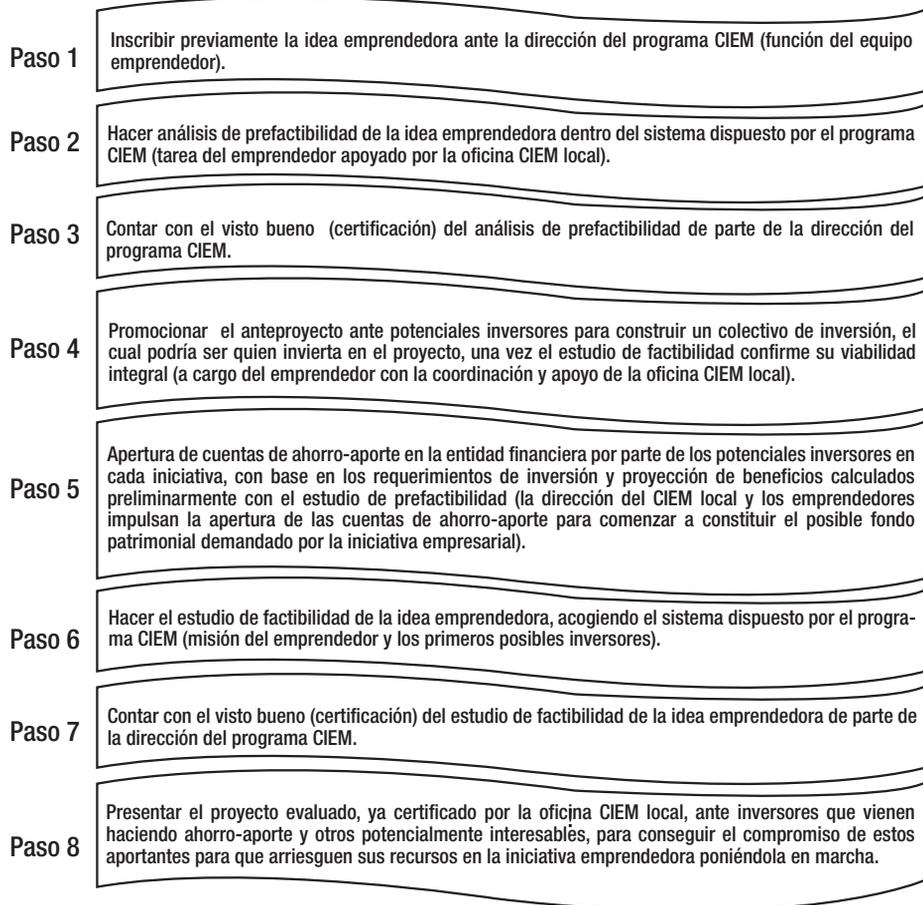
Fuente: Elaboración propia.

- **Protocolo de elegibilidad de un proyecto de inversión.** La mesa de trabajo corroboró como lógico y apropiado el proceso indicado por el equipo investigador para avalar o aceptar una propuesta de inversión, la cual deberá cumplir los pasos para facilitar el respaldo y su puesta en marcha (ver Gráfico 3).

Observación: el protocolo de elegibilidad de los proyectos de inversión muestra en el paso 5 la apertura de cuentas de ahorro-aporte al contarse apenas con el estudio de prefactibilidad, pues se procura generar

compromiso entre emprendedores e inversores con la propuesta de negocio. De esta manera se va consolidando capital para invertir de manera gradual durante el tiempo que se ocupe en hacer el estudio de factibilidad. Esto tiene varios beneficios para el programa: permite la participación de pequeños inversores, incluso trabajadores, quienes hacen su aporte monetario de manera gradual, incentiva la participación de bancos o cooperativas de ahorro, quienes prestan dinero más fácil a clientes que tengan

Gráfico 3. Protocolo de elegibilidad de los proyectos de inversión



relación comercial previa con ellos y permite, finalmente, que emprendedores e inversores trabajen unidos en estructurar y valorar el plan de negocio para decidir finalmente sobre su montaje o no. En caso de no ser viable un proyecto empresarial o un inversor decida finalmente no invertir, el dinero acumulado en la cuenta de ahorro-aporte, con sus rendimientos respectivos, le sería reembolsado a cada persona.

- **Mercadeo y venta de la localidad con la estrategia CIEM.** Para impulsar el desarrollo armónico, esto es, económico y social de las comunidades locales, empleando una propuesta como los CIEM, es preciso reconocer la necesidad de vender en conjunto, en paquete, no solo la estrategia sino a cada localidad donde ella vaya a ser adoptada, haciendo esa venta, entendida como la aceptación y compromiso con el programa, ante los agentes económicos y sociales en estos niveles geográficos: la localidad, la región, la nación y el extranjero.

1.5. Cómo elaborar estudios de factibilidad para proyectos del programa CIEM

Cada propuesta emprendedora será evaluada a través de un software, el cual contiene una guía para hacer el análisis de prefactibilidad y el estu-

dio de factibilidad, como medio para orientar a los emprendedores para hacer el plan de negocio y estimar técnicamente el potencial generador de riqueza de su proyecto.

1.6. El buen gobierno corporativo

La ética, entendida como el proceder con sentido de justicia, con racionalidad, obrando bien para nosotros mismos y los demás (Cuenca, 1996)²⁶ cimienta la confianza, la confianza merecida y honrada, permite disminuir costos de transacción en los negocios, y si socios y empleados en las empresas operan con ética, se estará imponiendo la concepción del buen gobierno corporativo, asumida aquí como pilar para orientar a las empresas auspiciadas en cada localidad por el CIEM local y al CIEM local mismo para ganarse la confianza de emprendedores, inversores y de la comunidad.

Allí justamente apunta el buen gobierno corporativo, a buscar crear normas de conducta explícitas e implícitas creadoras de confianza al interior de las empresas, para conseguir una relación transparente y por tanto más productiva entre socios y su agente, la Junta Directiva y el agente de esta, la Dirección Ejecutiva, y así de la empresa con el Estado en general, comprendidos en esa noción trabajadores, gobierno y toda la sociedad.

26 El concepto ética es complejo, Cuenca (1996, p. 13) dice: “el ser humano es ante todo, racionalidad. Cuando actúa, pretende realizar aquello que conoce como lo mejor para él, lo que coherentemente con sus ideas considera que es defendible ante su conciencia y ante los demás”. Y sigue “el hombre sabe que el bien es racionalmente cognoscible, aunque no siempre lo realice” y remata “la ética es obrar de acuerdo con la razón, con lo que racionalmente consideramos bueno, justo, útil y provechoso”. Para Cortina (1999), autoridad en la materia, ética y moral son vocablos sinónimos en el hablar cotidiano, siendo la moral “un tipo de saber, encaminado a forjar un buen carácter, que ha formado y forma parte de la vida cotidiana de las personas y de los pueblos” y la ética es “filosofía moral, es decir, una reflexión sobre la moral cotidiana hecha por filósofos” y añade “a la ética le importa ante todo averiguar en qué consiste la moral, y para esto tiene que averiguar qué rasgos deben reunir los valores, las normas o los principios para que los llamemos ‘morales’ y no de otro modo” (pp. 41-42).

1.7. Barreras para el programa

Temor y reserva hacia la inversión. Esa percepción, esa actitud, puede resultar más definitiva a la hora de impedir invertir que barreras materiales como carencia de recursos o tiempo disponible de trabajo. Los insondables caprichos del alma humana frenan o impulsan las más imaginativas y mejor concebidas iniciativas materiales y técnicas. Es entonces la voluntad, los principios de pensamiento del colombiano promedio, la principal y mayor barrera a vencer para construir los CIEM.

Escasa cultura del ahorro y participación. Tovar (2008) investigando sobre el ahorro revela:

En Colombia, el ahorro representa alrededor del 20% del PIB, siendo el ahorro privado el principal componente del ahorro total, y a su vez el ahorro de los hogares es el principal componente del ahorro privado (...) con recesión o sin ella, más del 50% de los hogares en Colombia no tiene capacidad de ahorro. (pp. 38-39)

Constituyendo esto una fuerte barrera a una iniciativa que pretende convocar a asalariados. Cabe otro obstáculo más, la tendencia aislacionista, poco participativa apreciada en el colombiano, en especial en procesos de larga duración que implican compartir esfuerzos, concertar decisiones, en una frase, ejecutar trabajo en equipo.

Desde luego éstos y otros problemas colaterales bamboleantes sobre los CIEM, obligan a un diseño rico, agudo en el uso de conocimiento e imaginación en el diseño de la propuesta para conseguir que ésta trascienda a aquellos. Para el caso de la participación, la atención se centrará en enarbolar mecanismos de aproximación e inte-

racción duraderos al interior de cada colectivo creado.

Ante las limitaciones citadas para invertir de parte de los trabajadores, la solución alternativa es invitar a inversores profesionales, individuales o institucionales, tanto nacionales como extranjeros, y por supuesto, a los colombianos residenciados en el exterior.

2. CONCLUSIONES

No se ha llegado, se está apenas por iniciar, es la premisa a partir de la cual se hacen las conclusiones de este estudio. Ello es así porque se está constatando la importancia de las empresas en las sociedades, no la importancia económica, pues ella no es menester refrendarla, sino la social, en términos de exaltar cómo auspiciando empresas locales donde participan los asalariados en calidad de socios, se difunde con mayor celebridad el progreso económico a favor de todos los miembros de la sociedad. Sobre ello, concluye el estudio:

- Se pudo idear un sistema o modelo impulsor de empresas en tres dimensiones: empresa nueva, empresa repotenciada y empresa reiniciada. Esto amplía el espectro de pensamiento emprendedor y aporta a otros programas impulsores de empresa, focalizados en crear nuevas empresas fundamentalmente.
- El programa sienta las bases para unir a emprendedores-oportunidad de negocio-inversores, trilogía indispensable para efectivamente obtener más y mejores empresas en una localidad.
- El programa CIEM permite convertir en sujeto común en las economías emergentes al Trabajador-

Empresario, materializado en el asalariado que invierte mediante el Ahorro-Aporte en empresas, convirtiéndose en doble aportante a la economía, al trabajar en una empresa y ser inversor en otras.

- La investigación hecha para construir la propuesta CIEM hace surgir el interrogante siguiente: ¿cómo podría un equipo emprendedor inversor considerar comprometer recursos en una empresa que requiere ser fortalecida para evitar su cierre o en otra que estando cerrada se valore reabrir? Punto de partida para hacer una nueva investigación, centrada en generar una metodología para valorar empresas en dificultades y empresas cerradas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Álvarez, G. (2010). De la inhibición del cambio y de cómo gestionar el cambio en las organizaciones. *Revista BOD Estrategia*. Recuperado el 17 de mayo de 2010, de <http://www.bodestrategia.com/files/articulos/18.pdf>
2. Angelelli, P.J. y Prats, J. (2005). *Fomento de la actividad emprendedora en América Latina y el Caribe. Sugerencias para la formulación de proyectos*. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado el 4 de septiembre de 2009, de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1442143>
3. Banco Interamericano de Desarrollo – BID. (2006). *Capital semilla para el financiamiento de nuevas empresas. Avances y lecciones aprendidas para América Latina*. Recuperado el 4 de septiembre de 2009, de <http://www.slideshare.net/chbrandt/capital-semilla-para-neapc-en-la>
4. Banco Mundial. (2009). *Informe sobre el desarrollo mundial 2009. Una nueva geografía económica*. Recuperado el 4 de septiembre de 2009, de http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2009/Resources/WDR_OVERVIEW_ES_Web.pdf
5. Collins, C.J. y Porras, I.J. (1995). *Empresas que Perduran*. Bogotá: Norma.
6. Comisión Económica para América Latina – CEPAL. (2008). *Panorama social de América Latina*. Recuperado el 4 de septiembre de 2009, de <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/3/34733/P34733.xml&xsl=/dds/tpl/p9f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xslt>
7. Cortina, A. (1999). *El mundo de los valores. Ética mínima y educación*. Madrid: El Búho.
8. Cuenca, Á. (1996). *Ética Itinerante*. Murcia: Universidad de Murcia.
9. Dini, M. (2006). *Acciones colectivas: generación de confianza y cooperación para la competitividad* (Borrador de documento, mayo de 2006). Recuperado el 4 de septiembre de 2009, de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=899863>
10. Hill, C.W.L. (2001). *Negocios Internacionales*. Madrid: McGraw-Hill.
11. Hill, C.W.L. (2007). *Negocios Internacionales*. Madrid: McGraw-Hill.
12. Kriegel, R. y Patler, L. (1994). *Si no está roto rómpalo*. Bogotá: Norma.
13. Krugman, P. y Obstfeld, M. (1993). *Economía Internacional, Teoría y Política*. España: Addison Wesley.
14. Larousse. (2001). *Diccionario enciclopédico 2001* (7ma ed.). Bogotá: Larousse Colombia.

15. Loossens, R. (2009). *Innovación, Empresarialidad y capital intelectual en PYMES de alto crecimiento*. Washington, DC: Fondo multilateral de inversiones, División de ciencia y tecnología, BID. Recuperado el 4 de septiembre de 2009, de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1887366>
16. López, J. y Ros, G.J. (2005). *Las tesis doctorales. Producción evaluación y defensa*. Madrid: Fragua.
17. Luna, M. y Sáenz, V. (2004). *Macro impacto con micro dinero: 25 años de apoyo a la microempresa*. Washington, DC: BID. Recuperado de http://books.google.com.co/books?id=ztiB60calFOC&printsec=frontcover&dq=macro+impacto+con+micro+dinero.+luna&source=bl&ots=uPPemv63pe&sig=RT5fiRm-mRs6Kf7yLawDQZ1T0rA&hl=es&ei=S8Q9Taz2EoG88gatnMiMCg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CBEQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false
18. Porter, M.E. (1993a). *Estrategia Competitiva*. México: CECSA.
19. Porter, M.E. (1993b). *Ventaja Competitiva*. México: CECSA.
20. Prouvost, B. (1995). *Innovar en la empresa. Las claves del éxito*. México DF: Alfaomega.
21. Ross, S.A., Westerfield, R. y Jaffe, J.F. (2009). *Finanzas Corporativas* (8va ed.). México: McGraw-Hill.
22. Samuelson, P. y Nordhaus, W. (1999). *Economía* (14th ed.). Madrid: McGraw-Hill.
23. Schumpeter, J.A. (1996). *Capitalismo, socialismo y democracia I*. Barcelona: Folio.
24. Tovar, M.J. (2008). Caracterización del ahorro de los hogares en Colombia. *Coyuntura Social*, 38-39, 183-206.
25. Tudor, R. (2001). *La creatividad y la administración del cambio*. México: Oxford University Press.
26. Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial, Arte y ciencia en la creación de empresas* (2da. ed.). Bogotá: Prentice Hall. ☼

PAPEL DE GESTIÓN HUMANA EN EL CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL¹

GREGORIO CALDERÓN HERNÁNDEZ*

Ph. D. en Administración y Dirección de la Empresa, Universidad Pablo de Olavide, España.
Profesor Titular, Universidad Nacional de Colombia, Sede Manizales, Colombia.
Grupo de investigación "Cultura organizacional y gestión humana" (Director), afiliado
a la Universidad Nacional, clasificación A de Colciencias.
gcalderonh@unal.edu.co

CLAUDIA MILENA ÁLVAREZ GIRALDO

Candidata a Doctora en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Pablo de Olavide, España.
Profesora, Universidad de Manizales, Colombia.
Grupo de investigación "Administración" (Director), afiliado a la Universidad de Manizales,
clasificación C de Colciencias.
Grupo de investigación "Cultura organizacional y gestión humana", afiliado a la Universidad Nacional,
clasificación A de Colciencias.
calvarez@umanizales.edu.co, cmalvarezg@unal.edu.co

JULIA CLEMENCIA NARANJO VALENCIA

Ph. D. en Ciencias de la Empresa, Universidad de Murcia, España.
Profesora Asistente, Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales, Colombia.
Grupo de investigación "Cultura organizacional y gestión humana", afiliado a la Universidad Nacional,
clasificación A de Colciencias.
jcnaranjov@unal.edu.co

Fecha de recepción: 18-06-2009

Fecha de corrección: 10-09-2010

Fecha de aceptación: 11-01-2011

RESUMEN

La gestión humana está trascendiendo su papel instrumental para convertirse en apoyo para la competitividad de las organizaciones y uno de los aspectos en que tiene que apoyar a la empresa es en el cumplimiento de su responsabilidad social. La presente investigación apunta a encontrar esa relación desde la perspectiva teórica y a contrastarla en un conjunto de empresas colombianas. Para esto, se realizó una triangulación de métodos cuantitativos y cualitativos con el objetivo de recolectar la información y luego se analizó la validez y confiabilidad de la misma. A continuación, se llevó a cabo un análisis que incluyó técnicas de clúster y técnicas descriptivas y cualitativas, como el análisis de discurso.

1 Esta investigación fue financiada por la Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales. Avances de la misma fueron presentados en el encuentro internacional de investigación en administración "Responsabilidad Social de la administración en el Mundo" (Ascolfa, marzo 2009).

* Autor para correspondencia. Dirigir correspondencia a: Cra 27 No. 64-60, Bloque E- 314. Tel. 8879300 ext. 50415, 50616. Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales.

PALABRAS CLAVE

Gestión humana, recursos humanos, responsabilidad social empresarial, responsividad social.

Clasificación JEL: L21, L29

ABSTRACT

The role of human resource management in the fulfillment of corporate social responsibility

Human resource management is going beyond having a merely instrumental role, to becoming the support of organizational competitiveness. One of the areas in which human resource management must support companies is in fulfilling their social responsibility. This research aims to find evidence of this relationship based on a theoretical perspective and a comparison of a set of Colombian companies. We performed a triangulation of both quantitative and qualitative methods of data collection. We carried out an analysis of the validity and reliability of information, and used cluster techniques to analyze the information, and complemented them with descriptive and qualitative techniques, such as discourse analysis.

KEYWORDS

Human resource management, human resources, corporate social responsibility, social responsiveness.

RESUMO

Papel do gerenciamento de recursos humanos no cumprimento da responsabilidade social empresarial

O gerenciamento de recursos humanos está se movendo para além de seu papel instrumental para converter-se em um apoio para a competitividade organizacional, e um dos aspectos em que a área dos recursos humanos tem que apoiar a empresa é no cumprimento de sua responsabilidade social. Essa pesquisa tem como objetivo encontrar essa relação partindo da perspectiva teórica e compará-la em um conjunto de empresas colombianas. Foi realizada uma triangulação de métodos quantitativos e qualitativos para a recolha de informações; foram realizadas análises de validade e confiabilidade da informação e foram utilizadas técnicas de cluster para a análise, complementadas por técnicas descritivas e técnicas qualitativas como a análise de discurso.

PALAVRAS-CHAVE

Gerenciamento de recursos humanos, recursos humanos, responsabilidade social empresarial, responsabilidade social.

INTRODUCCIÓN

La visión tradicional de gestión humana se corresponde con un área de recursos humanos centrada en labores de tipo instrumental que poco valor agregan a la organización y por ende al logro de los objetivos finales y al desarrollo de la estrategia empresarial.

La evolución hacia una dependencia responsable por la gestión del talento, preocupada por factores estratégicos, ha conllevado a entender la gestión humana como una centrada en la generación de valor y por lo tanto en fuente de ventaja competitiva sostenida para las organizaciones. Esa creación de valor se puede hacer desde cinco dimensiones: proyección organizacional, gobierno de las personas, eficiencia y eficacia, gestión del cambio y apoyo al cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa (Calderón, 2006). En el presente trabajo interesa esta última dimensión.

El artículo pretende encontrar una relación teórica entre la responsabilidad social empresarial (RSE) y la gestión humana, y a partir de ella hallar evidencias en empresas colombianas del papel de esta área en el cumplimiento de la responsabilidad social. La investigación base del trabajo utilizó técnicas cuantitativas complementadas con entrevista a expertos y grupos foco que permitieron analizar mejor lo afirmado por las empresas.

Los resultados indican que si bien puede existir una función de RSE desde la gestión humana, todavía se tiene una mirada reduccionista de su papel e incluso sorprende que, para muchas de las fuentes de la investi-

gación, ésta no sea una actividad que tenga importancia en la dirección de las personas.

El presente artículo se ha estructurado en cinco apartados, primero el contexto de la investigación en el cual se presenta el problema, los objetivos y sus antecedentes; segundo el marco teórico en el que se aborda la concepción de responsabilidad social empresarial que es asumida por la investigación y la gestión humana en relación con el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial; tercero el diseño general de la investigación donde se explicita la metodología desarrollada, la operacionalización de las variables y las pruebas de confiabilidad y validez que se aplicaron a los instrumentos, finalmente en el cuarto apartado se presentan los hallazgos.

I. PROBLEMA Y CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo hace parte de una investigación más amplia que se orientó a establecer el valor agregado de la gestión humana en las organizaciones colombianas, la cual se originó a partir de dos cuestionamientos: ¿cuál es el papel de las áreas de gestión humana? Y ¿cómo hacer para que la acción de gestión humana sea significativa para las empresas? (Calderón, 2008).

Estas preguntas surgieron desde la práctica y la teoría. En la práctica se encontró que las áreas de gestión humana son permanentemente cuestionadas frente a su labor y en algunos casos se ve amenazada su supervivencia al ser consideradas centros de costos que solo aportan productos de tipo administrativo

que no impactan la competitividad organizacional (Beatty y Schneier, 1998; Beer, 1998; Fitz-enz, 1990). En relación con la teoría se hallaron evidencias de que la gestión humana, cuando apunta a generar ventajas competitivas en las empresas y a resolver problemas críticos de las organizaciones (productividad, competitividad, eficiencia, calidad, RSE, etc.), se debe convertir en un centro de inversión que adquiere valor estratégico (Buyens y de Vos, 1999; Ehrlich, 1998; Mohrman y Lawler III, 1998; Pfeffer, 1996).

La revisión bibliográfica detallada en el marco teórico, permitió encontrar sustento para considerar que una forma de agregar valor por parte de la gestión humana es apoyando a la organización en el cumplimiento de la RSE, supuesto que se corroboró en 109 empresas localizadas en Colombia, de las cuales el 39,4% eran del sector industrial, el 19,3% del comercial y el 39,4% restante de servicios (dos empresas no reportaron sector). En cuanto al tamaño, 11,9% de las empresas son pequeñas (menos de 40 trabajadores), 26,6% son medianas (entre 40 y 200 trabajadores) y 61,5% grandes (más de 200 trabajadores).

2. MARCO TEÓRICO

La gestión humana ha evolucionado partiendo desde una perspectiva administrativo-operativa hacia una estratégica preocupada por los problemas críticos de las organizaciones. En ello han influido factores como la globalización que demanda más productividad y competitividad, la flexibilización laboral con reformas en el derecho laboral de los países, el rediseño organizacional que incluye la reducción, la externalización de pro-

cesos e incluso de negocios completos, la fusión o compra, el trabajo en red, el trabajo por procesos y la integración vertical y lateral que se reflejan en diversos tipos de contratos.

Pero hay un factor de especial interés en esta investigación que tiene relación con una reconceptualización de las organizaciones y su responsabilidad social, pues se cuestiona –y al menos parcialmente– se supera la formulación friedmaniana de que la única responsabilidad social de la empresa es la de generar ganancia para el accionista, e incluso se podría ir más allá del planteamiento de la responsabilidad frente a los grupos de interés afectados (*stakeholders*) para llegar a lo que Lozano (1999) denomina *responsividad social* y Gómez y Calvo (2004) denominan actuación social de la empresa como un conjunto de principios que, más allá de la aceptación de la responsabilidad promuevan su actuación permanente y proactiva en sintonía con los intereses y exigencias de la sociedad.

Esta nueva visión de las organizaciones tiene un impacto sobre la concepción que de lo humano se tiene en ellas y por lo tanto va a incidir sobre políticas y sobre prácticas:

Lo que en último término se plantea, por tanto, es que la comprensión de la realidad organizativa (con todas sus potencialidades) en el contexto social, cultural y tecnológico contemporáneo lleva irremediablemente a preguntarse por la calidad humana que hará viable las organizaciones en el futuro, y a preguntarse por el desarrollo en el seno de las organizaciones de todo lo que hace referencia al potencial humano cualitativo. Y esto supone que el sujeto de la empresa han de ser las personas, y no las estructuras ni los

procedimientos ni el dinero (Lozano, 1999, p. 265)

Para comprender esta nueva visión se hace a continuación una revisión de la concepción de RSE y posteriormente de las posibles relaciones teóricas entre RSE y gestión humana.

2.1. La concepción de responsabilidad social empresarial

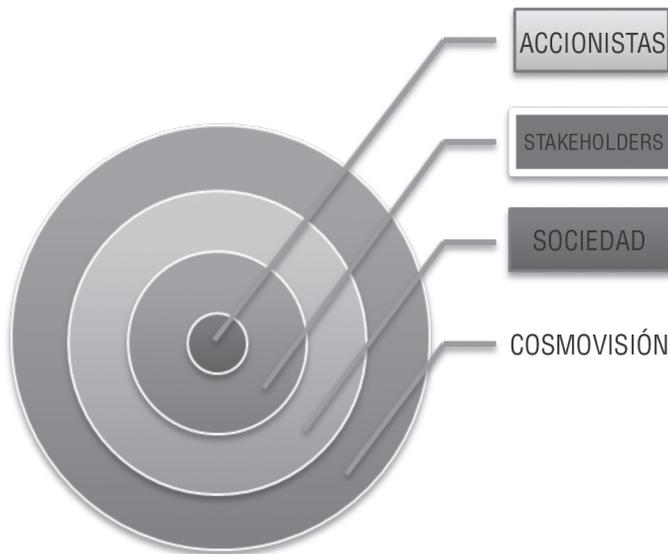
Si bien el concepto de responsabilidad social empresarial no es nuevo, ha tenido cambios significativos en las últimas décadas y se ha llegado a constituir en una nueva forma de gestión y de hacer negocios que permea todas las esferas de la organización. Lee (2008) considera que el concepto ha pasado por una racionalización progresiva ocasionada por dos motivos: en primer lugar el foco de análisis que antes se concentraba en los efectos macrosociales de la RSE

giró hacia el nivel organizacional y en especial a su impacto sobre el desempeño financiero; y en segundo lugar la orientación teórica se movió desde una perspectiva normativa y ética hacia estudios enfocados en el desempeño.

El concepto se ha modificado, tal como puede observarse en el Gráfico 1 en el que se analiza la responsabilidad social desde diferentes perspectivas consideradas a partir de quiénes sean los actores sobre los cuales la empresa adquiere su responsabilidad, planteándolos en círculos concéntricos de manera que cada círculo exterior subsumiría a los interiores.

El primer nivel se corresponde con la visión de Friedman (1970), según la cual la única responsabilidad social de la empresa es la generación de riqueza para el accionista; la empresa

Gráfico 1. Perspectivas de la responsabilidad social



Fuente: Elaboración propia.

es concebida como un proyecto económico regido por la lógica del mercado en el que el empresario se obliga a cumplir las reglas del juego que son las de la libre competencia, sin fraude ni engaño.

En el segundo nivel la responsabilidad se amplía a otros actores además de los accionistas, los denominados stakeholders o grupos de interés, de manera que si bien la empresa continúa siendo un proyecto económico, su responsabilidad se extiende a todos aquellos sobre los cuales o bien se produce algún impacto por efectos de la acción empresarial o bien pueden impactar el logro de los objetivos de la empresa (Freeman, 1984).

Esa comunidad de intereses integra a accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, distribuidores y gobierno, entre otros, y puede estar mediada por normas legales o por el interés mutuo que conlleva que la organización busque el bienestar general por cuanto ello le asegura su supervivencia (Cortina, 2000). Esto tiene su explicación por razones prácticas: “la gestión ambiental proactiva elimina los riesgos innecesarios asociados a posibles acciones regulatorias y legales y mejora la ventaja competitiva de los negocios” (Lee, 2008, p. 55).

El tercer nivel amplía la concepción de responsabilidad hacia la sociedad en general, no por razones de tipo egoísta, sino por un convencimiento de que la empresa debe anticiparse e involucrarse en la solución de problemas sociales, incluso en aquellos sobre los cuales su acción empresarial no haya generado impactos.

Desde esta perspectiva la empresa es un proyecto social que requiere

ser legitimado ante la sociedad, y esto lo hace cuando se preocupa no sólo por los problemas de crecimiento económico y eficiencia en el uso de sus recursos, sino cuando interviene en problemas de salud, educación, empleo, contaminación, cultura, equidad, etc. Sin pretender que la empresa solucione todos los problemas del mundo, la responsabilidad social desde esta visión también debe ser acción:

Parece claro que la responsabilidad social de la empresa no es simplemente una ideología, sino que es la capacidad de la misma para actuar sobre el mundo y, al mismo tiempo, de internalizar en su práctica los cambios que se están operando. (Castells, 2003, p. 56)

Uno de los cambios importantes que se generan cuando se asume esta perspectiva, es la necesidad de integrar factores sociales en la visión estratégica de la organización e involucrar a la empresa en asuntos públicos (Lozano, 1999).

El último nivel (un tanto utópico) correspondería a una visión posmoderna de la organización según la cual esta debe preocuparse no solo por la sociedad como tal sino por la vida y el planeta, ayudando a construir una nueva cosmovisión. Cuestiona en esencia el modelo de desarrollo occidental y considera que la empresa bajo el paradigma capitalista actual no podría responder a una verdadera responsabilidad social, así entendida.

Para efectos de la presente investigación puede afirmarse que no está en discusión la responsabilidad social de las empresas sino la especificación de en qué consiste y cómo se acopla con la finalidad de la gestión orga-

nizacional. Esto implica entender la naturaleza de la RSE la cual, de acuerdo con Alvarado y Schlesinger (2008) sustentados en trabajos previos de Carroll, comprende al menos cuatro dimensiones: la económica, entendida como expectativa de la sociedad alrededor de la eficiencia y la efectividad de las empresas; la legal, según la cual se espera que ese logro económico se haga con arreglo al orden jurídico establecido; la ética, asociada a un concepto deontológico del actuar empresarial; y la filantrópica o la responsabilidad voluntaria de la empresa por causas sociales.

La multidimensionalidad de la RSE fue verificada por Mercado y García (2007) quienes revisaron diversas concepciones sobre el tema y hallaron múltiples componentes, sin embargo, para efectos del presente estudio, se podrían clasificar en componentes internos y externos. En la parte interna dos dimensiones son relativamente comunes en las tipologías consideradas: la dimensión social del trabajo, y la ética y gobernabilidad empresarial; en la parte externa también se identifican dos dimensiones: la preservación del medio ambiente y la vinculación con la comunidad.

Estas cuatro dimensiones serán asumidas en la presente investigación con las siguientes adaptaciones: la dimensión social del trabajo se integra en el concepto *Prácticas responsables de gestión humana* y será en la que más se profundizará; la dimensión ética empresarial se denomina *Política de responsabilidad social y gobernabilidad*; las dimensiones externas a la empresa serán abordadas tangencialmente pues no tienen una relación muy estrecha con la gestión

humana pero como indirectamente también la afectan, se incluye la dimensión medio ambiente bajo la categoría *Impacto sobre el medio ambiente* y la dimensión vinculación con la comunidad se limitará al concepto de *Transparencia y rendición de cuentas*.

2.2. Gestión humana y cumplimiento de la responsabilidad social empresarial

Asumir una posición frente a la responsabilidad social influye sobre diversos aspectos de la gestión organizacional y la gestión de lo humano es uno de los elementos críticos al respecto. Fenwick y Bierema (2008) formulan tres retos que los profesionales de recursos humanos deben considerar en la relación gestión humana – RSE: en primer lugar el área de gestión humana debe familiarizarse con los principios y los impactos de la responsabilidad social en su organización y valorar su papel en el logro de los objetivos que de allí se deriven; en segundo lugar debe ayudar a la empresa a distinguir los grupos de interés considerados primarios en RSE –de los cuales dependen la supervivencia de la empresa– y jugar un rol importante en la formulación de políticas y toma de decisiones que los involucren; en tercer lugar existen cinco acciones que están estrechamente asociadas y que deben ser preocupación de gestión humana: aprendizaje de los empleados, desarrollo organizacional, educación y RSE, a las cuales se agrega el fomento de la seguridad y el respeto por los empleados; esto podría sintetizarse en la aplicación de prácticas responsables de gestión humana. Un breve análisis del papel de

gestión humana en el cumplimiento de la RSE se realiza alrededor de las cuatro categorías que se han asumido en la presente investigación.

Prácticas responsables de gestión humana

La dirección de personas en las organizaciones apunta a mejorar la calidad de vida de sus trabajadores siempre y cuando se desarrollen sobre bases justas de integridad y respeto que propicien el desarrollo humano y profesional en ambientes estimulantes, participativos, creativos y no discriminativos.

De acuerdo con Berg (1999), estas prácticas son de tres tipos: las destinadas a mejorar las competencias (formación y desarrollo); las orientadas a promover la discrecionalidad del trabajador (atracción y retención de talentos, compensación y evaluación apropiados, retroalimentación); y las destinadas a mejorar la participación (motivación, adecuación a la cultura, liderazgo y estilos de dirección).

Interesa entonces constatar qué tanto las organizaciones cumplen con las regulaciones laborales establecidas en las leyes, dado que gestión humana es responsable de garantizar que se cumplan las normatividades que tienen relación con las personas. Esto se operacionaliza en la vigilancia y cumplimiento de las leyes laborales garantizando además protección frente a posibles violaciones a los derechos humanos, la discriminación,

el trabajo infantil y la libertad de asociación (Pacto Global).²

Pero ello no es suficiente. Es necesario comprender los esfuerzos que hacen las empresas para que sus empleados reciban una adecuada formación que los potencie para un mejor desempeño, pero también para la empleabilidad. Determinar en qué medida se preocupan las empresas por mejorar procesos comunicativos, de retroalimentación, motivacionales y de ambiente laboral, y de mejorar la calidad de vida laboral. Por último es perentorio saber qué tanto se hace gestión del talento, esto es, si existen esfuerzos para atraerlo, retenerlo y compensarlo adecuadamente.

Política de responsabilidad social y gobernabilidad

Un aspecto básico es definir qué tipo de organización se quiere ser, esto es, repensar la misión empresarial a partir de lo cual se definirán las políticas de responsabilidad social. Además, debe establecer qué proceso se seguirá para la construcción social de su legitimidad, o sea, anticiparse en gestionar las cuestiones que surjan de la sociedad a raíz de su actuación empresarial sin descuidar los factores de eficiencia y eficacia (propios de la deontología empresarial), y cuestionarse sobre cómo se logrará esa rentabilidad social y su posición frente al posible costo social que ello implique.

El papel de gestión humana también cobra importancia pues deberá parti-

2 El Pacto Global es una red en la cual hacen parte más de cien países, entre ellos Colombia. Es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo la cual promulga un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de los negocios y los mercados. Recuperado de <http://www.pactoglobal-colombia.org/quees.html>

cipar activamente en la construcción del sentido de la responsabilidad social en la organización. Esto implica participar activamente en la formulación y cumplimiento del código ético, la efectividad de las políticas de RSE y el involucramiento del empleado en el desarrollo de dichas políticas.

Impacto sobre el medio ambiente

Si bien el área de gestión humana no parece llamada a responder directamente a otros stakeholders como los accionistas, proveedores o clientes (indirectamente lo hace cuando da cumplimiento a las otras dimensiones), sí se considera pertinente que se preocupe (aunque de esto también deben entenderse otras áreas de la organización) por la protección del medio ambiente, por cuanto impacta sobre la calidad de vida de las personas.

Transparencia y rendición de cuentas

Plantearse la responsabilidad social requiere definir la posición empresarial frente a la transparencia y por lo tanto frente a la rendición de cuentas a la sociedad (*accountability*, en inglés). En lo relacionado con la

transparencia, puede agregar valor en la medida en que crea las condiciones para que dicha transparencia se vuelva efectiva: comunicación a los trabajadores sobre los compromisos de responsabilidad social de la empresa e información oportuna y veraz a todos los grupos de interés en lo relacionado con este tema.

En el Gráfico 2 se sintetizan los ítems por categorías en los cuales se agrega valor en la dimensión de responsabilidad social.

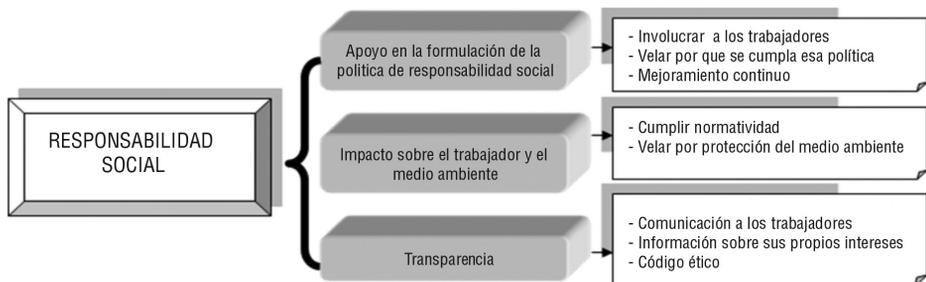
3. DISEÑO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

En el Gráfico 3 se puede apreciar la metodología implementada.

3.1. Población y muestra

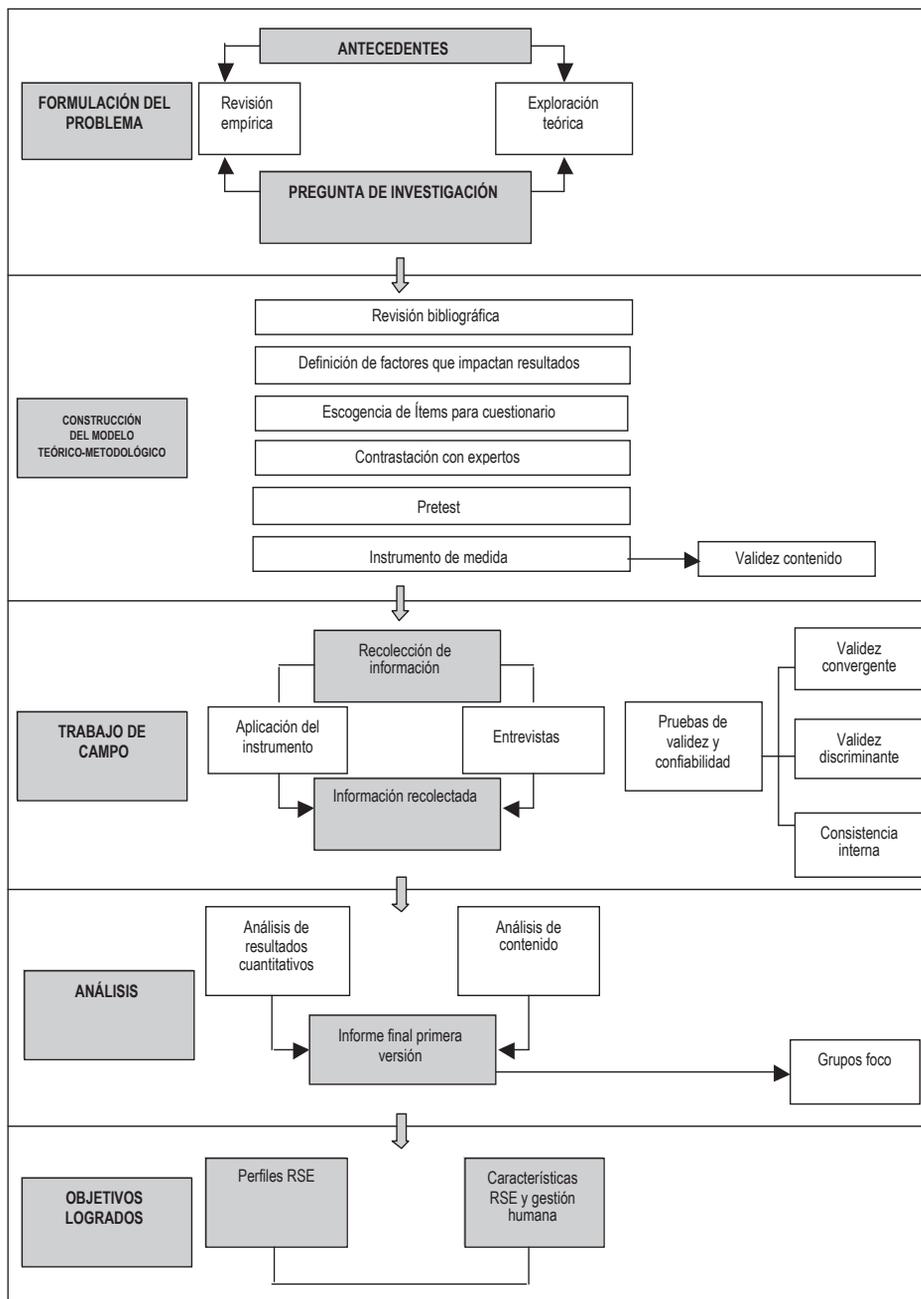
La población seleccionada para realizar el estudio empírico está constituida por las empresas afiliadas a la Asociación Colombiana de Gestión Humana (ACRIP), gremio que integra a 530 empresas de diferentes sectores y tamaños, distribuidas en todo el país con excepción de Antioquia, que cuenta con una asociación propia (Ascort) e independiente de ACRIP. Se escogió esta población por cuanto

Gráfico 2. Valor agregado por gestión humana en la dimensión de responsabilidad social



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3. Diseño del proceso de investigación



Fuente: Elaboración propia.

puede considerarse representativa de la empresa colombiana y por la facilidad de la recolección de información a través de la Asociación.

Las empresas que hicieron parte del estudio se localizan en ocho ciudades³ grandes e intermedias del territorio colombiano y hacen parte de la ACRIP. La muestra está compuesta por empresas de servicios comerciales y de manufactura, sin ser discriminadas por tamaño de empresa (ver Tabla 1). Los cuestionarios fueron enviados a la gerencia general para indagar aspectos sobre la responsabilidad social empresarial. En total se lograron 109 encuestas válidas. La tasa de respuesta obtenida aunque no es alta (20,6%) puede considerarse apropiada si se compara con estudios de otros países, en donde hay menos resistencia de las empresas a responder encuestas. Así se encontró, como ejemplo en temas relacionados con gestión humana, que en España el trabajo de Rodríguez y Ventura (2002) obtuvo una tasa de respuesta del 5,4%; Valle, Martín, Romero y Dolan (2000) lograron un 13%; y en Estados Unidos, Huselid (1995) alcanzó un 28%.

Tabla 1. Caracterización de la muestra por tamaño y sector al que pertenecen

Sector	Tamaño de las empresas		
	Pequeñas	Medianas	Grandes
Servicios	10%	15%	12%
Manufactura	10%	28%	11%
Comercio	3%	9%	4%

Además, según los desarrollos actuales que recomiendan hacer triangula-

ción de fuentes y métodos (Beltrán, 2000), se complementó esta parte cuantitativa con estrategias cualitativas. En primer lugar se efectuó una entrevista a profundidad entre diez expertos con la finalidad de conocer desde su perspectiva el papel de las áreas de gestión humana en relación con la RSE. Se escogieron un dirigente gremial, dos consultores especializados en gestión humana, un responsable del área de personal de una pequeña empresa, tres gerentes de talento humano de empresas grandes nacionales y tres gerentes de talento humano de empresas multinacionales. Para la entrevista se empleó una guía semiestructurada (Anexo 2) que fue grabada y transcrita en su totalidad; para su análisis se aplicó un proceso de categorización propio del análisis cualitativo (Martínez, 1998).

Otra estrategia cualitativa complementaria fue la de los grupos foco, llevados a cabo para discutir las mencionadas relaciones. El primero de ellos se hizo en Bucaramanga en el marco del XIV Congreso Nacional de Gestión Humana en dicha ciudad y se efectuaron otros en Cali y Bogotá.

3.2. Consistencia de la muestra

Para la contrastación empírica se aplicó la encuesta (Anexo 1) por correo con el apoyo de las seccionales de ACRIP en todo el país; el instrumento fue sometido a pruebas de consistencia, validez de contenido y de constructo. Para la consistencia se hizo un ANOVA entre las empresas que respondieron y las que no lo hi-

3 Barranquilla, Bogotá, Cali, Cartagena, Ibagué, Manizales, Neiva y Pereira.

cieron, encontrándose que no se presentan diferencias ($p \text{ valor} \leq 0,001$), es decir, se confirma la inexistencia de sesgo en la muestra. Para la presente investigación se realizaron tres actividades en busca de la validez de contenido: una revisión exhaustiva de la literatura especializada, un juicio de expertos integrado por investigadores del grupo de investigación “Cultura Organizacional y Gestión Humana” de la Universidad Nacional y un pretest en ocho empresas manufactureras de Manizales. Para la validez de constructo se realizó un análisis factorial exploratorio⁴ (ver Tabla 2) con el método de rotación oblicua, en el cual se identificó la existencia de cuatro variables latentes (ver Tabla 3, columna 1) que explican

el 69,14% de la varianza total de los ítems estudiados. Así mismo se halló el Alpha de Cronbach para el instrumento ($\alpha=0,932$) identificándose que son fiables las escalas de medida utilizadas, lo que constata la escala multidimensional de responsabilidad social empresarial.

4. HALLAZGOS

4.1. Descripción de resultados

En general el valor agregado por gestión humana en RSE es evidente, pero su comportamiento es diferenciado. Se encontró que el de mayor impacto sobre el medio ambiente y el de menor puntuación promedio fueron la formulación de la política y la gobernabilidad (ver Tabla 3).

Tabla 2. Matriz de configuración de los componentes

Ítems observados	Variables latentes			
	1	2	3	4
ítem 1	0,4629	0,3265	0,2728	-0,1178
ítem 2	0,6288	0,4513	-0,2600	0,1705
ítem 3	0,2394	0,1271	-0,0952	0,7648
ítem 4	0,1377	-0,2633	0,1198	0,8068
ítem 5	0,5638	-0,1025	0,4486	0,0412
ítem 6	0,6019	-0,3490	0,3902	0,0557
ítem 7	0,6445	-0,1062	0,1327	0,2483
ítem 8	0,7618	0,1633	0,0994	0,0629
ítem 9	0,7281	0,1596	-0,0458	0,1630
ítem 10	0,8086	-0,1059	0,1019	0,0720
ítem 11	0,0999	0,0267	0,6820	0,1726
ítem 12	0,0562	-0,0208	0,8174	0,0473
ítem 13	0,0540	0,1610	0,7699	0,0812
ítem 14	-0,0623	0,7851	0,0839	-0,0219
ítem 15	-0,2583	0,3761	0,3145	0,5572
ítem 16	0,0994	0,4936	0,4207	0,0132
ítem 17	0,2037	0,5843	-0,0254	0,1596
ítem 18	0,4502	0,2902	0,2917	0,0466

Nota. La descripción de cada ítem se encuentra en el Anexo 1.

⁴ Para la identificación de bondad del análisis factorial se realizó el test de *Bartlett* ($p \text{ valor} \leq 0,001$), la matriz de correlaciones ($\rho \leq 0,30$) y la matriz anti-imagen ($\rho \leq 0,30$). Además, se halló el determinante de la matriz de correlaciones ($d=0,00$) lo cual identifica que las variables latentes halladas son consistentes y explican la varianza de los ítems observados.

Tabla 3. Descriptivos de las categorías propuestas

Variables latentes	Ítems	Media	Desviación estándar
Prácticas responsables de gestión humana (3,84)	ítem 1	4,00	(0,772)
	ítem 2	3,93	(0,959)
	ítem 3	3,68	(1,078)
	ítem 4	3,21	(1,242)
	ítem 5	3,84	(0,904)
	ítem 6	3,81	(0,841)
	ítem 7	3,64	(1,016)
	ítem 8	3,87	(0,943)
	ítem 9	3,80	(0,926)
	ítem 10	3,83	(0,860)
Política de responsabilidad social y gobernabilidad (3,75)	ítem 12	3,25	(1,074)
	ítem 13	3,50	(1,005)
	ítem 15	4,07	(0,929)
	ítem 18	4,13	(0,806)
Impacto sobre el medio ambiente (3,96)	ítem 16	3,96	(0,965)
Transparencia y rendición de cuentas (3,88)	ítem 11	3,53	(0,994)
	ítem 17	4,18	(0,860)

Nota. La descripción de cada ítem se encuentra en el Anexo 1.

Se observa que el aspecto más valorado por las empresas estudiadas es el de velar por el cumplimiento de todas las regulaciones relacionadas con los trabajadores (ítem 14), seguido por el de velar por la transparencia de la información que es suministrada a todos los grupos de interés de la empresa (ítem 17) y de fomentar compromisos de mejoramiento continuo de la organización (ítem 18). Sin embargo, cabe resaltar que todavía se perciben unos factores que son críticos para estas organizaciones por su bajo desarrollo, como el diseño de sistemas de compensación basados en el desempeño (ítem 4) y el no involucramiento de los trabajadores en el desarrollo y revisión de las políticas y procedimientos de responsabilidad social (ítem 12).

4.2. Perfil de las empresas en RSE

Para encontrar posibles perfiles empresariales en relación con la RSE se llevó a cabo un análisis de clúster (o conglomerados k means), cuyo mejor resultado arrojó dos agrupaciones: el primer grupo (clúster uno) está compuesto por 32 empresas caracterizadas por tener baja ponderación en la mayoría de los ítems de RSE, por tanto se denomina clúster de baja implementación de la responsabilidad social empresarial; y el segundo (clúster dos), con 48 empresas, se caracteriza por tener una alta ponderación en todos los ítems de RSE, por tanto, se denomina clúster de alta implementación de la RSE (ver Gráfico 4). Los resultados son significativos ($p \leq 0,05$), como se puede observar en la Tabla 4.

Gráfico 4. Análisis clúster

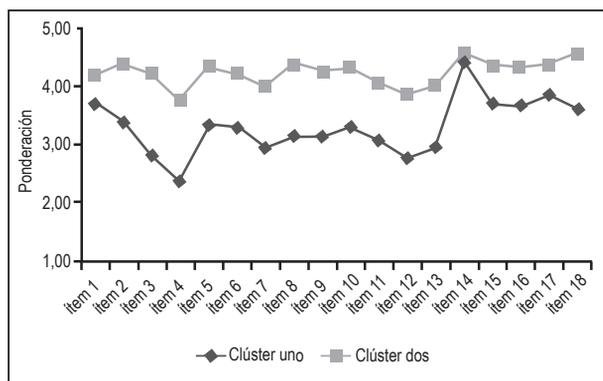


Tabla 4. Análisis de varianza ANOVA entre los ítems y los conglomerados identificados

Ítems		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Ítem 1	Inter-grupos	5,633	1	5,633	12,429	0,001
	Intra-grupos	35,354	78	0,000	0,000	
Ítem 2	Inter-grupos	19,200	1	19,200	32,034	0,000
	Intra-grupos	46,750	78	0,001	0,000	
Ítem 3	Inter-grupos	38,533	1	38,533	58,527	0,000
	Intra-grupos	51,354	78	0,001	0,000	
Ítem 4	Inter-grupos	39,102	1	39,102	38,269	0,000
	Intra-grupos	79,698	78	1,022	0,000	
Ítem 5	Inter-grupos	20,008	1	20,008	43,910	0,000
	Intra-grupos	35,542	78	0,000	0,000	
Ítem 6	Inter-grupos	16,502	1	16,502	31,872	0,000
	Intra-grupos	40,385	78	0,001	0,000	
Ítem 7	Inter-grupos	21,675	1	21,675	30,258	0,000
	Intra-grupos	55,875	78	0,001	0,000	
Ítem 8	Inter-grupos	30,000	1	30,000	63,673	0,000
	Intra-grupos	36,750	78	0,000	0,000	
Ítem 9	Inter-grupos	24,300	1	24,300	46,800	0,000
	Intra-grupos	40,500	78	0,001	0,000	
Ítem 10	Inter-grupos	20,419	1	20,419	45,791	0,000
	Intra-grupos	34,781	78	0,000	0,000	
Ítem 11	Inter-grupos	19,200	1	19,200	30,759	0,000
	Intra-grupos	48,688	78	0,001	0,000	
Ítem 12	Inter-grupos	22,102	1	22,102	30,009	0,000
	Intra-grupos	57,448	78	0,001	0,000	
Ítem 13	Inter-grupos	21,675	1	21,675	35,314	0,000
	Intra-grupos	47,875	78	0,001	0,000	
Ítem 14	Inter-grupos	0,000	1	0,000	1,029	0,314
	Intra-grupos	35,531	78	0,000	0,000	
Ítem 15	Inter-grupos	9,075	1	9,075	13,078	0,001
	Intra-grupos	54,125	78	0,001	0,000	
Ítem 16	Inter-grupos	8,269	1	8,269	11,211	0,001
	Intra-grupos	57,531	78	0,001	0,000	
Ítem 17	Inter-grupos	5,002	1	5,002	7,068	0,010
	Intra-grupos	55,198	78	0,001	0,000	
Ítem 18	Inter-grupos	16,133	1	16,133	35,531	0,000
	Intra-grupos	35,417	78	0,000	0,000	

A partir de un análisis descriptivo de los clústeres (ver Tabla 5), se identificó que estos se diferencian claramente en todos y cada uno de los ítems estudiados. El primer clúster refleja la existencia de empresas con baja puntuación en RSE, en especial en las dimensiones de prácticas responsables de gestión humana (3,24) y políticas de responsabilidad social y gobernabilidad (3,26). En esta segunda dimensión únicamente se encontró evidencia de una alta valoración en cuanto al cumplimiento de todas las regulaciones colombianas relacionadas con los trabajadores, a este clúster se le ha denominado *Perfil de Mediana Responsabilidad Social*. Es de anotar que el 40% de las empresas se ubican bajo este perfil.

El segundo clúster, por el contrario, se caracteriza por estar conformado

por empresas con alta puntuación (superiores a 4,0) en cada dimensión, valorando de manera muy alta el impacto sobre el medio ambiente (4,31) seguido por prácticas responsables de gestión humana (4,24). Igual que en el primer clúster, el aspecto más valorado por estas empresas fue el cumplimiento de las regulaciones; a este clúster se le ha identificado como *Perfil de Alta Responsabilidad Social*.

Adicionalmente, por medio de un análisis de varianza ANOVA (ver Tabla 6) y una prueba post hoc DMS (ver Tabla 7) se identificó si existían diferencias estadísticamente significativas entre las escalas de medida de responsabilidad social y los sectores estudiados, evidenciándose que las empresas industriales presentan diferencias significativas ($p \text{ valor} \leq 0,05$)

Tabla 5. Análisis descriptivo por clúster

Ítems	Clúster uno		Clúster dos	
	Media	s.d.	Media	s.d.
Prácticas responsables de gestión humana	3,24	(0,466)	4,24	(0,425)
Políticas de responsabilidad social y gobernabilidad	3,26	(0,594)	4,19	(0,539)
Impacto sobre el medio ambiente	3,66	(1,004)	4,31	(0,748)
Transparencia y rendición de cuentas	3,45	(0,688)	4,21	(0,582)

Nota. Desviación estándar representada por s.d.

Tabla 6. Análisis de varianza ANOVA entre dimensiones y sectores

Ítems		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Prácticas responsables de gestión humana	Inter-grupos	3,638	3	1,213	3,023	0,034
	Intra-grupos	34,098	85	0,401		
Políticas de responsabilidad social y gobernabilidad	Inter-grupos	4,022	3	1,341	2,492	0,065
	Intra-grupos	50,040	93	0,538		
Impacto sobre el medio ambiente	Inter-grupos	6,175	3	2,058	2,295	0,082
	Intra-grupos	89,671	100	0,897		
Transparencia y rendición de cuentas	Inter-grupos	0,001	3	0,306	0,579	0,630
	Intra-grupos	52,315	99	0,528		

Tabla 7. Prueba post-hoc DMS entre dimensiones y sectores

Ítems	(I) Sector al que pertenece	(J) Sector al que pertenece	Diferencia de medias (I-J)	Significancia
Políticas de responsabilidad social y gobernabilidad	Industrial	Comercial	-0,121	0,555
		Servicios	0,365	0,033 *
	Comercial	Industrial	0,121	0,555
		Servicios	0,487	0,021 *
	Servicios	Industrial	-0,365	0,033 *
		Comercial	-0,487	0,021 *
Impacto sobre el medio ambiente	Industrial	Comercial	0,150	0,564
		Servicios	0,436	0,040 *
	Comercial	Industrial	-0,150	0,564
		Servicios	0,286	0,269
	Servicios	Industrial	-0,436	0,040 *
		Comercial	-0,286	0,269
Transparencia y rendición de cuentas	Industrial	Comercial	0,154	0,454
		Servicios	0,202	0,208
	Comercial	Industrial	-0,154	0,454
		Servicios	0,048	0,817
	Servicios	Industrial	-0,202	0,208
		Comercial	-0,048	0,817

Nota: La dimensión de prácticas responsables de gestión humana se excluye de la prueba dado que uno de los subgrupos no presenta el número mínimo de observaciones.

* Nivel de significancia del 0,05.

con las empresas del sector servicios ($p \text{ valor} \leq 0,05$) en la implementación de políticas de responsabilidad social y gobernabilidad e impacto sobre el medio ambiente; además las empresas comerciales presentan diferencias significativas con las empresas del sector servicios ($p \text{ valor} \leq 0,05$) en la implementación de políticas de responsabilidad social.

También se identificó si existían diferencias estadísticamente significativas entre las escalas de medida de responsabilidad social y el sector de la empresa (ver Tabla 6), resultados de los que no se encontró evidencia para identificar relaciones entre la implementación de la responsabi-

dad social y el sector al que pertenece la empresa ($p \text{ valor} \geq 0,05$). Aún así se identificó parcialmente que la implementación de la responsabilidad social está relacionada con rasgos generales de la empresa, en este caso con el tamaño al cual pertenece la empresa (ver Tabla 8).

4.3. Caracterización de los hallazgos

Los resultados muestran que la RSE contribuye ampliamente al valor agregado de la gestión humana (ver Tabla 6 y Gráfico 5), sin embargo, este resultado debe analizarse con cuidado si se tiene en cuenta que el aspecto mejor calificado por los

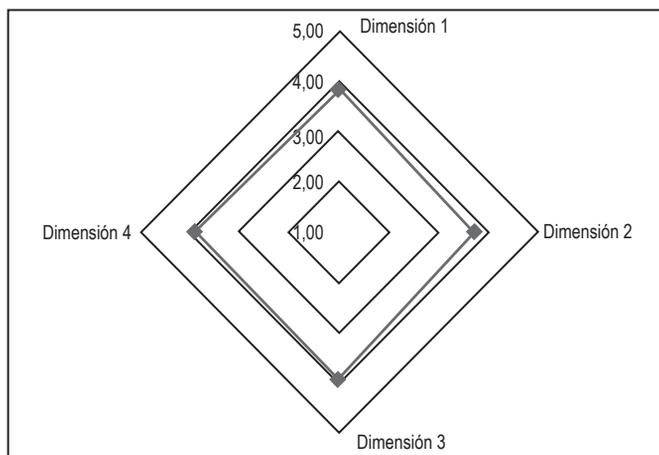
Tabla 8. Análisis de varianza ANOVA entre dimensiones y tamaño

Ítems		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Prácticas responsables de gestión humana	Inter-grupos	0,141	2	0,070	0,160	0,850
	Intra-grupos	37,205	83	0,448		
Políticas de responsabilidad social y gobernabilidad	Inter-grupos	0,040	2	0,020	0,040	0,970
	Intra-grupos	51,864	91	0,570		
Impacto sobre el medio ambiente	Inter-grupos	1,677	2	0,838	0,890	0,410
	Intra-grupos	91,967	98	0,938		
Transparencia y rendición de cuentas	Inter-grupos	0,066	2	0,033	0,060	0,940
	Intra-grupos	51,474	97	0,531		

gerentes de gestión humana y que sesga el promedio de la dimensión, hace referencia al cumplimiento de las regulaciones colombianas, lo que le da una mirada reduccionista a la concepción de responsabilidad social empresarial. A lo anterior se debe agregar que el 4,8% de la población

estudiada no respondió las preguntas por cuanto consideraban que no aplicaban al campo de la gestión humana. Uno de los factores más críticos fue el de la participación de los trabajadores en el desarrollo y revisión de las políticas y procedimientos de responsabilidad social.

Gráfico 5. Valor agregado promedio por las diferentes dimensiones de responsabilidad social



Ítems		media	s.d.
Dimensión 1	Prácticas responsables de gestión humana	3,84	0,65
Dimensión 2	Políticas de responsabilidad social y gobernabilidad	3,75	0,75
Dimensión 3	Impacto sobre el medio ambiente	3,96	0,96
Dimensión 4	Transparencia y rendición de cuentas	3,88	0,72

Un aspecto importante por considerar son las contradicciones entre lo arrojado por las encuestas y lo expresado en los talleres y las entrevistas. Algunos consideran que gestión humana no debería involucrarse en esta temática, pues le corresponde más a la cúpula de la organización y podría generar distracción de los problemas centrales de gestión humana:

Si bien no estamos haciendo la tarea completa en nuestro tema más fuerte que es el desarrollo, el cambio, el crecimiento de la organización, nos metemos en otro tema en el cual vamos a estar todavía más débiles (...) y yo pienso que además la estructura misma de las áreas de recursos humanos no da para eso. (E8)⁵

Por otro lado, otros encuestados consideran que aunque la gestión humana tiene un papel en la responsabilidad social de la empresa, la reducen a aspectos de filantropía empresarial y a obras sociales (E5) o la limitan al cumplimiento de la legislación o a la responsabilidad con las familias de los trabajadores: “pero ya mirando la responsabilidad externa, es decir, la responsabilidad de la empresa con la sociedad, no se percibe que sea parte del rol de gestión humana” (T2), o no se tiene claro en qué consiste el valor agregado por parte del área “falta de habilidad para cumplir esta función (...) o no sabemos cuál es el beneficio que se le vendería a la gerencia en las actividades de responsabilidad social” (T1).

5. DISCUSIÓN

Este trabajo evaluó el papel de la gestión humana en el cumplimiento

de la responsabilidad social empresarial. Estudios como el de Fenwick y Bierema (2008) concluyen que en general las empresas se focalizan más en actividades externas que les den visibilidad, que en operaciones internas. Por esto, en este trabajo se han querido integrar tanto los aspectos internos como los externos que permitan una mejor comprensión del fenómeno. De esta manera se asume la responsabilidad social empresarial desde cuatro dimensiones, dos con un carácter más interno: prácticas responsables de gestión humana, políticas de responsabilidad social y gobernabilidad; y las dos restantes, con un carácter más externo: impacto sobre el medio ambiente y transparencia y rendición de cuentas.

En términos generales, se observa que si bien es evidente el desarrollo por parte de las empresas en cada una de las cuatro dimensiones, el énfasis de las organizaciones desde la perspectiva de gestión humana se concentra en la dimensión de prácticas responsables de gestión humana, en concreto en la valoración de todo lo concerniente al cumplimiento de la regulación colombiana y en la forma como gestiona eficientemente la selección, retención, desvinculación y formación de sus colaboradores. Sólo un aspecto, el diseño de sistemas de compensación basados en el desempeño, se presenta como debilidad dentro de esta dimensión.

Sin embargo, la visión de la responsabilidad social se queda corta cuando se indaga por otros aspectos que hacen parte de ella, por ejemplo,

5 Por razones de confidencialidad se identifican los entrevistados con la letra E y el número de entrevista y los grupos foco con la letra T. Los resultados pueden ser obtenidos por consulta a los autores.

aspectos de la dimensión política de responsabilidad social; en concreto, se evidencian como aspectos débiles el bajo involucramiento de las personas en el desarrollo y revisión de las políticas y procedimientos de responsabilidad social y el hecho de que los empleados se preocupen por la oportunidad y efectividad de la responsabilidad social en la empresa. Así mismo, falta desarrollo de aspectos referidos a la rendición de cuentas, como el diseño y apropiación de sistemas de comunicación sobre compromisos de responsabilidad social.

De igual forma, a partir del análisis de clúster, también se pone de manifiesto que el nivel de desarrollo de las empresas en cuanto a responsabilidad social es diferente, en la medida en que se encontraron dos grupos bien diferenciados, uno con un nivel alto de desarrollo y otro con un nivel medio.

Resulta sorprendente, por decir lo menos, que empresas con grandes desarrollos en aspectos de gestión humana y expertos que hablan con reconocida solvencia de temas como el cambio, lo estratégico y lo humano en sus áreas de trabajo, cuando se les indaga sobre responsabilidad social y gestión humana ofrecen unas perspectivas reduccionistas sobre el tema, limitándose a aspectos legales, de seguridad industrial, bienestar laboral o contaminación ambiental.

Podría afirmarse que, en general, se está muy distante de una concepción integral de responsabilidad social y del valor que pueda agregar gestión humana en este aspecto:

Creo que estamos absolutamente lejos siquiera de la comprensión del tema,

se ha mirado primero muy instrumentalmente desde los enfoques de balance social, pero cuando uno toca algunos aspectos como el respeto por los derechos humanos al interior de la organización, los temas de libertad de asociación, los tratados internacionales con relación al trabajo o, en un tema más local, cómo se vive el desarrollo de competencias ciudadanas al interior de su compañía, el empresario se tapa los oídos o cuando menos se pregunta ¿yo qué tengo que ver con eso? (E6)

El papel reactivo que se observa en el área de gestión humana en relación con responsabilidad social podría ser explicable si se analizan los avances en este campo en el país (Colombia), a partir de investigaciones previas. El tema surge por la preocupación moral de corte católico de muchos de los empresarios de comienzos del siglo pasado, lo cual le dio en sus orígenes un tinte claramente de filantropía empresarial, que se reforzó con la creación de fundaciones a mitad de siglo como consecuencia de las enseñanzas de Drucker en la Universidad del Valle en los años cincuenta (Agüero, 2002).

Aunque el manejo de la responsabilidad social empresarial en Colombia inicia con las pymes porque la mayoría de la comunidad empresarial está compuesta por este tipo de empresas (Currea, 2004), se ha desplazado hacia corporaciones y fundaciones que las mismas empresas han creado, lo que ha conllevado algunas consecuencias. Primero, al presentarse crisis económicas o financieras, las decisiones se adoptan de manera muy cercana a los intereses de los dueños restando atención a los intereses de los grupos que ya se han

creado fuera de ellas; segundo, las fundaciones compiten con las ONG por fondos internacionales, lo cual genera una tendencia de sustituir por fondos externos lo que podría haberse financiado por las propias fundaciones; tercero, la legislación colombiana carece de claridad frente al tema del financiamiento político, lo que lleva a las fundaciones a comprometerse en el financiamiento partidario; y cuarto, la filantropía de las fundaciones y la RSE propia de las organizaciones que las crean generalmente no son equiparadas, de forma que la RSE de estas se ciñe a las actividades obligadas por ley, dejando las actividades que trascienden las obligaciones legales exclusivamente para las fundaciones (Agüero, 2002).

Si bien Rodríguez (2001) encontró que la ética no es materia de interés en el comportamiento organizacional colombiano, los resultados de las empresas socialmente responsables se reflejan en los balances: en 1999 la Revista *Semana* publicó un informe especial sobre responsabilidad social en Colombia, del cual se concluyó que las empresas colombianas más admiradas y reconocidas por su labor social obtuvieron resultados financieros cinco veces mayores al promedio de las 300 más grandes (Fernández, 1999). Posteriormente, en un estudio de la Pricewaterhousecoopers (2002) se encontró que las organizaciones que consideran la responsabilidad social simplemente como un asunto de relaciones públicas (60% de la muestra) presentaron los márgenes de utilidad más bajos. De lo anterior se puede concluir que, aun cuando el desarrollo de actividades relacionadas con la responsabilidad social

empresarial se ha venido dando desde principios del siglo pasado, solo recientemente se ha asumido como parte del giro normal de los negocios de las empresas y en general se continúa concibiendo como una forma de ganar legitimidad o de cumplir con una obligación moral de tipo religioso.

Contrasta esta conclusión con las tendencias modernas de gestión humana. Según estudios del Boston Consulting Group –BCG (2008, p. 123),

La agenda de recursos humanos para el 2015 en Colombia apuntará a cuatro aspectos críticos: la gerencia del talento, la gestión de la diversidad, la gerencia de la globalización y la *gestión de la responsabilidad social corporativa* que, entre otras cosas, es catalogada como de bajas capacidades actuales en la empresa nacional.

Así mismo el Instituto Saratoga (Pricewaterhousecoopers, 2008), planteó entre las tendencias claves de gestión humana, diversos aspectos relacionados con la RSE:

Ligada a la tendencia de la función de RH de volverse más confiable en medir el valor que agrega al negocio está la necesidad de manejar la reputación con sus grupos de interés (...) deben ser evaluadas las políticas de balance entre la vida laboral y personal (...) La necesidad de más transparencia en el reporte corporativo ha surgido como un asunto de gran importancia en los negocios (...) En un ambiente comercial que busca talentos, la discriminación de cualquier índole diferente a la capacidad debe ser desafiada. (p. 52)

En el presente trabajo se reconoce la limitación que implica el abordaje metodológico que se utilizó en el estudio, de manera que surge como inquietud la necesidad de desarrollar

nuevos trabajos que permitan brindar explicaciones frente a las situaciones y características halladas, realizar estudios que permitan contrastar la visión gerencial con la visión del empleado frente al cumplimiento de la responsabilidad social, el papel que desempeñan la gestión de lo humano en la construcción de tejido social, el aporte a la generación de capital social, el impacto que puede tener el cumplimiento de la responsabilidad social sobre los resultados y la competitividad de la empresa, entre otros, abordajes que no eran objetivo de la presente investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Agüero, F. (2002). *La responsabilidad social empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú*. Escuela de Estudios Internacionales (working paper, Universidad de Miami). Recuperado de http://redpuentes.org/index.php?option=com_content&task=view&id=491&Itemid=1
2. Alvarado, A. y Schlesinger, M.W. (2008). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37-59. Recuperado de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/1799/1/2dimensionalidad_RSE.pdf
3. Beatty, R.W. y Schneier, C.E. (1998). El nuevo papel de los RH para influir sobre el funcionamiento organizativo: de «socios» a «intérpretes». En D. Ulrich, M. Losey y G. Lake (Eds.), *El futuro de la dirección de recursos humanos* (pp. 82-96). Barcelona: Gestión 2000.
4. Beer, M. (1998). La transformación de la función de los RH: eliminar la tensión entre un papel administrativo tradicional y un nuevo papel estratégico. En D. Ulrich, M. Losey y G. Lake (Eds.), *El futuro de la dirección de recursos humanos* (pp. 97-108). Barcelona: Gestión 2000.
5. Beltrán, M. (2000). Cinco vías de acceso a la realidad social. En M. García, J. Ibáñez y F. Alvira (Comp.), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (3ra ed., pp. 189-222). Madrid: Alianza Editorial.
6. Berg, P.O. (1999). The effects of high performance work practices on job satisfaction in the United States steel industry. *Industrial Relations*, 54(1), 111-133.
7. Boston Consulting Group –BCG. (2008). *Creating people advantage. How to address HR challenges worldwide through 2015*. Boston, MA: Autores.
8. Buyens, D. y de Vos, A. (1999). The added value of the HR department. En C. Brewster y H. Harris (Eds.), *International HRM. Contemporary issues in Europe* (pp. 31-47). Londres y New York: Routledge.
9. Calderón, G. (2006). La gestión humana y sus aportes a las organizaciones colombianas. *Cuadernos de Administración*, 19(32), 9 – 56.
10. Calderón, G. (2008). *Aproximación a un modelo de Gestión Humana que agregue valor a la empresa colombiana*. Bogotá: Unibiblos.
11. Castells, M. (2003). Más allá de la caridad: responsabilidad social en interés de la empresa en la nueva economía. En A. Cortina (Ed.), *Construir confianza* (pp. 55 - 73). Madrid: Trotta.

12. Cortina, A. (2000). *Ética de la empresa* (5ta ed.). Madrid: Trotta.
13. Currea, N. (2004). Programas Integrales de Ética en Pequeñas y Medianas Empresas, Colombia. *Revista Futuros*, 2(6). Recuperado de http://www.revistafuturos.info/futuros_6/etica_colombia_1.htm
14. Ehrlich, C. (1998). La gestión de los RR.HH.: una función distinta para un mundo diferente. En D. Ulrich, M.R. Losey y G. Lake (Eds.), *El futuro de la dirección de recursos humanos* (pp. 181-188). Barcelona: Gestión 2000.
15. Fenwick, T. y Bierema, L. (2008). Corporate social responsibility: issues for human resource development professionals. *International Journal of Training and Development*, 12(1), 24-35.
16. Fernández, A. (1999, 24 de mayo). A meter el hombro. *Revista Semana*, 890, p. 62.
17. Fitz-enz, J. (1990). *El valor añadido por la dirección de RH: una nueva estrategia para los 90*. Bilbao: Deusto.
18. Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management. A stakeholder Approach*. Boston, MA: Pitman.
19. Friedman, M. (1970, 13 September). A Friedman doctrine: The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*. Reprinted in T. Donaldson, T. and P. Werhane. (1983), *Ethical Issues in Business: a Philosophical Approach* (2da ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
20. Gómez, M. y Calvo, A.P. (2004). Globalización, desarrollo sostenible y empresa: virando hacia la responsabilidad social. *Revista Lúmina*, 5, 209-236.
21. Huselid, M.A. (1995). The impact of Human Resource Management Practices on Turnover, Productivity, and Corporate Financial Performance. *Academy of Management Journal*, 38(3), 635-672.
22. Lee, M.D. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53-73.
23. Lozano, J.M. (1999). *Ética y Empresa*. Bogotá: Trotta.
24. Martínez, M. (1998). *La Investigación cualitativa etnográfica en educación*. Bogotá: Círculo de Lectura Alternativa.
25. Mercado, P. y García, P. (2007). La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio. *Estudios Gerenciales*, 23(102), 119-135. Recuperado de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/1082/1/Responsabilidad_social_empresas_valle_Toluca.pdf
26. Mohrmam, S.A. y Lawler III, E.E. (1998). Transformar la función de los RH. En D. Ulrich, M.R. Losey y G. Lake (Eds.), *El Futuro de la Dirección de Recursos Humanos* (pp. 260-268). Barcelona: Gestión 2000.
27. Pfeffer, J. (1996). *Ventaja competitiva a través de la gente: cómo desencadenar el poder de la fuerza de trabajo*. México: CECSA.
28. Pricewaterhousecoopers. (2002). *Global Human Capital Survey. Informe de Avance para Colombia: mejores prácticas RH-2002*. Bogotá: Autores.
29. Pricewaterhousecoopers. (2008). *Gestión del talento humano en*

- un mundo cambiante. Tendencias claves en gestión humana, una perspectiva global – 2008.* New York, NY: Autores.
30. Rodríguez, J. y Ventura, J. (2002). Tipos de estrategias y sistemas de gestión de recursos humanos: un análisis de la industria manufacturera española. *Cuadernos de economía y dirección de la empresa*, 12, 421-437.
 31. Rodríguez, P. (2001). *Managerial Ethical Behavior in Colombia, Spain and Britain*. Disertación doctoral no publicada, University of Bradford, Reino Unido.
 32. Valle, R., Martín, F., Romero, P. y Dolan, S. (2000). Business strategy, work processes and human resource training: are they congruent? *Journal of Organizational Behavior*, 21(3), 283-297. ☼

Anexo 1. Cuestionario sobre valor agregado por las áreas de talento humano

Asociación Colombiana de Gestión Humana

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA SEDE MANIZALES

INVESTIGACIÓN: EL VALOR AGREGADO POR LAS ÁREAS DE TALENTO HUMANO A LAS ORGANIZACIONES

Objetivo: se pretende establecer el valor que las dependencias encargadas de gestionar el talento humano están aportando a las organizaciones en términos de apoyo al cumplimiento de la responsabilidad social.

Información general

1.Nombre de la empresa:

2.Nombre de él o la gerente de talento humano:

3. Actividad principal de la empresa:

4. Sector al que pertenece:

Industrial

Comercial

Servicios

5. Número total de trabajadores

Menos de 40

40 a 99

100 a 199

200 a 499

500 a 999

Más de 1000

Nota:

Para responder las preguntas del cuestionario favor considerar la siguiente escala de medida (Opciones):

1. En muy poca medida

2. En poca medida

3. En alguna medida

4. En gran medida

5. En muy gran medida

6. No sabe / No se aplica

(Continúa)

CATEGORÍA	Opciones					
	1	2	3	4	5	
<i>Prácticas responsables de gestión humana</i>	ítem 1	Normalmente el área atrae, promociona, retiene y despide a las personas apropiadas.				
	ítem 2	Normalmente ofrece programas de capacitación y desarrollo apropiados para las características de la organización.				
	ítem 3	Normalmente facilita el establecimiento de estándares de desempeño, su sistema de medición y los procesos de retroalimentación.				
	ítem 4	Diseña sistemas de compensación basados en el desempeño.				
	ítem 5	Establece estrategias y actividades para que las personas además de aportar su tiempo contribuyan con su mejor esfuerzo.				
	ítem 6	Se encarga de que en la organización a todas las personas se les comunique lo que se espera de ellas en el trabajo.				
	ítem 7	Define políticas sobre estímulos y reconocimiento y vela por que se cumplan.				
	ítem 8	Crea un ambiente donde las personas tengan la oportunidad de aprender, crecer y desarrollarse.				
	ítem 9	Vela por que los trabajadores desarrollen permanentemente competencias acordes con la proyección de la organización.				
	ítem 10	Establece mecanismos para que exista retroalimentación y escucha entre las directivas y los trabajadores.				
	ítem 14	Vela por que se cumplan todas las regulaciones colombianas relacionadas con los trabajadores.				
<i>Políticas de responsabilidad social y gobernabilidad</i>	ítem 12	Involucra a los trabajadores en el desarrollo y revisión de las políticas y procedimientos de responsabilidad social.				
	ítem 13	Vela por la oportunidad, conveniencia y efectividad de la responsabilidad social de la empresa.				
	ítem 15	Participa en la formulación y cumplimiento del código de ética de la empresa.				
	ítem 18	Fomenta compromisos de mejoramiento continuo de la organización.				
<i>Impacto sobre el medio ambiente</i>	ítem 16	Apoya el cumplimiento de la responsabilidad por el respeto hacia el medio ambiente.				
<i>Transparencia y rendición de cuentas</i>	ítem 11	Comunica a trabajadores y partes interesadas los compromisos de responsabilidad social de la empresa.				
	ítem 17	Vela por la transparencia de la información que es suministrada a todos los grupos de interés de la empresa.				

Anexo 2. Guía de entrevista

1. ¿Cuál considera usted que es el valor agregado por gestión humana a las organizaciones?
2. En el caso colombiano, ¿cuál considera usted que es el valor agregado real que generan las áreas de gestión humana?
3. Responsabilidad social: valor agregado del área en el apoyo al cumplimiento de la responsabilidad social empresarial
4. ¿Qué considera que limita y que favorece el papel del área de gestión humana en las organizaciones del país?
5. ¿Podría describirnos brevemente su trayectoria profesional en gestión humana?

REDES EMPRESARIALES E INNOVACIÓN: EL CASO DE UNA RED DEL SECTOR COSMÉTICO EN BOGOTÁ (COLOMBIA)¹

MERLIN PATRICIA GRUESO HINESTROZA*

Doctora en Psicología Social, Universidad de Salamanca, España.
Profesora Asociada de Carrera, Universidad del Rosario, Colombia.
Grupo de Investigación "Perdurabilidad Empresarial", afiliado a la Universidad del Rosario, clasificación A1 de Colciencias.
merlin.grueso@urosario.edu.co

JORGE HERNÁN GÓMEZ CARDONA

Máster en Dirección de Empresas, Instituto Empresa – Business School, España.
Director, Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDEM),
Universidad del Rosario, Colombia.
Grupo de Investigación "Perdurabilidad Empresarial", afiliado a la Universidad del Rosario, clasificación A1 de Colciencias.
jorge.gomez@urosario.edu.co

LEONARDO GARAY QUINTERO

Administrador de Negocios Internacionales, Universidad del Rosario, Colombia.
Consultor Asociado Área Internacional, Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDEM),
Universidad del Rosario, Colombia.
garay.leonardo@urosario.edu.co

Fecha de recepción: 24-08-2009

Fecha de corrección: 27-09-2010

Fecha de aceptación: 11-01-2011

RESUMEN

Un mecanismo para promover la innovación empresarial es la participación en procesos asociativos como las redes empresariales. El objetivo de la investigación fue identificar las acciones de innovación introducidas en un grupo de empresas que conforman una red del sector cosmético en Bogotá (Colombia). Para el estudio se empleó una escala desarrollada a partir del concepto de innovación del Manual de Oslo (OECD, 2005) y los datos fueron analizados a través de la teoría de grafos. Los resultados obtenidos señalan que si bien las empresas introducen innovaciones, realizan pocas inversiones para adquirir conocimientos; también se observó que las empresas desarrollan más frecuentemente acciones de mejora interna y menos frecuentemente mejoras en las relaciones con otros actores de la red.

1 El presente artículo fue desarrollado en el marco del proyecto "Impacto del proceso de Asociatividad en tres redes empresariales: Una mirada desde la perspectiva de la Innovación" el cual fue financiado por la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario.

* Autor para correspondencia. Dirigir correspondencia a: Universidad del Rosario, Calle 14 # 4-80 Oficina 102, Bogotá, Colombia.

PALABRAS CLAVE

Innovación, redes empresariales, teoría de grafos.

Clasificación JEL: M190

ABSTRACT

Business networks and innovation: the case of a network in the cosmetic industry in Bogotá (Colombia)

A method of encouraging business innovation is participation in associative processes, such as enterprise networks. The aim of this study was to identify actions favoring innovation in a group of companies that established a business network in the cosmetic industry in Bogotá, Colombia. We used a questionnaire based on the concept of innovation described in the Oslo Handbook (OECD, 2005), and analyzed data using graph theory. The results indicate that companies innovate, but they make few investments in acquiring knowledge. We also found that companies develop actions for internal improvement more frequently than they generate improvements in relationships with other actors in the network.

KEYWORDS

Innovation, business networks, graph theory.

RESUMO

Redes empresariais e inovação: o caso de uma rede do setor cosmético em Bogotá (Colômbia)

Um dos mecanismos para promover a inovação empresarial é a participação em processos associativos como as redes empresariais. O objetivo da investigação foi identificar as ações de inovação introduzidas em um grupo de empresas que formam uma rede de cosméticos em Bogotá (Colômbia). Para o estudo foi utilizada uma escala desenvolvida a partir do conceito de inovação do Manual de Oslo (OECD, 2005) e os dados foram analisados através da teoria dos grafos. Os resultados obtidos indicam que, embora as empresas introduzam inovações, fazem poucos investimentos para adquirir conhecimentos; também foi observado que as empresas desenvolvem com maior frequência ações de melhoria interna e, com menor frequência, melhorias nas relações com outros atores da rede.

PALAVRAS-CHAVE

Inovação, redes empresariais, teoria dos grafos.

INTRODUCCIÓN

Se ha evidenciado que las organizaciones que hacen parte de una red empresarial logran una estructura más sólida y competitiva, pueden acceder a servicios especializados de tecnología, compra de insumos, financiamiento y mejora de procesos industriales, además de potenciar su progreso competitivo en términos de procesos, productos e innovación. Partiendo de lo anterior, el presente artículo busca analizar cuáles son las principales innovaciones que se introducen en cinco empresas que hacen parte de una red empresarial.

El documento se organiza en cuatro apartados. El primero corresponde a una revisión conceptual y de evidencias empíricas en torno al concepto de red empresarial, innovación, procesos asociativos y desempeño operativo. La segunda y tercera partes describen la metodología empleada y los resultados obtenidos en el estudio. En el apartado final se realiza una serie de conclusiones derivadas del estudio.

El concepto red de empresa

Las redes de empresa son una forma de asociatividad que en la actualidad goza de gran reconocimiento debido a su probado impacto en indicadores de competitividad y productividad empresarial (López, 2003). Con base en el concepto posicionado por entidades de carácter multilateral como la Organización Económica para la Cooperación y el Desarrollo (OECD), la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo industrial (ONUDI) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), se ha identificado que las redes empresariales se distinguen de otros procesos asociativos, como los

distritos industriales o los clúster, en tanto que se componen de un número limitado de empresas.

Otro elemento representativo de las redes de empresa desde la perspectiva de asociatividad es que al formalizarse, las empresas que hacen parte de ellas cooperan en función de la consolidación de un proyecto común que se traduce en objetivos conjuntos, compromiso para lograrlos y ausencia de competencia (Liendo y Martínez, 2001). Un fenómeno complementario que ocurre en las redes empresariales es que, al establecerse una relación estrecha y de largo plazo entre productores y usuarios, las organizaciones obtienen ventajas de coordinación, de especialización y aprendizaje colectivo (Cooke y Morgan, 1993).

Uno de los elementos fundamentales de las redes de empresa es el proceso de construcción de confianza, ya que en la medida en que las empresas que participan de este tipo de proyectos desarrollan altos niveles de confianza, se generan relaciones eficientes que promueven la transmisión de conocimientos específicos y la difusión de innovaciones (San Martín, Otoyá, Chuquimango y Siapo, 2008).

Innovación

Pese a que el concepto de innovación se ha venido empleando desde la primera mitad del siglo XX, su papel más preponderante se ha observado en el marco de los procesos de globalización y en la configuración de la sociedad del conocimiento. Vista como un proceso, la innovación se destaca por su carácter dinámico, sistémico y acumulativo, lo cual la reviste de un papel significativo en la dinámica empresarial actual.

Por su relevancia en el contexto social y dada su estrecha relación con los índices de desarrollo socio-económico de las regiones, la innovación se constituye en un aspecto clave para el logro de la competitividad empresarial. En relación con este tema, Peter Drucker (1994) señalaba que las empresas de la sociedad postcapitalista debían organizarse internamente para desarrollar la capacidad de innovación la cual, al lado de los procesos de mejoramiento continuo y de aprendizaje organizacional, se constituye en prácticas sistémicas indispensables para competir en el mundo globalizado y lograr una mejor función autoorganizativa.

Una de las definiciones más ampliamente reconocidas del concepto de innovación en el contexto empresarial se encuentra contenida en el Manual de Oslo (OECD, 2005) que en su tercera edición la describe 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”* (p. 56). Al exponer las razones por las que una empresa innova, en el Manual de Oslo se señala que los procesos de innovación se implementan principalmente debido a que con este tipo de acciones, las organizaciones logran mejorar sus resultados.

Sin duda, los procesos de innovación empresarial juegan un papel importante en el crecimiento y desarrollo de las organizaciones y tal como lo señalan Pinto, Fernández, Martínez y Kauffman (2006) son fuente de ven-

taja competitiva. Una empresa que no se decide a innovar o una empresa que no introduce nuevos productos y/o procesos, está condenada a desaparecer, debido a que sus competidores ganan cada vez más mercado. En este sentido, Freeman (1974) afirma que el éxito de las empresas es más factible cuando estas se ocupan de identificar las exigencias futuras de sus clientes; este autor también señala que es más probable que los fracasos empresariales se encuentren asociados a una actitud en la cual las organizaciones desprecian los requerimientos del mercado o debido a una limitada comprensión de las demandas del cliente.

Se ha señalado que la innovación es un elemento clave para el logro de la competitividad y en Colombia es un tema de relevancia tanto en la agenda política como en el sector privado. Desde la perspectiva gubernamental, el Consejo Nacional de Política Económica y Social mediante el documento CONPES 3527 (Departamento Nacional de Planeación, 2008), deja claro que la innovación es uno de los cinco pilares necesarios para alcanzar un aumento significativo en la competitividad y señala además que el bajo nivel de innovación y absorción de tecnología, es uno de los doce principales ejes problemáticos para mejorar el índice de competitividad en el país.

No obstante la importancia del tema para el desarrollo y crecimiento del país, el documento CONPES 3484 (Departamento Nacional de Planeación, 2007) señala que en Colombia las pequeñas y medianas empresas cuentan con una baja capacidad de innovación al tiempo que sus inte-

racciones con el Sistema Nacional de Innovación son precarias o casi inexistentes. Esta situación es de especial atención dado que uno de los elementos clave de la innovación es la interacción que se da entre los actores del sistema (proveedores, compradores, organizaciones e infraestructura del sector público), de esta manera, cuanto mayor sea la interacción entre dichos actores, mayor será la introducción de innovaciones (Cimoli, 2007).

Asociatividad y su efecto en indicadores de desempeño operacional e innovación

De acuerdo con Escandón (2009) la asociatividad o cooperación entre empresas puede constituirse en un mecanismo de transferencia de conocimiento requerido para la introducción de innovaciones en las organizaciones.

En este sentido, la ONUDI (2003) en el Marco del Programa sobre Conglomerados y Redes pyme, señala que las empresas que participan en procesos de índole asociativos cuentan con mejores condiciones para introducir tecnologías más costosas, logran mayor capacidad de aprender e innovar y desarrollan mayor capacidad de gestión estratégica.

Estos postulados han sido evidenciados en algunos estudios. Por ejemplo, Ceglie y Dini (1999) documentaron el impacto que tuvo en once empresas su pertenencia a una red del sector metalmecánico en Honduras. Estos autores incorporaron para sus análisis indicadores de desempeño operacional como el incremento en ventas, en la tasa de empleo y en activos fijos. A partir de los datos

obtenidos, se identificó que en dicha red las ventas colectivas ascendieron en un 200% (en comparación con las ventas totales individuales realizadas con antelación a la constitución de la misma). Así mismo, Ceglie y Dini (1999) identificaron que la tasa de empleo de la red creció en un 15% y sus activos fijos en un 98%.

Además de mejorar indicadores de desempeño operacional, se ha evidenciado que los procesos de asociatividad se encuentran estrechamente relacionados con la introducción de innovaciones en las organizaciones. En el estudio conducido por Dini, Ferraro y Gasaly (2007) y financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la CEPAL, se analizó un grupo de redes, clústers y proyectos territoriales en once países de América Latina. En el marco de su estudio, los autores tomaron como base doce proyectos que, a su vez, incluían dieciocho subproyectos implementados en dichos países. Como categoría de análisis se incorporó la introducción de innovaciones en cinco rubros: en la mentalidad de los actores, en innovación institucional y espacios de coordinación, en innovación de procesos productivos, en innovación de productos y en innovación en funciones de la cadena productiva.

Los resultados obtenidos por Dini *et al.* (2007), llevaron a concluir que entre las empresas del estudio se generó un proceso de innovación en la mentalidad de los actores dado que se logró la creación de una base de confianza recíproca que facilitó el intercambio de recursos y experiencias y derivó en la aceptación y comprensión del concepto de acción colectiva. Así mismo, los resultados obtenidos llevaron a

concluir que como consecuencia del proceso asociativo, se crearon nuevas organizaciones colectivas y se generaron las condiciones que posibilitaron la creación de redes institucionales de apoyo y de instancias de coordinación interinstitucional.

Finalmente, al analizar la introducción de innovaciones en las funciones de la cadena productiva, Dini *et al.* (2007) identificaron que a partir de la participación en proyectos de articulación, las empresas a su vez generaron nuevos emprendimientos.

En Colombia también se han conducido estudios en los que se analiza el impacto de las redes empresariales en indicadores organizacionales (Díaz, 2005; Frías y Rodríguez, 2005; Pallares, 2003). Así, a partir de los datos obtenidos de la red de metalmecánica Metalplast, Díaz (2005) concluyó que en un período de dos años la red objeto de análisis aumentó su planta de personal en un 8% e incrementó su productividad entre un 20% y un 25%. Así mismo, como resultado del proceso de asociatividad, la red empresarial inició el proceso de incorporación del Sistema de Gestión de Calidad ISO en las organizaciones que la componían.

El estudio llevado a cabo por Frías y Rodríguez (2005) en la costa atlántica colombiana también aporta evidencia empírica en torno a la mejora de resultados operacionales de las empresas, a partir de su participación en una red empresarial. En este caso la red analizada estaba constituida por empresas fabricantes de muebles de madera. A partir de los datos obtenidos, se identificó que las organizaciones aumentaron en un 150% su productividad. De la misma manera,

a partir de la información recopilada por los autores de la investigación, se concluyó que este grupo de empresas obtuvo altos beneficios al disminuir procesos y reprocesos, lo que en dinero representaba cerca de dos mil millones de pesos colombianos.

El estudio conducido por Pallares (2003) arroja evidencia en torno a la relación que existe entre asociatividad e innovación, para ello, seleccionó al azar empresas que constituían los Programas de Desarrollo Sectorial (PRODES) y administró un cuestionario que valoraba tres tópicos: incorporación de innovaciones, avances en el campo asociativo y aspectos sociales y culturales que daban vida y forma al proceso. Los datos obtenidos en el estudio llevaron a concluir que existe cierta relación entre la participación en un proceso asociativo y la innovación empresarial. De manera particular, Pallares concluyó que la asociatividad es un proceso fuertemente asociado con la mejora en los procesos y procedimientos productivos y administrativos, con el acceso a nuevos mercados y la mejora en procesos de investigación y desarrollo que derivan en la creación de nuevos productos y servicios, entre otros.

Con base en todo lo anteriormente expuesto, se plantea como pregunta de investigación ¿Cuáles son las principales acciones de innovación que implementan las empresas que hacen parte de una red del sector cosmético en la ciudad de Bogotá (Colombia)?

I. METODOLOGÍA

1.1. Unidad de análisis

Para la investigación se empleó como unidad de análisis un grupo de cinco empresas que conforman una red em-

presarial formal en el sector cosmético de Bogotá (Colombia) desde el año 2006. El criterio de elección de la red y las empresas que participaron del estudio se fundamentó en la conveniencia, ya que existían condiciones que facilitaban el acercamiento y la recolección de la información en ambos contextos.

En relación con el género de los gerentes que hicieron parte del estudio, tres eran hombres y dos mujeres. Cuatro de los gerentes de las empresas contaban con estudios universitarios, el quinto gerente, contaba con estudios de bachillerato. En todos los casos, los gerentes participantes del estudio tenían calidad de propietarios o socios. La antigüedad promedio de las empresas participantes era de 23,2 años, la más antigua de las empresas contaba con 50 años de existencia y la más joven con once años.

1.2. Instrumento

Para la recolección de la información se estructuró un cuestionario que se conformaba de dos partes. La primera parte contenía variables socio-demográficas como antigüedad en el cargo, género, edad y nivel educativo del gerente de la empresa, así como también permitía identificar antigüedad, tipo y tamaño de la empresa. La segunda parte del cuestionario exploraba aspectos relacionados con la introducción de innovaciones durante el período 2008- 2009 en tres rubros: mejoras en procesos de investigación y desarrollo, actividades relativas a las innovaciones de producto y de proceso, y actividades relativas a las innovaciones de mercadotecnia y organización.

El total de ítems incorporados para valorar la introducción de innovaciones fue de 36, se empleó una escala

dicotómica con opciones de respuesta sí-no. Las respuestas positivas frente al ítem evaluado puntuaban 1, las respuestas negativas frente al ítem evaluado puntuaban 0.

1.3. Tipo de estudio

La investigación se enmarcó dentro de un estudio de carácter no experimental dado que los fenómenos fueron observados de manera natural, sin intervenir en su desarrollo.

1.4. Procedimiento

Para la recolección de información se enviaron los cuestionarios vía correo electrónico, los cuales fueron diligenciados por los gerentes de cada una de las empresas que componían la unidad de análisis.

Para el análisis de los datos se empleó una aproximación desde teoría de grafos, abordando aspectos relacionados con la estructura de la red estudiada. En cuanto a las herramientas computacionales se empleó el programa para el análisis de redes Ucinet (Borgatti, Everett y Freeman, 2002).

Para la presentación de los resultados y el análisis de la información se usaron dos medidas de centralidad en teoría de redes: degree (Deg) y eigenvector (EV). La medida Deg indica el número de conexiones de un nodo en la red y en este caso puede tomar valores entre 0 (ninguna conexión) y 5 (alta conexión). A su vez, el coeficiente EV mide la importancia de un nodo en la red y toma valores que van de 0 a 1, a mayor valor, mayor importancia tiene el nodo en la red.

2. RESULTADOS

Los resultados de la investigación se presentan con base en tres grandes

rubros y sus respectivas subescalas en torno al concepto de innovación: a) mejoras en procesos de investigación y desarrollo, b) actividades relativas a las innovaciones de producto y de proceso y c) actividades relativas a las innovaciones de mercadotecnia y organización.

2.1. Mejoras en procesos de investigación y desarrollo

Para valorar la introducción de mejoras en procesos de investigación y desarrollo (I&D) se emplearon cinco ítems. Los resultados obtenidos indican que la principal acción llevada a cabo por las empresas que conforman la red es la implementación de actividades de investigación y desarrollo I&D (EV= 0,536). La financiación de actividades de I&D (EV= 0,228) y la compra o construcción de prototipos (EV= 0,155) ocupan el segundo y tercer lugar en torno a la introducción de mejoras en este tipo de procesos (ver Tabla 1).

Tabla 1. Mejoras en procesos de investigación y desarrollo

Actividades	Deg	EV
a. Financiado actividades de I+D	3	0,228
b. Implementado actividades de I+D	5	0,536
c. Comprado servicios de I+D	0	0,000
d. Desarrollado programas informáticos para actividades de I+D	1	0,069
e. Construido probado prototipos para actividades de I+D	2	0,155

Fuente: Elaboración propia.

En contraste, el desarrollo de programas informáticos para actividades de I&D (EV= 0,069) y la compra de servicios de I&D (EV = 0,000) son las actividades de menor implantación en las empresas evaluadas.

2.2. Actividades relativas a las innovaciones de producto y de proceso

Para valorar las actividades relativas a las innovaciones de producto y de proceso se incorporaron cuatro subescalas: adquisición de conocimientos en el exterior, adquisición de máquinas, equipos y otros bienes de capital, preparación del mercado para las innovaciones de producto y actividades de formación.

En relación con la adquisición de conocimientos en el exterior (ver Tabla 2), los resultados obtenidos señalan que actividades como la adquisición de licencias, la adquisición de know-how, la adquisición de marcas de fábrica y la contratación de estudios de diseño y modelos son poco implementadas (Deg=1).

Tabla 2. Adquisición de conocimientos en el exterior

Actividades	Deg	EV
a. Patentes	0	0,000
b. Invenciones no patentadas	0	0,000
c. Licencias	1	0,104
d. Know How	1	0,115
e. Marcas de fábrica	1	0,115
f. Estudios de diseño y modelos	1	0,115

Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, la adquisición de patentes y la adquisición de invenciones no patentadas son acciones que no se emprendieron durante el periodo 2008-2009 en ninguna de las empresas analizada (Deg=0, EV=0,000) tal como se observa en la Tabla 2.

Al analizar los resultados obtenidos en torno a la adquisición de máquinas, equipos y otros bienes de capital,

los resultados indican que en general las organizaciones objeto de análisis desarrollaron acciones en este sentido. En todos los casos se observa que las empresas adquirieron herramientas (Deg = 5), en consecuencia esta se constituye en la actividad más central en este rubro (ver Tabla 3).

Tabla 3. Adquisición de máquinas equipos y otros bienes de capital

Actividades	Deg	EV
a. Adquirido Terrenos	4	0,240
b. Adquirido Edificios	0	0,000
c. Adquirido Máquinas	4	0,240
d. Adquirido Herramientas	5	0,283
e. Adquirido Equipos	4	0,240
f. Adquirido Programas informáticos	3	0,182
g. Implementado mejoras, modificaciones y reparaciones de gran escala	1	0,058

Fuente: Elaboración propia.

Del mismo modo, la adquisición de terrenos y la adquisición de máquinas y equipos fueron acciones frecuentemente desarrolladas por las empresas durante el periodo 2008-2009 (Deg=4, EV= 0,240), en contraste, la implementación de mejoras, modificaciones y reparaciones de gran escala (Deg=1, EV= 0,058) y la adquisición de edificios (Deg=0, EV = 0,000) fueron las acciones menos implementadas (ver Tabla 3).

En relación con las actividades de preparación del mercado para la introducción de innovaciones de productos, los resultados obtenidos señalan que la realización de test de mercado (Deg=5) y el desarrollo de procesos publicitarios (Deg=4) se constituyeron en las actividades de mayor relevancia durante el periodo analizado. Si bien los estu-

dios de mercado son los de menor representatividad en este rubro (Deg=3, EV = 0,207), también fueron llevados a cabo por las empresas que conformaban la red (ver Tabla 4).

Tabla 4. Preparación del mercado para las innovaciones de productos

Actividades	Deg	EV
a. Estudios de mercado	3	0,207
b. Test de mercado	5	0,340
c. Publicidad	4	0,275

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos en el estudio señalan además que la implementación de actividades de formación de cara a la innovación es una de las acciones que con mayor frecuencia se implementa en las organizaciones (ver Tabla 5).

Tabla 5. Actividades de formación

Actividades	Deg	EV
a. Capacitación para instaurar nuevos métodos de mercadeo	5	0,311
b. Capacitación para instaurar nuevos métodos de promoción	4	0,250
c. Capacitación para instaurar nuevos métodos de distribución	4	0,255
d. Capacitación para implementar nuevos métodos de administración de la organización	3	0,193

Fuente: Elaboración propia.

De manera particular se observa que la capacitación para instaurar nuevos métodos de mercadeo (Deg=5, EV =0,311) es la de mayor implementación, en contraste, la capacitación para implementar nuevos métodos de administración de la organización fue la actividad de menor representatividad (Deg=3, EV = 0,193), tal como se ilustra en la Tabla 5.

2.3. Actividades relativas a las innovaciones de mercadotecnia y organización

El último bloque de análisis en relación con la implementación de acciones de innovación considera dos subescalas denominadas preparación destinada a las innovaciones de mercadotecnia y preparación destinada a las innovaciones de organización. En cuanto al desarrollo de acciones de preparación destinada a las innovaciones de mercadotecnia (ver Tabla 6), los resultados indican que en todos los casos analizados las empresas han emprendido alguna acción, aunque de manera diferenciada.

Tabla 6. Preparación destinada a las innovaciones de mercadotecnia

Actividades	Deg	EV
a. Alistar e introducir nuevos métodos de comercialización	5	0,283
b. Desarrollar un nuevo diseño de los productos	5	0,283
c. Implementar un nuevo sistema de tarificación	2	0,119
d. Mejorar la distribución del producto	3	0,176
e. Mejorar la promoción de los productos	5	0,283

Fuente: Elaboración propia.

Todas las empresas analizadas señalan haber implementado acciones orientadas a la preparación e introducción de nuevos métodos de comercialización, haber desarrollado un nuevo diseño de los productos y mejorado la promoción de los productos (Deg=5) y por tanto estas se constituyen en las actividades más centrales (EV=0,283). La implementación de nuevos sistemas de tarificación, en contraste, es la actividad menos emprendida por las empresas y en esa medida, la

de menor representatividad (Deg=2, EV=0,119).

Finalmente, los resultados obtenidos en cuanto a la preparación destinada a las innovaciones de la organización, señalan que en general, las actividades de mejora interna fueron las de mayor implementación (ver Tabla 7).

Tabla 7. Preparación destinada a las innovaciones en la organización

Actividades	Deg	EV
a. Mejorar las prácticas contables	5	0,258
b. Mejorar las prácticas financieras de la empresa	4	0,214
c. Mejorar las prácticas administrativas de la empresa	4	0,214
d. Mejorar los lugares de trabajo	5	0,258
e. Mejorar las relaciones con la comunidad	3	0,166
f. Mejorar las relaciones con otras empresas	4	0,210
g. Mejorar las relaciones con las instituciones del Estado	2	0,112

Fuente: Elaboración propia.

Así, la mejora de las prácticas contables de la empresa (EV = 0,258) y la mejora de los lugares de trabajo (EV = 0,258), fueron las actividades más representativas. Si bien es una actividad de mejora orientada hacia el entorno externo, la mejora de las relaciones con otras empresas (EV = 0,210) también tiene un papel significativo en este rubro. En contraste, la mejora de las relaciones con la comunidad (EV = 0,166) y la mejora de las relaciones con las instituciones del Estado (EV= 0,112) son las de menor centralidad en este sentido (ver Tabla 7).

Finalmente, al analizar los siete rubros asociados con la introducción de innovaciones, es claro que en todos los casos las empresas han emprendido

acciones. Los resultados indican que las empresas de la muestra han realizado procesos de investigación y desarrollo, han adquirido máquinas y han emprendido acciones de preparación del mercado para las innovaciones de productos; de la misma manera, los resultados indican que estas empresas han implementado actividades de formación de cara a la introducción de innovaciones, han llevado a cabo acciones de preparación destinada a mejoras en proceso, innovaciones de mercadotecnia y acciones de innovación organizacional (Deg= 5, EV = 0,232) tal como se ilustra en la Tabla 8.

Tabla 8. Acciones de innovación

Actividades	Deg	EV
Mejoras en proceso	5	0,232
Adquisición de conocimientos	2	0,094
Adquisición de máquinas	5	0,232
Preparación del mercado	5	0,232
Actividades de formación	5	0,232
Preparación destinada a las innovaciones de mercadotecnia	5	0,232
Preparación destinada a las innovaciones de la organización	5	0,232

Fuente: Elaboración propia.

En contraste, el desarrollo de actividades asociadas con la adquisición de conocimientos en el exterior constituye la actividad menos central de cara a la innovación (Deg=2, EV =0,094).

3. CONCLUSIONES

Tal como se ha evidenciado en otros estudios, la participación en una red empresarial es un hecho que se encuentra asociado con la introducción de innovaciones (Díaz, 2005; Frías y Rodríguez, 2005; Pallares, 2003). Pese a la anterior aseveración, es

importante señalar que en este caso y debido al tipo de estudio realizado, no es plausible afirmar que exista una relación de causalidad entre la pertenencia a la red y la introducción de innovaciones.

A partir de los resultados obtenidos es válido concluir que las organizaciones que conforman la red empresarial objeto del presente estudio, han introducido innovaciones en diferentes rubros y magnitudes. Siguiendo las directrices establecidas en el Manual de Oslo (OECD, 2005), las acciones de innovación más ampliamente emprendidas fueron las asociadas con la mejora en procesos, adquisición de máquinas, equipos y otros bienes de capital, la preparación del mercado para las innovaciones de productos, el desarrollo de actividades de formación, la preparación destinada a las innovaciones de mercadotecnia y a innovaciones en la organización. Estos resultados se encuentran en consonancia con los hallazgos realizados por Pallares (2003), quien identificó que las empresas que hacen parte de una red, introducen innovaciones en términos de mejora en procesos y procedimientos productivos y administrativos.

En contraste con lo anterior, ninguna de las empresas del estudio refirió haber emprendido acciones asociadas con la adquisición de patentes e invenciones no patentadas, lo que sin duda tuvo un impacto significativo en el rubro de adquisición de conocimientos en el exterior y lo lleva a posicionarse como el aspecto de menor puntuación en términos de innovación. Este resultado probablemente se debe a que este tipo de acciones implican grandes inversiones

de capital que en este momento están siendo canalizados por las empresas hacia otras actividades.

Otra explicación en torno a la baja puntuación en el rubro adquisición de conocimientos en el exterior, podría ser argumentada desde la concepción del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia. Tal como se señala en el documento CONPES 3484 (Departamento Nacional de Planeación, 2007), en Colombia existe una precaria relación entre las empresas y el sistema nacional de innovación, y en consecuencia, la capacidad de innovación de estas es baja. Sin duda, el fortalecimiento de las relaciones entre las empresas y las universidades, y los centros de investigación y empresas de otros sectores, se constituye en una estrategia exitosa para la introducción de innovaciones (Russo y Rossi, 2008) y por esta razón es necesario realizar esfuerzos en este sentido.

Las entidades del Estado, al constituirse como un agente en el contexto de las redes empresariales, contribuyen al fortalecimiento de las capacidades para la solución de problemas (Cimoli y de la Mothe, 2001). Los resultados obtenidos no obstante, señalan que para las empresas analizadas, la mejora de las relaciones con las instituciones del Estado es una actividad de poca representatividad en función de la innovación. Es probable que para las empresas aún no sea muy claro el aporte que este tipo de acción puede traer para la organización y en particular para la mejora en la innovación. Habría que analizar con mayor profundidad qué entienden los empresarios por mejora en las relaciones con el Esta-

do y cuáles son las razones para que este tipo de acciones no se consideren como una herramienta que posibilita la introducción de innovaciones, dado que es precisamente el sistema de ciencia y tecnología promovido por los Estados, el que intenta propiciar un aumento significativo en indicadores de productividad e innovación en las regiones.

En procesos de desarrollo económico, las relaciones que se establecen entre los agentes de un sistema de innovación se constituyen en un elemento clave (Cimoli, 2007). Pese a ello, se ha identificado que la interacción de los agentes dentro de los sistemas nacionales de innovación es discontinua y los vínculos entre la ciencia y las empresas casi imperceptibles, lo que trae consigo una limitación en las capacidades organizacionales para resolver problemas (OECD, 2005). Lo anterior ha sido evidenciado en el presente estudio, donde se pone de manifiesto que en materia de innovación, las acciones menos implementadas son aquellas asociadas con la vinculación de otros actores o agentes del sistema.

Para las empresas del siglo XXI, uno de los principales retos a afrontar es la gerencia de redes internas y externas (Yoshino y Rangan, 1995) lo cual implica una habilidad para establecer y mantener relaciones productivas dentro y fuera de la organización, esta, que se constituye en una verdad cada vez más meridiana, al parecer algunas organizaciones aún no la han asimilado en su justa dimensión. De allí que sea necesario continuar con los esfuerzos por crear una cultura de trabajo en red que permee todas las esferas del quehacer empresarial y en

definitiva determine nuevos patrones de comportamiento.

Con el estudio se buscaba realizar una aproximación al concepto de innovación tomando como referente las características señaladas en el Manual de Oslo (OECD, 2005), así como se pretendía también realizar una validación de los resultados previos que se han obtenido en torno al concepto, no obstante, es importante señalar que presenta ciertas limitaciones. Básicamente los resultados del estudio no pueden ser considerados concluyentes debido al tamaño de la unidad de análisis usada, sería pertinente, por ejemplo, analizar otras redes en otros sectores de la economía con el fin de aportar más elementos de juicio en este tema.

Otras investigaciones futuras podrían dedicarse a analizar las razones por las cuales las organizaciones mantienen una brecha en las relaciones con las instituciones del Estado. Habría que considerar, por ejemplo, si existe la percepción de dificultades en el acceso a los servicios ofrecidos o, si por el contrario, hay experiencias negativas o no satisfactorias que determinan dicho distanciamiento.

Frente al trabajo con el enfoque de redes empresariales cabría también analizar el impacto que se genera en los recursos humanos. Tradicionalmente se han estudiado los impactos económicos, financieros y de innovación, así como los procesos relativos al aprendizaje organizacional y colectivo, pero existe limitada literatura en la que se analiza en qué medida impacta a las personas en términos de su compromiso con la organización, el clima laboral, el contrato psicológico y

la manifestación de conductas de ciudadanía organizacional, entre otras.

El trabajo con el enfoque de redes también supone un reto a la dirección estratégica de recursos humanos. Existe limitada evidencia empírica sobre el papel que adopta esta área cuando las empresas participan de procesos asociativos y sobre las fronteras en el ejercicio de su actividad en este contexto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Borgatti, S.P., Everett, M.G. y Freeman, L.C. (2002). *Ucinet for Windows: Software for Social Network Analysis*. Harvard, MA: Analytic Technologies.
2. Ceglie, G. y Dini, M. (1999). *SME Cluster and Network development in Developing Countries: The experience of UNIDO*. (PSD TECHNICAL WORKING PAPERS SERIES: Working Paper No.2) [versión electrónica]. Recuperado el 28 de septiembre de 2008, de <http://www.ilo.org/public/english/employment/ent/papers/cluster.htm>
3. Cimoli, M. (2007). *Evaluación de un programa de innovación y sistemas de producción en América Latina: estudio sobre la dinámica de redes*. Serie Desarrollo Productivo, 184. Santiago de Chile: Unidad de Desarrollo Industrial y Tecnológico de la División de Desarrollo Productivo y Empresarial de CEPAL [versión electrónica]. Recuperado el 21 de enero de 2010, de <http://www.eclac.org/ddpe/publicaciones/xml/4/32424/lcl2842e.pdf>.
4. Cimoli, M. y de la Mothe, J. (2001). Technology, Growth and Development: The dynamics of catching up, falling behind and leaping ahead. En J. de la Mothe

- (Ed.), *Science, Technology and Governance* (pp. 153-712). London: Continuum-Pinter.
5. Cooke, P. y Morgan, K. (1993). The Network Paradigm. New Departures in Corporate and Regional Development. *Environment and Planning: Society and Space*, 11(5), 543-564.
 6. Departamento Nacional de Planeación – DNP. (2007). *CONPES 3484: Política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado* [versión electrónica]. Recuperado el 5 de diciembre de 2008, de <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/Subdireccion/Conpes/3484.pdf>
 7. Departamento Nacional de Planeación – DNP. (2008). *CONPES 3527: Política Nacional de competitividad y productividad* [versión electrónica]. Recuperado el 2 de diciembre de 2008, de <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/Subdireccion/Conpes/3527.pdf>
 8. Díaz, J.J. (2005). Programa de Desarrollo Empresarial Sectorial PRODES en Medellín y su área metropolitana. En R. Valencia y J. Muñoz (Comp.), *Asociatividad Empresarial en Colombia* (pp.161-168). Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.
 9. Dini, M., Ferraro, C., Gasaly, C. (2007). *Pymes y articulación productiva. Resultados y lecciones a partir de experiencias en América Latina*. Santiago de Chile: Unidad de Desarrollo Industrial y Tecnológico de la División de Desarrollo Productivo y Empresarial de CEPAL.
 10. Drucker, P. (1994). *La sociedad postcapitalista*. Bogotá: Norma Editores.
 11. Escandón, D. M. (2009). Factores que inciden en la creación de Born Global en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 25(113), 55-73.
 12. Freeman, C. (1974). *La teoría económica de la innovación industrial*. Madrid: Alianza Universidad.
 13. Frías, J.C. y Rodríguez, N. (2005). Mejoramiento de la productividad de fábricas productoras de muebles de madera. Área Metropolitana. En R. Valencia y J. Muñoz (Comp.), *Asociatividad Empresarial en Colombia* (pp.151-159). Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.
 14. Liendo, M. y Martínez, A. (2001) *Asociatividad. Una alternativa para el crecimiento y desarrollo de las PYMES*. Sextas Jornadas Investigaciones en la Facultad de Ciencias económicas y estadísticas, Noviembre, Universidad Nacional de Rosario [versión electrónica]. Recuperado el 21 de enero de 2010, de <http://www.fcecon.unr.edu.ar/investigacion/jornadas/archivos/liendoasociativ01.pdf>
 15. López, C. (2003). *Redes empresariales: experiencias en la Región Andina. Manual para el articulador*. Perú: Minka.
 16. OECD/Statistical Office of the European Communities. (2005). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (3ª ed.). Luxemburgo: Tragsa. [versión electrónica]. Recuperado el 21 de enero de 2010, de http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/manual-de-oslo_9789264065659-es;jsessionid=5dpwh8a077sia.delta

17. ONUDI- Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (2003). *Desarrollo de conglomerados y redes de PYME* [versión electrónica]. Viena: Autores. Recuperado el 21 de enero de 2010, de http://www.unido.org/fileadmin/user_media/Services/PSD/Clusters_and_Networks/publications/espanol/sme_brochure_ES.pdf.
18. Pallares, Z. (2003). La Asociatividad empresarial: una respuesta de los pequeños productores a la internacionalización de las economías. *Hojas económicas: Revista de la Escuela de Economía*, 1, 57-74. [versión electrónica]. Recuperado el 18 de septiembre de 2008, de <http://200.75.48.114/pregrado/cienciaseconomicas/economia/publicaciones/revistas%20hojas.htm>
19. Pinto, J. de J., Fernández, R., Martínez, L. y Kauffmann, G. (2006). Análisis del énfasis en la innovación en la implantación del “Middle-Up-Down Management Model”: un estudio evolutivo en las empresas manufactureras del país vasco. Aspectos metodológicos y empíricos. *Estudios Gerenciales*, 22(101), 37-59.
20. Russo, M. y Rossi, F. (2008). *Cooperation Networks and innovation: a complex system perspective to the analysis and evaluation of an EU regional innovation policy programme* [versión electrónica]. Recuperado el 5 de abril de 2009, de http://mpira.ub.uni-muenchen.de/10156/1/MPRA_paper_10156.pdf
21. San Martín, F., Otoya, A., Chuquimango, M. y Siapo, W. (2008). *Territorios y Empresas en red: Negocios, riqueza y bienestar inclusivos* [versión electrónica]. Recuperado el 29 de septiembre de 2008, de <http://www.minkaperu.com/Territorios%20y%20Negocios%20en%20Red.pdf>
22. Yoshino, M. y Rangan, U.S. (1995). *Strategic Alliances: an entrepreneurial approach to globalization*. Boston, MA: Harvard Business School Press. ☀

SECCIÓN: EL CASO DEL TRIMESTRE

En cada una de las entregas de la Revista incluimos un caso, desarrollado por estudiantes, seleccionado entre los mejores presentados para evaluación editorial, con el objetivo de brindar una herramienta académica de acercamiento a una situación específica de nuestro contexto.

Las soluciones propuestas a los mismos, se encuentran disponibles a profesores de las facultades de administración del país y del exterior, en la base de datos <<Casos Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Icesi>>.

Son de nuestro interés los comentarios sobre el uso que hagan de este caso.

El Editor

ÍNDICE ELCANO: OPORTUNIDADES Y RIESGOS ESTRATÉGICOS PARA LA ECONOMÍA COLOMBIANA¹

JOSÉ ROBERTO CONCHA VELÁSQUEZ*

Ph.D. in Business, Tulane University, Estados Unidos.

Director, Departamento de Mercadeo, Universidad Icesi, Colombia.

Grupo de investigación "Competitividad y mercadeo en las organizaciones", afiliado a la Universidad Icesi,

clasificación B de Colciencias.

jrconcha@icesi.edu.co

ANDREA BERSH ARIAS

Especialista en Negocios Internacionales, Universidad Icesi, Colombia.

anbersh@gmail.com

DIANA MARCELA GARCÍA TAMAYO

Especialista en Negocios Internacionales, Universidad Icesi, Colombia.

Coordinadora Consultorio de comercio exterior (Icecomex), Universidad Icesi, Colombia.

dianamgarcia82@gmail.com

Fecha de recepción: 08-04-2010

Fecha de corrección: 11-10-2010

Fecha de aceptación: 11-01-2011

RESUMEN

Este caso es la aplicación práctica del índice Elcano, desarrollado por el Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos de España. Este índice mide el grado de interdependencia de la economía de un país, con respecto a otros países. El objetivo de este trabajo es su aplicación práctica al caso colombiano, utilizando para tal efecto variables conforme a la realidad macroeconómica. Los países con los cuales se ha realizado la comparación son Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Ecuador, Estados Unidos, España, México, Perú y Venezuela, con los cuales Colombia tiene una mayor interrelación comercial y económica. Los resultados demuestran que su aplicación al escenario colombiano es válida y permite desarrollar importantes estrategias en las relaciones comerciales internacionales.

PALABRAS CLAVE

Internacionalización, comercio exterior, oportunidades estratégicas, riesgos estratégicos, endeudamiento.

Clasificación JEL: F120, F180

1 Este caso de estudio se basa en los resultados del trabajo de posgrado preparado por los estudiantes (autores 2 y 3) para obtener el título de Especialistas en Gerencia de Negocios Internacionales, en la Universidad Icesi, 2008. Es propiedad de la Universidad Icesi.

* Autor para correspondencia. Dirigir correspondencia a: Universidad Icesi, Calle 18, No. 122-135, Pance, Cali, Colombia.

ABSTRACT

Elcano index: opportunities and strategic risks to the Colombian economy

This case is the practical application of the Elcano index, which was developed by the Elcano Royal Institute of International and Strategic Studies in Spain. The index measures the degree of interdependence of the economy of a specific country with other countries. The objective of this work is its practical application to the Colombian case using a set of variables that are consistent with the macroeconomic reality of Colombia. A comparison was made against the following countries: Bolivia, Brazil, Canada, Chile, Ecuador, USA, Spain, Mexico, Peru, and Venezuela. These are the countries with which Colombia has the strongest commercial and economic relations. The results show that its application to the Colombian scenario is valid and that it allows developing major strategies in international trade relations.

KEYWORDS

Internationalization, international trade, strategic opportunities, strategic risks, debt.

RESUMO

Índice Elcano: oportunidades e riscos estratégicos para a economia Colombiana

Esse caso é a aplicação prática do índice Elcano, desenvolvido pelo Real Instituto Elcano de Estudos Internacionais e Estratégicos da Espanha. Esse índice mede o grau de interdependência da economia de um país com relação a outros países. O objetivo desse trabalho é sua aplicação prática no caso da Colômbia, utilizando, para esse efeito, variáveis de acordo com a realidade macroeconômica. Os países com os quais foi feita a comparação são a Bolívia, Brasil, Canadá, Chile, Equador, Estados Unidos, Espanha, México, Peru e Venezuela. Esses são os países com os quais a Colômbia possui uma maior relação comercial e econômica. Os resultados demonstram que sua aplicação no cenário da Colômbia é válida, e permite desenvolver importantes estratégias nas relações comerciais internacionais.

PALAVRAS-CHAVE

Internacionalização, comércio exterior, oportunidades estratégicas, riscos estratégicos, endividamento.

INTRODUCCIÓN

El Índice Elcano, en su propuesta original, mide el grado relativo de interdependencia económica y financiera que registra la economía española con respecto a las demás economías del mundo. El índice ha sido desarrollado por el Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos (Isbell, Paul y Arahetes, 2006) y permite el diseño de un mapa o radar de las oportunidades y riesgos estratégicos a los cuales debe enfrentarse una economía. Fue construido con el propósito de ser utilizado como una herramienta para los estrategas del Estado español, en su constante esfuerzo de analizar el futuro de la proyección y política exterior de España; además del uso en otros sectores como el privado, académico y otros participantes en el debate de la futura dirección de las políticas de España en su proceso de internacionalización económica. Su intención es confirmar y comprobar lo que se puede extraer de un análisis informal basado en el sentido común y de otros tipos de análisis *ad hoc* que han realizado en años recientes con respecto a la estrategia óptima para la internacionalización de la economía española en el futuro (Isbell, Paul y Arahetes, 2005). El índice cuenta con tres versiones, en donde en su tercera versión analiza los resultados de oportunidades y riesgos estratégicos para la economía española: una perspectiva comparada con Brasil, EE.UU. y Alemania.

El objetivo de este trabajo es la aplicación al caso colombiano para así caracterizar su proceso de inserción

a la economía global y, por ende, de su internacionalización.

Los países que se han incluido en el estudio son: Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Ecuador, Estados Unidos, España, México, Perú y Venezuela. El motivo de la elección se centra en el hecho que son reconocidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como los principales socios comerciales de Colombia, o países con los que hay un potencial importante en ese campo. El período de estudio son los años 2003, 2005 y 2007, caracterizados por ser aquellos que cuentan las bases de datos más completas del comercio exterior colombiano y, por lo tanto, permitirán efectuar los cálculos del índice.

I. EL ÍNDICE

Los dos componentes fundamentales para la construcción del radar son el Índice de Interdependencia Económica y el Índice General de Riesgo que presentan las diferentes economías en estudio.

La interdependencia se interpreta como la intensidad de las relaciones bilaterales entre Colombia y la economía de otro país. Para caracterizarla se tuvieron en cuenta variables como las importaciones y exportaciones de bienes y servicios, el flujo de inversión colombiana en el exterior y el flujo de inversión extranjera en Colombia. Por su parte, el Índice de Riesgo General muestra el riesgo que representan las demás economías para Colombia, basándose en los ratings internacionales de calificación realizados por *Standard & Poor's*.²

2 Standard & Poor's es un proveedor de información sobre los mercados financieros. Una de las principales fuentes mundiales de calificaciones crediticias, índices, análisis, datos y evaluaciones de riesgo. Las calificaciones de riesgo crediticio, que van de AAA (nivel más alto de protección) a CCC (menor protección), se basan en el análisis de la calidad crediticia general.

Precisamente con la relación de estas variables se construye un radar genérico compuesto por cinco zonas (ver Gráfico 1). Los diferentes índices de interdependencia se miden con respecto al eje *y*, mientras que el eje *x* mide la posición de cada economía en términos de riesgo. En el noroeste se ubican los *Socios Fundamentales*, en el suroeste las *Oportunidades Estratégicas*, en el medio están los *Retos Estratégicos*, mientras que en el noreste y suroeste están los *Riesgos Estratégicos* y los *Riesgos en Potencia*, respectivamente.

¿Qué significa cada una de estas zonas?

De acuerdo con los creadores de este índice se parte de la hipótesis que una economía nacional debería establecer un alto grado de interdependencia con aquellas que cuentan con reducidos niveles de riesgo. Asimismo, se relacionará menos con los países que presentan niveles de riesgo más ele-

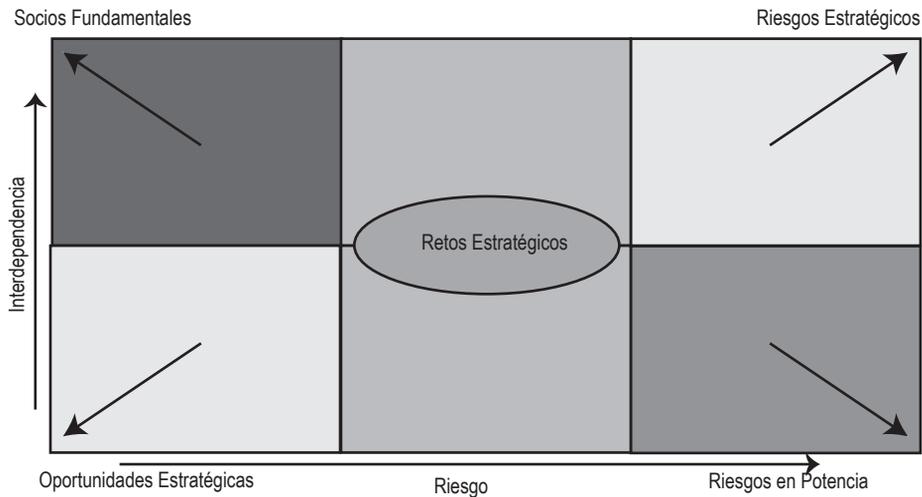
vados cosa que, a su vez, se compensa con niveles de rentabilidad atractivos (Isbell *et al.*, 2006).

En el radar la posición ideal es la de los socios fundamentales que se caracterizan por ser países calificados con bajo nivel de riesgo y con los que se registran altos niveles de interdependencia.

Los riesgos estratégicos, por su parte, son aquellas economías nacionales que tienen niveles de interdependencia similares a los socios fundamentales, pero con niveles de riesgo por debajo del umbral de *investment grade* (es decir, peor que el B+ de Stándard & Poor's). De acuerdo con los constructores de este índice, estas relaciones son indeseables a largo plazo para una economía próspera, ya que representan peligros estratégicos de primera magnitud.

Por su parte, los riesgos en potencia son aquellos países con los cuales se tienen relaciones económicas, donde

Gráfico 1. Radar genérico de riesgos y oportunidades estratégicas



Fuente: Adaptado de Isbell y Arahuetes (2005, p. 4).

la interdependencia de las variables en estudio es baja y la calificación de riesgo está muy por debajo del investment grade.

Por último, las oportunidades estratégicas son aquellas que se deben explorar y aprovechar, pues representan poco riesgo en términos globales y, por ejemplo, la economía colombiana aún no tiene grandes intercambios comerciales.

La zona intermedia del radar, concretamente la zona de los ratings intermedios (BBB+ a B+) son economías con las cuales se tienen relaciones relativamente profundas, aunque no tanto como las relaciones que sostiene con los socios fundamentales y que exhiben niveles de riesgo más altos, por ejemplo, que apenas tienen el nivel de rating del investment grade (BBB-).

2. METODOLOGÍA

El índice se elabora a partir de las principales partidas que conforman la balanza de pagos bilaterales de los distintos países (Isbell *et al.*, 2006). Se considera que la interdependencia internacional de una economía está conformada por los movimientos de entrada y los de salida de bienes, servicios y capitales.

Las variables que integran el índice Elcano de oportunidades y riesgos estratégicos son las siguientes:

- Exportación de bienes: V_1
- Importaciones de bienes excepto energía: V_2
- Importaciones de energía: V_3
- Ingresos por turismo: V_4
- Flujos de inversiones directas del país en el exterior: V_5

- Flujos de inversiones directas extranjeras en el país: V_6
- Stock de inversiones directas del país en el exterior: V_7
- Stock de inversiones directas extranjeras en el país: V_8
- Endeudamiento del país en el exterior: V_9
- Endeudamiento del exterior con el país: V_{10}

Todas las variables se toman en valores absolutos, pues lo que importa es la intensidad de la relación, con independencia de su sentido. Las únicas variables que pueden presentar signos negativos son los flujos netos de inversiones directas, específicamente cuando ocurren desinversiones.

En el caso colombiano, solo se trabajó con cuatro de estas variables debido a la falta de información en las bases de datos disponibles. Se ha descartado la variable V_3 pues para el caso de Colombia no es relevante, ya que por el contrario es exportador de energía. Para el caso de los ingresos por turismo, no se cuenta con bases de datos históricas que contengan esta información, pues sólo a partir de 2006 se comenzó a tener en cuenta dentro de los informes presentados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo colombiano. Lo mismo ocurre para el caso de las variables V_7 y V_8 . Por su parte, la información correspondiente a la deuda externa (V_9 y V_{10}) se encuentra totalizada en deuda pública y privada y no desagregada por país.

Las variables se han renombrado para el cálculo del índice Elcano para Colombia, de la siguiente forma:

- Exportación de bienes: V_1
- Importaciones de bienes: V_2

- Flujos de inversiones directas del país en el exterior: V_3
- Flujos de inversiones directas extranjeras en el país: V_4

La fórmula construida por los investigadores para calcular el índice de interdependencia económica entre los países, es la siguiente:

$$I_t^n = \frac{\sum_{k=1}^m P_k \frac{X_{kn}}{TV_k}}{\sum_{k=n}^m P_k} * 100 \quad (1)$$

Donde

- m El número de variables utilizadas para la construcción del índice
- X_{kn} La cantidad de la variable k intercambiada con el país n
- T_k La cantidad total de la variable k intercambiada ese año
- P_k La ponderación de cada variable V_k , que refleja el peso de cada

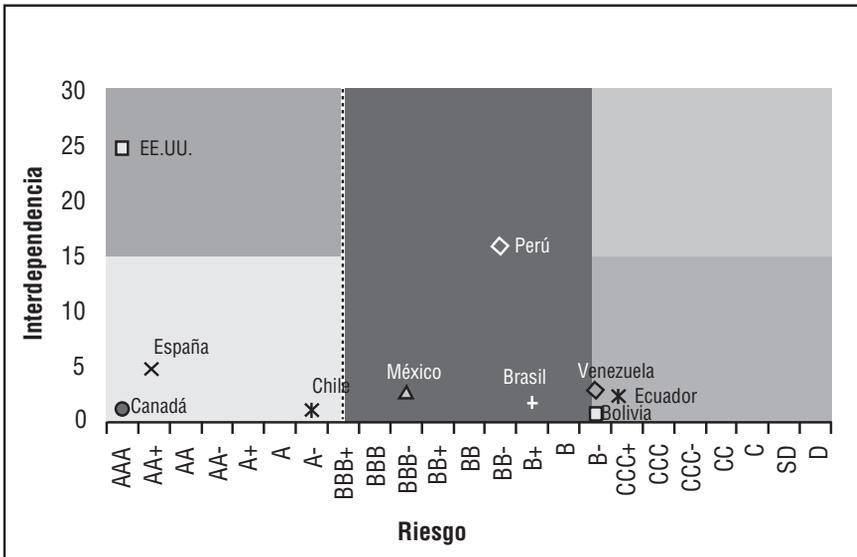
variable y la proporción de intercambio con cada país respecto del intercambio total

Una vez calculado el índice de interdependencia, se ubica en el radar de acuerdo con la calificación de riesgo que le da Standard & Poor's a esa economía para un año determinado. Esta interdependencia se presenta como una magnitud adimensional y la ponderación que se le da a cada una de las variables es de 1.

3. ANÁLISIS DEL CASO

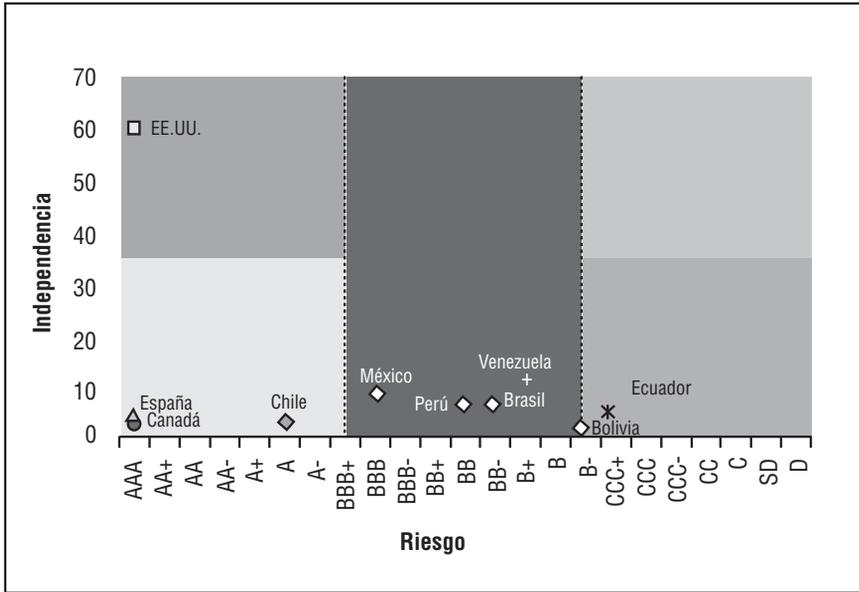
Como ya fue mencionado, los países incluidos en el cálculo del índice para este estudio son: Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Ecuador, Estados Unidos, España, México, Perú y Venezuela. En este caso se eligieron como períodos temporales los años 2003, 2005 y 2007, obteniendo los resultados que se muestran en los Gráficos 2 a 4.

Gráfico 2. Resultados Índice Elcano 2003



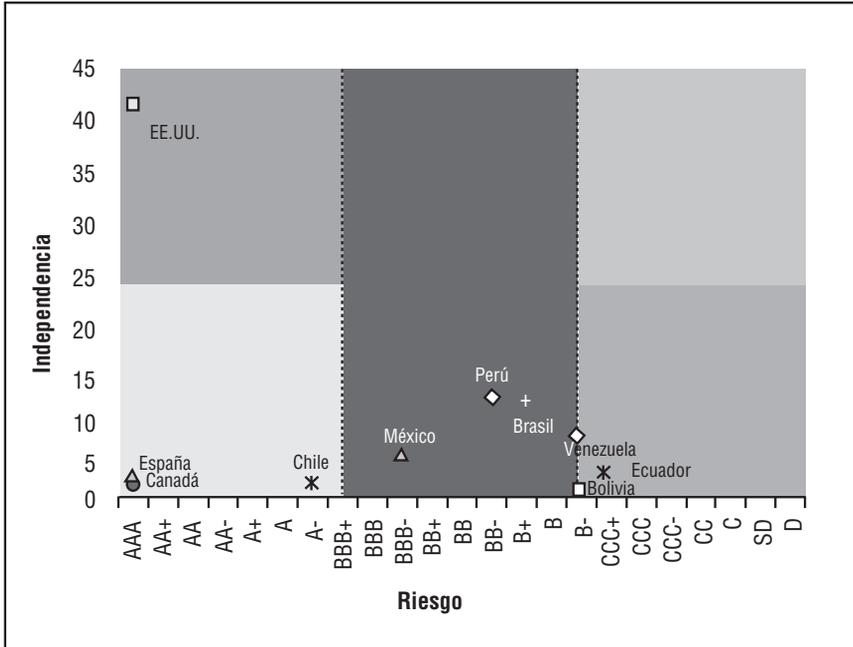
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3. Resultados Índice Elcano 2005



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4. Resultados Índice Elcano 2007



Fuente: Elaboración propia.

Como puede verse en el radar, Estados Unidos se destaca como el único socio fundamental para cada uno de los años de estudio. Este resultado puede ser el reflejo de que es el principal destino de exportaciones de Colombia así como el principal origen de la Inversión Extranjera Directa (IED). Esto significa que la economía colombiana se encuentra en un bajo nivel de internacionalización por la alta dependencia económica y comercial concentrada en un solo país.

Dentro del grupo de países estudiados, Colombia tiene varias oportunidades estratégicas como Canadá, España y Chile. Si bien los niveles de interdependencia con estos países son bajos, representan un potencial que debería ser aprovechado y, por lo tanto, desarrollar estrategias para el incremento de ésta transformándolos en socios fundamentales.

Como retos estratégicos se encuentran México, Brasil, Perú, y para el año 2005, Venezuela, economías con las que Colombia tiene relaciones moderadamente profundas pero que exhiben niveles de riesgo relativamente alto.

Ninguna de las economías estudiadas se ubica en la zona de los riesgos estratégicos, mientras que sí se pueden situar varios riesgos en potencia,

como Venezuela, Bolivia y Ecuador. En esta zona se encuentran países con los cuales Colombia posee relaciones económicas importantes pero que muestran un alto nivel de riesgo; es decir, estos países representan peligros económicos potenciales.

Es importante destacar que si bien Venezuela es el segundo socio comercial de Colombia, la evaluación del total de las variables, importaciones, exportaciones y los flujos de inversión bidireccionales, hace que el resultado del índice de interdependencia entre ambos no sea alto.

Para comprender mejor la ubicación de cada uno de los países en el radar, a continuación se presenta un resumen de la relación comercial de Colombia con cada uno de ellos.

4. RELACIÓN DE COLOMBIA CON SUS SOCIOS COMERCIALES

4.1. Riesgos en potencia

4.1.1. Bolivia

Es un país con un alto nivel de riesgo y con balanza comercial positiva respecto a Colombia, es decir, sus exportaciones hacia Colombia son mayores a las exportaciones que realiza Colombia hacia él (ver Tabla 1).

Tabla 1. Balanza comercial Colombia – Bolivia

	2003	2005	2007
Exportaciones	\$ 36.438	\$ 49.801	\$ 65.550
Importaciones	\$ 198.373	\$ 191.706	\$ 143.079
Balanza comercial	-\$ 161.935	-\$ 141.904	-\$ 77.528

Cifras en miles de dólares (USD\$)

Fuente: Cálculos con base en datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Recuperado de www.mincomercio.gov.co

Las exportaciones de Colombia a Bolivia tienen una fuerte diversificación, predominando entre ellas, productos con un importante valor agregado, mientras que las importaciones se caracterizan por ser *commodities* o derivados de ellas (ver Tabla 2).

Tabla 2. Comercio bilateral Colombia – Bolivia, principales productos

Importados	Exportados
Aceite de soya	Polipropileno
Aceite de girasol	Caramelos, confites y dulces
Tortas y demás residuos sólidos	Pañales para bebés
Frijoles	Productos laminados
Fracciones del aceite de soya	planos de hierro
	Policloruro de vinilo

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Tanto los flujos de inversión colombiana en Bolivia como la IED de este país en Colombia son muy bajos y representan mínimos porcentajes sobre los totales. Cabe resaltar que este país se encuentra cerca geográficamente a Colombia y está incluido dentro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), lo cual hace que ciertos productos tengan preferencias de ingreso.

4.1.2. Venezuela

Fue el único país que cambió su ubicación en el radar en los años estudiados, pasó de ser un riesgo en potencia a un reto estratégico; sin embargo, en 2007 regresó a su ubicación inicial. Este cambio se refleja principalmente por una mejora en la calificación de riesgo país, que pasó de B- en 2003 a B+ en 2005; en 2007 volvió a ser calificada con una B- (Standard & Poor's, 2007).

En diciembre de 2006 Venezuela celebró elecciones presidenciales, donde fue reelegido el presidente Hugo Chávez Frías, extendiendo el periodo hasta 2013. Este no es un dato menor ya que significó un impacto importante en las relaciones con Colombia. Además, a lo largo de este mismo año, los procesos de integración sufrieron varios cambios, entre ellos el anuncio de su salida de la CAN y el G-3. Por otro lado, en 2007 también se formalizó la salida del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial, anunciando, paralelamente, su ingreso al Mercosur. Aunque para el año 2003 la balanza comercial con Venezuela fue deficitaria, para los años posteriores, 2005 y 2007, los resultados fueron positivos para Colombia (ver Tabla 3).

Tabla 3. Balanza comercial Colombia – Venezuela

	2003	2005	2007
Exportaciones	\$ 696.165	\$ 2.097.591	\$ 5.210.332
Importaciones	\$ 727.417	\$ 1.219.124	\$ 1.365.956
Balanza comercial	-\$ 31.252	\$ 878.467	\$ 3.844.376

Cifras en miles de dólares (USD\$)

Fuente: Cálculos con base en datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

La mayoría de productos que Colombia exporta e importa desde Venezuela son productos con valor agregado, como se puede ver en la Tabla 4.

Tabla 4. Comercio bilateral Colombia – Venezuela, principales productos

Importados	Exportados
Productos de hierro o acero	Automóviles
Propeno	Carne de bovinos
Automóviles	Pantalones
Aluminio y sus aleaciones	Bovinos machos
Dodecilobenceno	Camisetas de algodón

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

La inversión extranjera directa de Venezuela en Colombia, sin incluir

el sector petrolero y la reinversión de utilidades, es solamente el 0,9% de la IED total en Colombia. Según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para el 2007 Venezuela ocupó el lugar 15 entre los 78 países que invirtieron en el país.

4.1.3. Ecuador

Es un país cuya calificación del índice de riesgo se ubica en CCC+ (Standard & Poor's, 2007), por lo que se lo considera vulnerable al incumplimiento de pago de obligaciones. Con todo, mantiene una estrecha relación con la economía colombiana en temas de intercambio comercial. Esto se ve reflejado en la balanza comercial, la cual ha mostrado resultados positivos durante 2003, 2005 y 2007 (ver Tabla 5).

Tabla 5. Balanza comercial Colombia – Ecuador

	2003	2005	2007
Exportaciones	\$ 779.775	\$ 1.324.408	\$ 1.276.036
Importaciones	\$ 409.667	\$ 529.001	\$ 732.792
Balanza comercial	\$ 370.108	\$ 795.406	\$ 543.244

Cifras en miles de dólares (USD\$)

Fuente: Cálculos con base en datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

La Tabla 6 muestra los principales productos que son exportados desde y hacia Ecuador. La gran mayoría tienen valor agregado, con algunas excepciones, como las importaciones de arroz desde Ecuador.

En 2007, Ecuador desinvertió alrededor de USD\$ 3,2 millones de sus capitales invertidos en Colombia, esta cifra no tiene en cuenta el sector petrolero y la reinversión de utilidades. Colombia por su parte ha ido incrementando en los últimos años

Tabla 6. Comercio bilateral Colombia – Ecuador, principales productos

Importados	Exportados
Camiones	Energía eléctrica
Automóviles	Automóviles
Arroz	Medicamentos
Atún	PVC
Sardinias en salsa	Polipropileno

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

su inversión en Ecuador que a 2007 acumulaba USD\$ 248,7 millones.

4.2. Retos estratégicos

4.2.1. México

Es uno de los retos de la economía colombiana pues durante los años estudiados permaneció en esa zona de radar, solo variando levemente debido a un incremento en el nivel de interdependencia y sobre todo por una mejoría en la calificación

de riesgo para el año 2005. Se hace referencia a un aliado económico, miembro del G-3, el cual incluye entre otros un programa de desgravación que hasta el momento tiene el 92% del universo arancelario desgravado. La balanza comercial con México fue deficitaria para 2003, 2005 y 2007, como se puede ver en la Tabla 7.

Tabla 7. Balanza comercial Colombia – México

	2003	2005	2007
Exportaciones	\$ 359.997	\$ 610.934	\$ 495.448
Importaciones	\$ 744.375	\$ 1.757.068	\$ 3.072.565
Balanza comercial	-\$ 384.378	-\$ 1.146.133	-\$ 2.577.117

Cifras en miles de dólares (USD\$)

Fuente: Cálculos con base en datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Los principales productos que intercambian estos dos países son de alto valor agregado. Sin embargo, los productos importados desde México, tienen un valor comercial por unidad mucho mayor que los productos que le vende Colombia, lo que explica el déficit en la balanza comercial de la Tabla 8.

Tabla 8. Comercio bilateral Colombia – México, principales productos

Importados	Exportados
Tractomulas	Libros, folletos e impresos similares
Celulares	Sostenes
Televisores	Láminas y hojas de plástico
Computadores	Neumáticos
Camiones Diésel 20 toneladas	Aceites de almendra

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Los flujos de IED desde México representan un 9% sobre el total de la inversión para el 2007; mientras que la inversión colombiana en México representó un 7% sobre el total de la inversión colombiana en el exterior para 2007.

4.2.2. Brasil

Otro de los retos para Colombia, al igual que México, permaneció en la zona media durante los años de estudio. Es el miembro más importante del Mercosur (en lo referido a las relaciones con Colombia) y la primera economía sudamericana. La balanza comercial con Brasil fue negativa para 2003, 2005 y 2007, como se puede apreciar en la Tabla 9.

Como se puede ver en la Tabla 10, los productos que se importan del Brasil tienen valor agregado, mientras que

Tabla 9. Balanza comercial Colombia – Brasil

	2003	2005	2007
Exportaciones	\$ 93.361	\$ 141.348	\$ 471.366
Importaciones	\$ 769.003	\$ 1.383.387	\$ 2.393.940
Balanza comercial	-\$ 675.641	-\$ 1.242.038	-\$ 1.922.573

Cifras en miles de dólares (USD\$)

Fuente: Cálculos con base en datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Tabla 10. Comercio bilateral Colombia – Brasil, principales productos

Importados	Exportados
Aviones de peso en vacío superior a 15.000 kg.	Petróleo
Teléfonos y celulares	Carbón, coques y semicoques
Aviones de peso en vacío, superior a 2.000 y menores a 15.000 kg.	Ferróníquel
Aluminio en bruto	Desperdicios y desechos de aluminio

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

los productos que Colombia le exporta son principalmente commodities.

Los flujos de IED desde Brasil representan un 14% sobre el total de la inversión para el 2007; mientras que la inversión colombiana en este país representó un 18,9% sobre el total de la inversión colombiana en el exterior para 2007.

4.2.3. Perú

Uno de los retos más importantes, es un miembro activo de la CAN por lo cual existe facilidad en el comercio entre las dos naciones. De acuerdo con el reporte de Standard & Poor's (2007), tuvo un muy buen record en políticas macroeconómicas, caracterizado por un alto nivel de crecimiento económico, baja inflación y disminución en el déficit fiscal. La balanza comercial de Colombia con Perú ha sido positiva para los periodos de estudio 2003, 2005 y 2007 (ver Tabla 11). En la Tabla 12 se muestran los principales productos importados y exportados entre Colombia y Perú.

La inversión peruana en Colombia es muy baja y solo representa un 0,3% del total de la IED; sin embargo, según datos proporcionados por el ministerio de Comercio, Industria y

Tabla 11. Balanza comercial Colombia – Perú

	2003	2005	2007
Exportaciones	\$ 395.973	\$ 710.089	\$ 806.060
Importaciones	\$ 193.370	\$ 350.106	\$ 607.676
Balanza comercial	\$ 202.603	\$ 359.982	\$ 198.383

Cifras en miles de dólares (USD\$)

Fuente: Cálculos con base en datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Tabla 12. Comercio bilateral Colombia – Perú, principales productos

Importados	Exportados
Alambre de cobre refinado	Carbón
Cinc en bruto	Azúcar de caña o remolacha
Preparaciones alimenticias para animales	Policloruro de vinilo
Láminas de plástico	Polipropileno
Impresos publicitarios	Medicamentos

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Turismo, el acumulado entre 1994 y 2007 fue de USD\$ 73,3 millones. Por el contrario, para el año 2007 Colombia desinvertió USD\$ 387,3 millones.

4.3. Oportunidades estratégicas

4.3.1. Chile

El único país latinoamericano que representa una oportunidad estra-

tégica, pues a pesar de no tener un nivel alto de interdependencia, es una economía que representa un bajo riesgo siendo la mejor calificada en América Latina. Sumado a esto, debe tenerse en cuenta el Acuerdo de Complementación Económica No. 24 firmado entre ambos países como un espacio de liberación comercial, que es importante aprovechar.

La balanza comercial es deficitaria para Colombia, esto quiere decir que son mayores las importaciones procedentes de ese país que las exportaciones que realiza Colombia hacia Chile. Las cifras de la balanza comercial para 2003, 2005 y 2007 se presentan en la Tabla 13.

Los principales productos intercambiados entre ambos países son especialmente commodities, como se puede ver en la Tabla 14.

Tabla 13. Balanza comercial Colombia – Chile

	2003	2005	2007
Exportaciones	\$ 189.364	\$ 296.174	\$ 375.831
Importaciones	\$ 299.859	\$ 377.144	\$ 660.597
Balanza comercial	-\$ 110.495	-\$ 80.970	-\$ 284.766

Cifras en miles de dólares (USD\$)

Fuente: Cálculos con base en datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Tabla 14. Comercio bilateral Colombia – Chile, principales productos

Importados	Exportados
Cátodos de cobre	Carbón
Pasta química de madera	Azúcar
Manzanas frescas	Policloruro de vinilo
Alambre de cobre	Carbono negro de humo
Papeles y cartones	Polímeros de estireno

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

3 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Perfil Comercial de Chile.

La inversión extranjera directa de Chile en Colombia tuvo un incremento de USD\$ 43,5 millones del 2006 al 2007, siendo el cuarto destino de las inversiones de capitales directos chilenos en el mundo.³ Esta inversión representa un 1,2% del total de IED en Colombia para 2007. Por su parte, la inversión colombiana en Chile también incrementó del año 2006 a 2007, en USD\$ 21 millones y representó un 2,7% de las inversiones de capitales colombianos en el mundo.

4.3.2. Canadá

Es otra de las oportunidades estratégicas que Colombia debería aprovechar para convertirlo en un socio fundamental. Esto se debe a las negociaciones del Tratado de Libre Comercio –entre Canadá por un lado y Colombia y Perú por el otro– iniciadas el pasado 16 de julio de 2007. Después de cinco rondas de negocia-

ciones, el pasado 7 de junio de 2008 se logró llegar a un acuerdo y se está aún esperando su aprobación por los respectivos entes gubernamentales para empezar su vigencia.

Al realizar un análisis de las cifras de intercambio comercial entre Colombia y Canadá para los últimos cinco años, se puede encontrar que los resultados de la balanza comercial han presentado una tendencia deficitaria constante (ver Tabla 15). Para 2003, 2005 y 2007 los resultados fueron los siguientes, y los principales productos se muestran en la Tabla 16.

La IED de Canadá en Colombia solo representa el 0,2% del total de la inversión extranjera directa en el país. Por su parte aunque Colombia tiene inversiones en Canadá, no son representativas, y para 2007 fueron de USD\$44,4 millones, sobre un total de USD\$912.794 millones.

Tabla 15. Balanza comercial Colombia – Canadá

	2003	2005	2007
Exportaciones	\$ 176.502	\$ 297.973	\$ 266.242
Importaciones	\$ 313.530	\$ 389.315	\$ 648.804
Balanza comercial	-\$ 137.028	-\$ 91.342	-\$ 382.562

Cifras en miles de dólares (USD\$)

Fuente: Cálculos con base en datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Tabla 16. Comercio bilateral Colombia – Canadá, principales productos

Importados	Exportados
Los demás trigos	Hullas térmicas
Los demás aviones y aeronaves de peso vacío superior a 2000 Kg.	Los demás cafés sin tostar, sin descafeinar
Volquetes automotores concebidos para ser utilizados fuera de la red de carreteras	Coques y semicoques de hulla, incluso aglomerados
Papel prensa en bobinas	Los demás azúcares en bruto de caja, sin adición de aromatizante ni colorante
Cloruro de potasio entre 22% y 62% de potasio	Rosas frescas, cortadas para ramos o adornos

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

4.3.3. España

Colombia tiene con la Unión Europea el Régimen Especial de Estímulo del Desarrollo Sostenible y la Gobernanza (SGP PLUS), el cual concede desde 1971, preferencias comerciales a los países en desarrollo dentro de un sistema de preferencias arancelarias generalizadas, un beneficio que es, en muchas oportunidades, desaprovechado por Colombia.

El SGP PLUS se aplica a países en desarrollo que son vulnerables por su falta de diversificación y su insuficiente integración en el comercio mundial, al mismo tiempo asumen la responsabilidad de ratificar y aplicar los convenios internacionales sobre derechos humanos y laborales, protección del medio ambiente y gobernanza, por lo cual tendrán

preferencias adicionales, destinadas a fomentar el crecimiento económico y de este modo responder positivamente a la necesidad de desarrollo sostenible, por tanto se suspenden los derechos ad valorem y los derechos específicos (excepto los combinados con un derecho ad valorem) para los países beneficiarios.⁴

Durante los últimos cinco años, la balanza bilateral entre España y Colombia pasó de deficitaria a superavitaria, como se puede observar en la Tabla 17.

Este resultado positivo ha sido jalonado principalmente por el buen desempeño de las exportaciones, en especial de las tradicionales (ver Tabla 18). En cuanto a las importaciones, estas han presentado un comportamiento positivo durante el

Tabla 17. Balanza comercial Colombia – España

	2003	2005	2007
Exportaciones	\$ 197.092	\$ 348.620	\$ 581.337
Importaciones	\$ 255.462	\$ 333.314	\$ 455.753
Balanza comercial	-\$ 58.369	\$ 15.306	\$ 125.583

Cifras en miles de dólares (USD\$)

Fuente: Cálculos con base en datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Tabla 18. Comercio bilateral Colombia – España, principales productos

Importados	Exportados
Los demás libros y folletos impresos similares	Ferróníquel
Las demás baldosas y losas de cerámica para pavimentación o revestimiento	Aceites crudos de petróleo
Las demás piezas de artillería	Hullas térmicas
Fibra de vidrio	Los demás cafés sin tostar
Polietileno de densidad inferior a 0,94	Camarones de cultivo congelados

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

4 Ver Sistema de Preferencias Arancelarias Generalizadas (SGP Plus), recuperado de <http://www.proexport.com.co>

periodo de estudio; entre el 2003 y 2005 crecieron en un 30% y entre 2005 y 2007 en un 36,7%.

El flujo de IED proveniente de España ha sido destinado sobre todo al sistema financiero, sector eléctrico y el transporte, que en 2007 representaron el 28,4%, 26,5% y 21,6% del total de la inversión en Colombia, respectivamente.⁵ Este total representó el 7,4% de la IED en Colombia para ese mismo año. Por su parte, la inversión colombiana en España no es muy representativa, siendo solo el 0,9% del total de la IED colombiana.

4.4. Socios fundamentales

4.4.1. Estados Unidos

Principal destino de las exportaciones de Colombia y principal origen de la IED en el país, con quien hasta el momento goza de la Ley de Prefe-

rencias Arancelarias Andinas y de Erradicación de Drogas (ATPDEA).

Al revisar las cifras de comercio exterior se encuentra que las exportaciones de Colombia hacia ese país crecieron en un 47% entre el 2003 y 2005, mientras que entre 2005 – 2007 crecieron en un 22%. La balanza comercial presenta resultados positivos para 2003, 2005 y 2007 (ver Tabla 19).

Como puede verse en la Tabla 20, los productos más representativos de exportación a Estados Unidos son commodities que no incluyen ningún valor agregado, mientras la gran mayoría de los productos importados, involucran un valor final más alto.

El 65,3% de la inversión colombiana en el exterior está concentrada en este país, lo que lo convierte en el primer receptor del capital colom-

Tabla 19. Balanza comercial Colombia – Estados Unidos

	2003	2005	2007
Exportaciones	\$ 5.779.441	\$ 8.479.657	\$ 10.373.300
Importaciones	\$ 4.081.181	\$ 6.005.625	\$ 8.568.977
Balanza comercial	\$ 1.698.259	\$ 2.474.032	\$ 1.804.323

Cifras en miles de dólares (USD\$)

Fuente: Cálculos con base en datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Tabla 20. Comercio bilateral Colombia – Estados Unidos, principales productos

Importados	Exportados
Cereales	Los demás cafés sin tostar
Aparatos de grabación o reproducción del sonido	Las demás flores y capullos frescos
Plástico y sus manufacturas	Rosas frescas cortadas para ramos o adornos
Instrumentos y aparatos de óptica	Desperdicios y deshechos
Fotografía o cinematografía	de oro

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

5 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

biano. Como ya se había mencionado Estados Unidos también es el principal origen de la IED en Colombia, representa el 35,7% (USD\$1.389 millones) del total.

5. CONCLUSIONES

Entre las principales conclusiones del trabajo se remarca que el nivel de internacionalización del comercio colombiano, en los períodos estudiados, es relativamente bajo. La principal evidencia es la presencia de un solo socio fundamental (Estados Unidos) que se establece ya sea como el principal destino de exportaciones y origen de importaciones, así como el principal origen de la Inversión Extranjera Directa.

Como ya fue mencionado, esto muestra que las interconexiones económicas de Colombia se concentran fundamentalmente en un solo país. Una razón que puede contribuir a esta situación es el hecho que varios de los actores que podrían ser algunos de los socios más importantes para el comercio colombiano son potencialmente riesgosos, como ocurre con Venezuela, Bolivia y Ecuador. Sin embargo, paralelamente, se están desaprovechando algunas oportunidades con un fuerte potencial como Canadá, España y Chile. Si bien en estos casos los niveles de interdependencia no son altos, representan oportunidades que deberían ser aprovechadas para transformarlos en socios fundamentales, más aun cuando se está a la espera de la entrada en vigencia del TLC con Canadá y con Chile.

Colombia debe procurar aumentar el número de sus socios fundamentales, no debe depender de la suerte de Estados Unidos, sobre todo porque gran

parte del comercio está en manos de la prolongación del APTDEA o de la firma del TLC. Ante la coyuntura actual de las relaciones con Estados Unidos, donde se está a la espera de la transición del nuevo gobierno, y se enfrentan una crisis económica, estas decisiones seguramente pasarán a un segundo plano, para atender sus necesidades más inmediatas.

6. PREGUNTAS PARA DISCUSIÓN

Aun, en el marco del comercio exterior, se presentan muchas dudas del futuro cercano para Colombia:

- ¿Cómo afectará a Colombia el que no se firme el TLC con Estados Unidos y se pierdan las preferencias de APTDEA? ¿Cuáles sectores industriales serán los más perjudicados?
- ¿Deberá Colombia proseguir en la búsqueda de nuevos tratados de libre comercio, o por el contrario concentrarse en los que se han o están negociando y finalizar su proceso legal para ponerlos en vigencia?
- En abril del 2010 se terminaron las preferencias arancelarias de Colombia con el mercado venezolano dentro del marco de la CAN (Comunidad Andina de Naciones), ¿Qué tipo de tratado con este país debería impulsar Colombia?
- ¿Debe Colombia abrir sus oportunidades al Asia, con el crecimiento de países como China e India, o es mejor concentrarse en los vecinos de América?
- ¿Cuáles acciones propone usted para incentivar las exportaciones colombianas que siguen siendo unas de las más bajas del continente americano?

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Isbell, P. y Arahuetes, A. (2005). *Amistades peligrosas y parejas ideales: el Índice Elcano de oportunidades y riesgos estratégicos para la economía española Análisis de los resultados preliminares, 2004-2005*. Documento de Trabajo (DT) 8/2005, Informes Elcano, Real instituto Elcano. Recuperado de <http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/173/IsbellArahuetes%20pdf.pdf>
2. Isbell, P. y Arahuetes, A. (2006). *III Índice Elcano de Oportunidades y Riesgos Estratégicos para la economía española: una perspectiva*

comparada con Brasil, EEUU y Alemania. Informes Elcano, Real Instituto Elcano

3. Standard & Poor's. (2007). *Sovereign Ratings in Latin America from the Sovereign Ratings Group*. Recuperado de http://www2.standardandpoors.com/spf/pdf/products/Sovereigns_Ratings_Latin_America_Book_2007.pdf

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

4. <http://www.standardandpoors.com>
5. <http://www.mincomercio.gov.com>
6. <http://www.proexport.com.co> 

GUÍA PARA LOS AUTORES DE ARTÍCULOS

- Los autores deben garantizar que su artículo es inédito y que no está postulado a publicación en otra revista.
 - Los autores de artículos serán responsables de los mismos, y por tal no comprometen los principios o políticas de la Universidad Icesi ni las del Comité Editorial de la revista **Estudios Gerenciales**. Los autores autorizan y aceptan la cesión de todos los derechos a la revista **Estudios Gerenciales**, tanto en su publicación impresa como electrónica.
 - El Comité Editorial se reserva el derecho de publicar los artículos que cumplen con los criterios de publicación de la revista. Previamente a la publicación, los artículos serán sometidos a la valoración de pares anónimos, el concepto que estos emitan se les dará a conocer a los autores.
 - **Estudios Gerenciales** es una revista arbitrada, enfocada en las áreas temáticas de la Economía y la Administración en todas sus ramas. Se privilegia la publicación de la producción intelectual con origen en investigaciones de los académicos y profesionales nacionales e inter-nacionales. También participan artículos producto de reflexiones originales sobre la problemática económica y administrativa que utilicen el método científico. Igualmente, son bienvenidas las cartas al editor, los artículos de revisión y los reportes de caso que sigan una rigurosa metodología investigativa.
- En ningún caso serán ensayos.
 - Se recibirán artículos en español, inglés y portugués.
 - Los artículos deben contener:
 - a. **Hoja de presentación del artículo.** Primera página del documento. Incluye:
 1. ***Título en español e inglés.*** Claro y preciso. Formato título 1 y alineado a la izquierda.
 2. ***Breve reseña del autor.*** Se localizará debajo de cada autor, incluirá: máximo grado académico alcanzado, vinculación institucional, cargo, grupos de investigación a los que pertenece, dirección de correspondencia y correo electrónico de contacto. Si es el caso, se debe anexar la información básica del proyecto de las investigaciones que dan origen al artículo y fuentes de financiación.

3. **Resumen analítico del artículo de máximo 120 palabras -en español e inglés-**. El resumen deberá ser en tercera persona, mostrando la finalidad, metodología, resultados y recomendaciones, no debe llevar abreviaciones o ecuaciones.
4. **Palabras claves en español y en inglés (Mínimo 3, máximo 5)**.
5. **Clasificación Colciencias* y JEL** para todos los artículos**.
 - b. **Cuerpo del artículo**. Siguiendo un orden similar al siguiente:
 1. **Introducción**. Da cuentas de los antecedentes y el objetivo de investigación. Plantea el hilo conductor del artículo.
 2. **Desarrollo**. Presenta y justifica la metodología escogida; para luego pasar a desarrollarla y mostrar los resultados de la aplicación de la misma. Cada sección debe ir numerada.
 3. **Conclusiones**. Se resaltan los principales aspectos del artículo mas no representa un resumen del mismo. Se hacen recomendaciones y se plantean futuras líneas de investigación.
 4. **Bibliografía o fuentes de información, se presentarán de acuerdo al estilo APA (véase final de este documento)*****. Las referencias aparecerán en orden alfabético y cuando son del mismo autor se organizan en orden cronológico. Deben utilizar numeración romana.
5. **Anexos**
 - c. **Referencias bibliográficas y notas de pie de página**. Las referencias bibliográficas se incluirán en el cuerpo del texto de dos formas: como narrativa (se encierra entre paréntesis sólo el año de publicación, ejemplo: Apellido (año)); y como referencia (se encierra entre paréntesis el apellido del autor y el año, ejemplo: (Apellido, año)). En el caso de ser más de dos autores cite el apellido de todos la primera vez y luego sólo el primero seguido de “et al.”. En las notas de pie de página se mostrará solo información aclaratoria, cada nota irá en numeración consecutiva y sin gráficos.
 - d. **Tablas y figuras**. En el texto se hará mención a todas las tablas y gráficas. Cada una de estas categorías llevará numeración propia y continua de acuerdo con su aparición en el texto. Todas las tablas y figuras llevarán título y fuente. Las tablas y las figuras irán insertadas (opción de edición: insertar) en el texto y además se deben enviar en un archivo aparte al del artículo.
 - e. **Ecuaciones**. Las ecuaciones se realizarán únicamente con el editor de fórmulas o ecuaciones. Todas las ecuaciones deben numerarse en orden de aparición.
 - f. **Imágenes y fotos**. Deben enviarse en alta definición. Las tablas y figuras no se consideran imágenes.

- g. **Consideraciones generales:**
- **Extensión:** No exceder de 25 páginas en total.
 - **Tipo de letra:** Fuente Arial, No.12, tamaño carta, interlineado 2, márgenes simétricos de 3 cm.
 - Los artículos se deben redactar en **tercera persona del singular (impersonal)**, contar con adecuada puntuación y redacción, carecer de errores ortográficos. Conservar equilibrio en la estructura de sus párrafos. El autor es responsable de hacer previamente a su entrega la revisión de estilo.

POSTULACIÓN DE UN ARTÍCULO

1. **Enviar un correo con los siguientes archivos a la dirección estgerencial@icesi.edu.co.** Los formatos de postulación se encuentran en la página web: http://www.icesi.edu.co/estudios_gerenciales/guia_para_autores_de_articulos.php
 - a. Artículo en archivo de Word o compatible IBM donde se incluyan todas las recomendaciones de esta Guía para Autores.
 - b. Formato de postulación de artículos diligenciado.
 - c. Formato de hoja de vida de autores, diligenciado por cada autor.
 - d. Archivo de gráficas y tablas, preferiblemente en Excel. Las imágenes y fotos deben enviarse en alta resolución.
2. En lo corrido de dos o tres días debe **recibir un acuso de re-**

cibo de los documentos, en caso que esto no ocurra, comunicarse con la Coordinación de la Revista al teléfono: (57) (2) 555 2334, Ext. 8210.

ESTILO APA PARA PRESENTACIÓN DE CITAS BIBLIOGRÁFICAS

• **Revista:**

Apellido, inicial(es) del nombre (año). Título artículo. *Nombre de la revista, Volumen* (Número), rango de páginas citadas.

Young, J. (1986). The impartial spectator and natural jurisprudence: an interpretation in Adam Smith's theory of the natural price. *History of Political Economy*, 18(3), 362-382.

• **Libro:**

Apellido, inicial(es) del nombre (año). *Título* (# ed, rango de páginas). Ciudad: Editorial.

Prychitko, D. and Vanek, J. (1996). *Producer cooperatives and labor manager Systems* (3rd ed., pp. 25-36). England: Edgar Elgar Publishing Limited.

• **Ponencia o comunicado en congreso:**

Apellido, inicial(es) del nombre (año). *Título de ponencia o comunicado*. En inicial(es) del nombre Apellido (Ed.). Título (rango de páginas citadas). Ciudad. Editorial.

Ortiz, C. (2005). La importancia de la auditoría. En R. Rodríguez (Ed.) *memorias II Simposium de contabilidad Digital Uni-*

versidad-Empresa. (205-234).
Madrid: Huelva.

- **Informes publicados:**

Apellido, inicial(es) del nombre (año). *Título*. Ciudad: Entidad encargada, Número de páginas.

- **Informes no publicados:**

Apellido, inicial(es) del nombre (año). Título. Manuscrito no publicado.

- **Internet:**

Apellido, inicial(es) del nombre (año). *Título*. Recuperado el día del mes del año, dirección electrónica.

Echevarría, J. J. (2004). *La tasa de cambio en Colombia: impacto y determinantes en un mercado globalizado*. Recuperado el 21 de junio de 2005, de <http://www.banrep.gov.co/documentos/presentaciones-discursos/pdf/tasa.pdf>

* Clasificación Colciencias para artículos científicos y tecnológicos:

- 1) **Artículo de investigación científica y tecnológica.** Documento que presenta, de manera detallada, los resultados originales de proyectos terminados de investigación. La estructura generalmente utilizada contiene cuatro apartes importantes: 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) **Artículo 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 cuenta de los avances y las tendencias de desarrollo. Se caracteriza por presentar una cuidadosa revisión bibliográfica de por lo menos 50 referencias.

** Clasificación JEL, consultar: http://www.aeaweb.org/journal/jel_class_system.php

*** Para mayor información, visite el sitio: <http://www.apastyle.org/>

GUIDELINES FOR AUTHORS OF ARTICLES

- Authors must guarantee that the presented article has not been published before and that is not actually presented to consideration of other journal.
 - Authors are responsible for the contents of their document; they do not compromise the principles or policies of Icesi University or the Editorial Committee of the journal **Estudios Gerenciales**. The authors have authorized and agreed to assign any and all intellectual rights to **Estudios Gerenciales**, in both its printed and electronic versions.
 - The Editorial Committee reserves the right to publish the articles that meet the journal's editorial policy. Prior to its publication, each article will be evaluated for anonymous academic pairs, their comments and decisions will be sent to the corresponding author.
 - **Estudios Gerenciales** is an academic journal that follows international guidelines for assessment by anonymous pairs. It releases unpublished articles on a quarterly basis. The articles are the result of an analysis of current situations or events, research studies or any other similar intellectual work conducted by authors from the national or international academic community in different areas of Economics and Administration.
- No essays will be published.
 - Articles may be submitted in English, Spanish or Portuguese.
 - Articles must contain:
 - a. **Presentation page.** The first page of the document. It includes:
 1. ***Title in Spanish and English.*** A clear precise title on the first page in format title 1 aligned to the left.
 2. ***An outline of the author's background.*** This outline will be placed underneath each author's name. It should include the author's academic background, institutional engagement, job title, research group memberships, corresponding address and e-mail address. The author must also attach basic information about the research project or studies that gave rise to the article; and financial founding used to the project.
 3. ***An analytical abstract of the article or paper in maximum 120 words both in English and Spanish.*** The abstract must be written in the third person. It must discuss the main objec-

tive of the investigation and the methodology as well as the results and recommendations. No abbreviations or equations should be used.

4. **Key words in both English and Spanish (Minimum 3, maximum 5)**
5. **Colciencias* and JEL** classifications for every article.**
- b. **Body of the article.** The following order is suggested:
 1. **Introduction.** Section that includes the background and objective of the investigation. It also shows the order of the document by sections.
 2. **Body.** It presents and justifies the selected methodology; after that, it develops and shows the results of its application. The sections in the body of the article are listed consecutively using roman numbers.
 3. **Discussion.** The main results of the article are shown in this section. It does not represent an abstract of the document. It must propose recommendation and future lines of investigation.
 4. **Bibliography or information sources, provided in conformance with APA style*** (go to the end of this document).** References are listed in alphabetical order. If several references are about the same author, then they will be arranged in chronological order and must be listed using roman numbers.
 5. **Annexes**
- c. **Bibliographical references and footnotes.** Bibliographical

references will be provided in parenthesis (surname, year) in the body of the article or paper if they are used as a reference; and will be provided as Surname (year); if they are part of the narrative of the text. If a bibliographical reference involves two different authors, first author's surname goes first followed by the second author's surname and the year. If a reference involves more than two authors, cite all authors the first time the reference occurs; in subsequent citation, include only the surname of the first author followed by "et al." and the year. If the author is part of the text, then only the year is shown in parenthesis. Footnotes must show clarifying information only. They are numbered consecutively. They are not to contain any charts or graphs.

- d. **Tables and charts.** The articles will contain references to the tables or charts. Each of these categories will have its own consecutive number in order of appearance in the article. All tables and charts must have a title and a source. They must be inserted in the text (using option Edit, then Insert) in the text. Charts (graphs, pictures, diagrams, etc.) and tables (charts and general tabulations) will be attached in original separate files to any articles sent to the journal for publication.
- e. **Equations.** Equations will be made using only the formula or equation editor, they must be listed using roman numbers.
- f. **Imagines and pictures.** They must be sent in high definition

format. Tables and charts are not considered imagines.

g. **General considerations:**

- **Length:** It may not exceed 25 pages in total.
- **Font:** Arial, font size 12, size of page letter, double-spaced lines, symmetric borders of 3 cm.
- Articles are written in the **third person singular (impersonal)**. Proper punctuation, drafting, and spelling will be used. The paragraph structure must be balanced. Authors are responsible for conducting a stylistic review of their articles before submitting them.

SUBMITTING AN ARTICLE

1. **You must send an e-mail with the following files to: estgerencial@icesi.edu.co**
Submitting forms are available at: http://www.icesi.edu.co/estudios_gerenciales/guidelines_for_articles.php
 - a. Article in Word file or a compatible file with IBM. It may include all the guidelines given in this document.
 - b. Completed submitting form for articles.
 - c. Completed CV form for authors; one for each author.
 - d. If the article has any table or graph, you must submit a separated file with these figures. Pictures and images must be sent in high definition format.
2. **You must receive an email from the Journal coordination**

two or three days after you have submitted your article. In other case, please contact directly the journal's coordinator to the telephone number: (57) (2) 555 2334, Ext. 8210.

APA STYLE FOR PRESENTATION OF REFERENCES

- **Journal:**

Author, A.A. (year). Title of the article. *Name of the journal, volume* (number), range of referenced pages.

Young, J. (1986). The impartial spectator and natural jurisprudence: an interpretation in Adam Smith's theory of the natural price. *History of Political Economy*, 18(3), 362-382.

- **Book:**

Author, A.A. (year). *Title* (edition number, range of referenced pages). City: Publisher.

Prychitko, D. and Vanek, J. (1996). *Producer cooperatives and labor manager Systems* (3rd ed., pp. 25-36). England: Edgar Elgar Publishing Limited.

- **Lecture or conference at a meeting:**

Author, A.A. (year). *Title of lecture or conference*. Last name (Publisher). Title (range of referenced pages). City. Publisher.

Ortiz, C. (2005). *La importancia de la auditoria*. En R. Rodríguez (Ed.) *memorias II Simposium de contabilidad Digital Universidad-Empresa*. (205-234). Madrid: Huelva.

- **Published reports:**

Author, A.A. (year). *Title*. City: Entity in charge, number of pages.

- **Unpublished reports:**

Author, A.A. (year). *Title*. Unpublished manuscript.

- **Internet:**

Author, A.A. (year). *Title*. Downloaded on (day, month, year), e-mail address.

Echevarria, J. J. (2004). *La tasa de cambio en Colombia: impacto y determinantes en un mercado globalizado*. Retrieved June 21, 2005, from <http://www.banrep.gov.co/documentos/presentaciones-discursos/pdf/tasa.pdf>

* Colciencias (The national institute for the sciences and technology development in Colombia) classification for scientific and technologic articles:

- 1) **Research article.** Detailed report of the results of an original and finished research project. The structure generally used for these documents is: introduction, methodology, results, and conclusions.
- 2) **Reflection article.** Report of a finished research project from the author's analytic, interpretative or critical perspective on a specific topic, using the original sources.
- 3) **Review article.** Report of a finished research project where the results of previous research projects published or not, are analyzed, systematized and integrated, in order to show the main discoveries and tendencies in a specific scientific or technological subject. It is characterized for presenting a careful bibliographical review of at least 50 references.

** JEL classification, go to: http://www.aeaweb.org/journal/jel_class_system.php

*** For more information, visit: <http://www.apastyle.com>

GUIA PARA OS AUTORES DE ARTIGOS

- Os autores devem garantir que seu artigo seja inédito e que não esteja postulado para publicação em outra revista.
 - Os autores de artigos são responsáveis pelos mesmos e portanto não comprometem os princípios ou políticas da Universidade Icesi nem os do Comitê Editorial da revista **Estudios Gerenciales**. Os autores autorizam e aceitam a cedência de todos os direitos à revista **Estudios Gerenciales**, tanto em sua publicação impressa como eletrônica.
 - O Comitê Editorial se reserva o direito de publicar os artigos que cumpram com os critérios de publicação da revista. Anteriormente à publicação, os artigos serão submetidos a avaliação por pares anônimos, e os juízos por eles emitidos serão comunicados aos autores.
 - **Estudios Gerenciales** é uma revista sujeita a arbitragem, enfocada nas áreas temáticas da Economia e da Administração em todos os seus ramos. É privilegiada a publicação da produção intelectual com origem em investigações dos acadêmicos e profissionais nacionais e internacionais. Também participam artigos produto de reflexões originais sobre a problemática econômica e administrativa que utilizem o método científico. Serão igualmente bem vindas as cartas ao editor, os artigos de revisão e os relatos de casos que sigam uma rigorosa metodologia de investigação.
- Em nenhum caso serão ensaios.
 - Serão recebidos artigos em espanhol, inglês e português.
 - Os artigos deverão conter:
 - a. **Folha de apresentação do artigo.** Primeira página do documento. Inclui:
 1. ***Título em espanhol e inglês.*** Claro e preciso. Formato de título 1 e alinhado à esquerda.
 2. ***Breve resenha do autor.*** Será localizada por baixo de cada autor, e incluirá: máximo grau acadêmico alcançado, vinculação institucional, cargo, grupos de investigação a que pertence, endereço de correspondência postal e de correio eletrônico para contato. Se for o caso, deverá ser anexada a informação básica do projeto das investigações que dão origem ao artigo e fontes de financiamento.
 3. ***Resumo analítico do artigo no máximo de 120 palavras -em***

espanhol e inglês. O resumo deverá ser na terceira pessoa, mostrando a finalidade, metodologia, resultados e recomendações, não devendo ter abreviações ou equações.

4. **Palavras chave em espanhol e em inglês (Mínimo 3, máximo 5).**

5. **Classificação Colciencias*, e JEL** para todos os artigos.**

b. **Corpo do artigo.** Seguindo uma ordem semelhante à seguinte:

1. **Introdução.** Dar conta dos antecedentes e do objetivo da investigação. Delinear o fio condutor do artigo.

2. **Desenvolvimento.** Apresentar e justificar a metodologia escolhida; para em seguida passar a seu desenvolvimento e mostrar os resultados da aplicação da mesma. Cada seção deverá ser numerada.

3. **Conclusões.** Serão realçados os principais aspectos do artigo mas isto não representa um resumo do mesmo. Serão feitas recomendações e se apresentam futuras linhas de investigação.

4. **Bibliografia ou fontes de informação, serão apresentadas de acordo com o estilo APA (ver o final deste documento)***.** As referências devem surgir por ordem alfabética e quando forem do mesmo autor serão organizadas por ordem cronológica. Deverá ser usada numeração romana.

5. **Anexos**

c. **Referências bibliográficas e notas ao pé de página.** As referências bibliográficas serão

incluídas no corpo do texto de duas formas: como narrativa (se fecha entre parêntesis apenas o ano de publicação, por exemplo: Sobrenome (ano)); e como referência (se fecha entre parêntesis o sobrenome do autor e o ano, por exemplo: (Sobrenome, ano)). No caso de serem mais de dois autores, citar o sobrenome de todos na primeira vez e em seguida apenas o primeiro seguido de “et al.”. Nas notas ao pé de página será exibida apenas informação elucidativa, cada nota será em numeração consecutiva e sem gráficos.

d. **Tabelas e figuras.** No texto será feita referência à tabela ou gráfico. Cada uma dessas categorias terá numeração própria e contínua de acordo com seu surgimento no texto. Todas as tabelas e figuras terão título e fonte. As tabelas e as figuras serão inseridas (opção de edição: inserir) no texto e além disso devem ser enviadas em um arquivo aparte do arquivo do artigo.

e. **Equações.** As equações serão realizadas unicamente com o editor de fórmulas ou equações. Todas as equações deverão ser numeradas por ordem de surgimento.

f. **Imagens e fotos.** Devem ser enviadas em alta definição. As tabelas e figuras não são consideradas imagens.

g. **Considerações gerais:**

- **Extensão:** Não exceder 25 páginas no total.

- **Tipo de letra:** Fonte Arial, No.12, tamanho carta, espaçamento 2, margens simétricas de 3 cm.

- Os artigos devem ser redigidos na **terceira pessoa do singular (impessoal)**, contar com pontuação e redação adequada, sem erros ortográficos. Manter o equilíbrio na estrutura de seus parágrafos. O autor é responsável por fazer anteriormente à sua entrega a revisão de estilo.

POSTULAÇÃO DE UM ARTIGO

1. **Enviar uma mensagem com os seguintes arquivos para a direção estgerencial@icesi.edu.co.** Os formatos de postulação se encontram na página web: **http://www.icesi.edu.co/estudios_gerenciales/guia_para_autores_de_artigos.php**
 - a. Artigo em arquivo de Word ou compatível IBM onde sejam incluídas todas as recomendações deste Guia para Autores.
 - b. Formato de postulação de artigos concluído.
 - c. Formato de folha de vida dos autores, concluído por cada autor.
 - d. Arquivo de gráficos e tabelas, de preferência em Excel. As imagens e fotos deverão ser enviadas em alta resolução.
2. Passados dois ou três dias **deverá receber a confirmação de recebimento dos documentos**, e no caso em que isso não ocorrer, contatar com a Coordenação da Revista por telefone: (57) (2) 555 2334, Ext. 8210.

ESTILO APA PARA APRESENTAÇÃO DE CITAÇÕES BIBLIOGRÁFICAS.

- **Revista:**
Sobrenome, inicial(is) do nome

(ano). Título do artigo. *Nome da revista*, Volume (Número), enumeração das páginas citadas.

Young, J. (1986). The impartial spectator and natural jurisprudence: an interpretation in Adam Smith's theory of the natural price. *History of Political Economy*, 18(3), 362-382.

- **Livro:**
Sobrenome, inicial(is) do nome (ano). *Título* (# ed, enumeração das páginas). Cidade: Editora.

Prychitko, D. and Vanek, J. (1996). *Producer cooperatives and labor manager Systems* (3rd ed., pp. 25-36). England: Edgar Elgar Publishing Limited.
- **Conferência ou comunicado em congresso:**
Sobrenome, inicial(is) do nome (ano). *Título de conferência ou comunicado*. Em inicial(is) do nome e Sobrenome (Ed.). Título (enumeração das páginas citadas). Cidade. Editora.

Ortiz, C. (2005). *La importancia de la auditoria*. En R. Rodríguez (Ed.) *memorias II Symposium de contabilidad Digital Universidad-Empresa*. (205-234). Madrid: Huelva.
- **Informações publicadas:**
Sobrenome, inicial(is) do nome (ano). *Título*. Cidade: Entidade representante, Número de páginas.
- **Informações não publicadas:**
Sobrenome, inicial(is) do nome (ano). *Título*. Manuscrito não publicado.

• **Internet:**

Sobrenome, inicial(is) do nome (ano). *Título*. Recuperado em dia do mês do ano, endereço eletrônico.

Echevarria, J. J. (2004). *La tasa de cambio en Colombia: impac-*

to y determinantes en un mercado globalizado. Recuperado el 21 de junio de 2005, <http://www.banrep.gov.co/documentos/presentaciones-discursos/pdf/tasa.pdf>

* Classificação Colciencias para artigos científicos e tecnológicos:

- 1) **Artigo de investigação científica e tecnológica.** Documento que apresenta, de forma detalhada, os resultados originais de projetos de investigação terminados. A estrutura geralmente utilizada contém quatro partes importantes: introdução, metodologia, resultados e conclusões.
- 2) **Artigo de reflexão.** Documento que apresenta resultados de investigação terminada a partir de uma perspectiva analítica, interpretativa ou crítica do autor, sobre um tema específico, recorrendo a fontes originais.
- 3) **Artigo de revisão.** Documento resultante de uma investigação terminada onde se analisam, sistematizam e integram os resultados de investigações publicadas ou não publicadas, sobre um campo de ciência ou tecnologia, com o fim de dar conta dos avanços e das tendências de desenvolvimento. Se caracteriza por apresentar uma cuidadosa revisão bibliográfica de pelo menos 50 referências.

** Classificação JEL, consultar: http://www.aeaweb.org/journal/jel_class_system.php

*** Para mais informações, visite o site: <http://www.apastyle.org/>