

PENSAMIENTO Gerencial

UNIVERSIDAD DE SUCRE

QUINTA EDICIÓN—ISSN Nº 2346-3384

REVISTA
Digital



Universidad de Sucre
Comprometidos con la Región



CONTENIDO

EDITORIAL.

1. **CONTRIBUCIÓN DEL LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS.**
2. **EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA.**
3. **INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL.**
4. **EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE.**
5. **FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMSIÓN EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA.**
6. **UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR.**
7. **LA CULTURA ESTRATEGICA Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS**

EDITORIAL

El concepto de internacionalización debe incluir a todas las actividades que realice la Universidad donde se involucren personas (estudiantes, profesores o personal administrativo) que colaboren o tengan contacto con otras personas o instituciones que se encuentren por fuera de nuestras fronteras, pero que afectan a las estructuras de nuestros planes de estudios, a la manera como enseñamos, investigamos y hacemos la extensión en Unisucre.

En la Facultad de Ciencias económicas y administrativas llevamos varios años realizando movilidad estudiantil y necesitamos, como segundo paso, incursionar en la movilidad docente para lo cual ya existe una norma interna que permite y promueve la movilidad entrante y saliente de docentes e investigadores, esta norma a su vez permite la adaptación administrativa de esta nueva realidad al interior de la Universidad.

La internacionalización es de suma importancia para las universidades porque de esta manera facilitan y apoyan la colaboración internacional, al igual que la movilidad de su personal y de sus estudiantes de modo que puedan competir más fácilmente en el campo internacional para atraer estudiantes e investigadores de alto nivel, así como obtener recursos de investigación y financiación de programas internacionales y para dotar a sus estudiantes del roce cultural y formativo que le brinda esa experiencia, además del nuevo idioma, en aquellos casos, cuando la experiencia haya ocurrido en un país con distinto idioma al español. Lo anterior potencializa las posibilidades de enfrentarse a los retos de una sociedad globalizada, con mayor garantía de éxito.

También hemos entendido que es importante que el conocimiento científico se internacionalice, para lo cual las revistas científicas son el medio más indicado para su divulgación de modo que pueda llegar a cualquier parte del mundo.

Por eso es importante que todo investigador domine una serie de estrategias para lograr que sus trabajos tengan impacto y reconocimiento a nivel internacional entre estas tenemos las siguientes: Registrarse en redes científicas como Academia.edu y Researchgate, Seguir redes de investigadores de carácter internacional, Mantenerse informado de convocatorias de pro-

yectos desde organismos internacionales, Buscar convocatorias de ayudas para la movilidad a otros países, Difundir las publicaciones y proyectos priorizando seguidores extranjeros y priorizando que otros te reconozcan, Contactar con investigadores de otros países y ofrecernos como colaboradores/socios en sus proyectos, Invitar a investigadores extranjeros a colaborar en nuestros preciados proyectos de investigación, Enviar al menos el 50% de nuestros artículos a revistas extranjeras, contactar con otros investigadores próximos a nuestra temática, formar parte de equipos internacionales y sobre todo viajar a otros países, superando las barreras geográficas y, en ocasiones, institucionales o burocráticas.

Los anteriores pasos y otros más que podemos encontrarnos en el camino deben ser superados por los docentes investigadores que deseen tener un reconocimiento internacional, con ayuda de la administración, por supuesto. a que la investigación sea el eje fundamental de la actividad académica, dónde el cuerpo de docentes y los estudiantes que participan en los semilleros y grupos de investigación, puedan aportar información obtenida en la actividad investigativa y generando en la comunidad educativa de la cual hacen parte un uno conocimiento. Invitamos a toda la comunidad universitaria nacional e internacional para que se vinculen a la revista mediante la presentación de artículos investigativos y académicos.



Pedro M. Herrera Gutiérrez
Decano

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
Email: deca.admon@unisucre.edu.co

EDITORIAL

El concepto de internacionalización debe incluir a todas las actividades que realice la Universidad donde se involucren personas (estudiantes, profesores o personal administrativo) que colaboren o tengan contacto con otras personas o instituciones que se encuentren por fuera de nuestras fronteras, pero que afectan a las estructuras de nuestros planes de estudios, a la manera como enseñamos, investigamos y hacemos la extensión en Unisucre.

En la Facultad de Ciencias económicas y administrativas llevamos varios años realizando movilidad estudiantil y necesitamos, como segundo paso, incursionar en la movilidad docente para lo cual ya existe una norma interna que permite y promueve la movilidad entrante y saliente de docentes e investigadores, esta norma a su vez permite la adaptación administrativa de esta nueva realidad al interior de la Universidad.

La internacionalización es de suma importancia para las universidades porque de esta manera facilitan y apoyan la colaboración internacional, al igual que la movilidad de su personal y de sus estudiantes de modo que puedan competir más fácilmente en el campo internacional para atraer estudiantes e investigadores de alto nivel, así como obtener recursos de investigación y financiación de programas internacionales y para dotar a sus estudiantes del roce cultural y formativo que le brinda esa experiencia, además del nuevo idioma, en aquellos casos, cuando la experiencia haya ocurrido en un país con distinto idioma al español. Lo anterior potencializa las posibilidades de enfrentarse a los retos de una sociedad globalizada, con mayor garantía de éxito.

También hemos entendido que es importante que el conocimiento científico se internacionalice, para lo cual las revistas científicas son el medio más indicado para su divulgación de modo que pueda llegar a cualquier parte del mundo.

Por eso es importante que todo investigador domine una serie de estrategias para lograr que sus trabajos tengan impacto y reconocimiento a nivel internacional entre estas tenemos las siguientes: Registrarse en redes científicas como Academia.edu y Researchgate, Seguir redes de investigadores de carácter internacional, Mantenerse informado de convocatorias de pro-

yectos desde organismos internacionales, Buscar convocatorias de ayudas para la movilidad a otros países, Difundir las publicaciones y proyectos priorizando seguidores extranjeros y priorizando que otros te reconozcan, Contactar con investigadores de otros países y ofrecernos como colaboradores/socios en sus proyectos, Invitar a investigadores extranjeros a colaborar en nuestros preciados proyectos de investigación, Enviar al menos el 50% de nuestros artículos a revistas extranjeras, contactar con otros investigadores próximos a nuestra temática, formar parte de equipos internacionales y sobre todo viajar a otros países, superando las barreras geográficas y, en ocasiones, institucionales o burocráticas.

Los anteriores pasos y otros más que podemos encontrarnos en el camino deben ser superados por los docentes investigadores que deseen tener un reconocimiento internacional, con ayuda de la administración, por supuesto. a que la investigación sea el eje fundamental de la actividad académica, dónde el cuerpo de docentes y los estudiantes que participan en los semilleros y grupos de investigación, puedan aportar información obtenida en la actividad investigativa y generando en la comunidad educativa de la cual hacen parte un uno conocimiento. Invitamos a toda la comunidad universitaria nacional e internacional para que se vinculen a la revista mediante la presentación de artículos investigativos y académicos.



Pedro M. Herrera Gutiérrez
Decano
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
Email: deca.admon@unisucre.edu.co

1 CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

Autores: Mauricio Andrés Mercado Arroyo¹ – Etelevina Isabel Salas Pérez² – Kelly del Carmen Vitola Rodríguez³ Álvaro Santamaría Escobar⁴

RESUMEN

A lo largo de la historia se ha generado conocimiento en las empresas, pero solo en los últimos años toma relevancia la gestión del conocimiento como herramienta de mejoramiento y desarrollo en la gerencia de proyectos. Con una revisión documental en las últimas dos décadas, se identifica a la gestión del conocimiento como un modelo que complementa y apoya el proceso gerencial.

El objetivo de este artículo se centra en determinar los aportes que ofrece la implementación de modelos de gestión del conocimiento en el desarrollo de la gerencia de proyectos. Se concluye que uno de los factores de éxito de las empresas radica en la creación, sistematización y difusión del conocimiento, teniendo en cuenta que es compromiso del gerente de proyectos incentivar continuamente modelos de gestión del conocimiento en todos los procesos organizacionales

Palabras claves: Gestión del conocimiento, conocimiento, gerencia de proyectos.

Abstract

Throughout history, knowledge has been generated in companies, but only in recent years does the relevance of knowledge management as a tool for improvement and development in project management. With a documentary review in the last decades, knowledge management is identified as a model that complements and supports the managerial process. The objective of this article is to determine the projects that offer the implementation of knowledge management models in the development of project management. It is concluded that one of the factors of success of companies lies in the creation, systematization and dissemination of knowledge, taking into account that it is the commitment of the project manager to continually encourage knowledge management models in all organizational processes

Keywords: Knowledge management, knowledge, project management.

1.- Arquitecto, maumer28@hotmail.com,

2.- Ingeniera Agrícola, ete217@gmail.com

3.- Comunicadora Social, kellyvitolarodriguez@gmail.com

4- Docente de Planta Universidad de Sucre.

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

INTRODUCCIÓN

El presente artículo tiene como objetivo exponer la contribución de un modelo de gestión del conocimiento hacia la consecución de resultados en la gerencia de proyectos, para este fin se realizó una revisión documental sobre el tema en los últimos quince años, analizando artículos, libros, documentos de instituciones reconocidas en este ámbito y algunas tesis. Su carácter es descriptivo, interpretativo. El propósito de la revisión se centra en determinar los aportes que ofrece la implementación de modelos de gestión del conocimiento en el desarrollo de la gerencia de proyectos.

Aborda el tema en tres partes en las que se hace un recorrido inicial por los diferentes modelos de gestión, continúa con los principales conocimientos que se manejan en la gerencia y luego describe modelos de gestión del conocimiento y aplicación en la gerencia de proyecto. Finalmente se presentan algunas conclusiones

METODOLOGÍA

Para la realización de este artículo de revisión de documentos bibliográficos se hizo una lectura y recopilación de información relacionada al tema seleccionado “gestión del conocimiento y la gerencia de proyectos” a través de diversas bases de datos especializadas como Proquest, science direct, google académico.

En el caso particular de este documento se ha seleccionado la revisión descriptiva interpretativa, los descriptores o palabras claves que se utilizaron fueron Conocimiento, Gestión del Conocimiento, y Gerencia de Proyectos con cerca de 200 resultados y de los cuales se seleccionaron e identificaron los más representativos y sus posturas más relevantes



CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

MODELOS DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL

En la actualidad son muchos los desafíos a los que se enfrenta la dirección de proyectos teniendo en cuenta el contexto cambiante por el que transita el desarrollo empresarial en el país. Esta situación exige modelos de gestión organizacional que respondan a las necesidades de un proyecto en particular, brindando oportunidades de creatividad, innovación, competitividad y desarrollo empresarial.

Es aquí donde cobra importancia la actividad de la gerencia, surgiendo la planificación, la organización, la dirección a seguir, y la evaluación permanente de los procesos para verificar el grado de avance y la retroalimentación necesaria a fin de consolidar, redimensionar y hacer los ajustes que fueren necesarios (Añez, 2005).

Miranda (2004) propone en el libro “El desafío de la gerencia de proyectos” que los retos que tiene la gerencia en lograr crear capacidades instaladas en un proyecto cumpliendo con requisitos de alcance, tiempo, costo y calidad, va ligado al adecuado dimensionamiento, además de estructuras bien diseñadas que en la mayoría de los casos determinan la diferencia entre éxito y fracaso.

En virtud de lo anterior, es importante en la gerencia de proyectos y en el desarrollo de procesos organizacionales proponer modelos de gestión que contribuyan a cumplir con los objetivos trazados por una organización. A este respecto, “Los modelos más representativos en la actualidad son la gestión estratégica y prospectiva, la gestión por procesos, la gestión del talento, la gestión por competencias y la gestión del conocimiento” Zabaleta (2003).

Para entender más a fondo los modelos mencio-

nados, a continuación se hace una breve descripción de cada uno .

La gestión por procesos se define como un enfoque gerencial básico y fundamental para la obtención de resultados. “La Gestión por Procesos es el modo de gestionar toda la organización basándose en los procesos y la percibe como un sistema interrelacionado” León, Rivera & Nariño (2010). En este enfoque de gestión se encuentran las normas ISO que proponen procesos y el PMBOK que facilita herramientas y técnicas de gestión de proyectos.

En relación a la norma ISO 21500 cuyo título es Directrices para la Dirección y Gestión de Proyectos, ofrece un acercamiento estructurado para la gerencia óptima de todos los procesos implicados en el desarrollo de cualquier proyecto.

Esta norma internacional no es en sí misma una guía para la “gestión de proyectos”. Se trata la orientación para la calidad en los procesos de gestión de proyectos. La orientación sobre la calidad en los procesos relativos al producto del proyecto, y sobre el “enfoque basado en procesos (Parra, 2005).

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

Por su parte, “El propósito total del PMBOK es proporcionar un léxico común dentro de la profesión y de la práctica de la gerencia para hablar y escribir sobre la gerencia de proyecto” Parra (2005). Para este caso, el PMBOK como herramienta es útil en el desarrollo de proyectos a través de múltiples procedimientos, herramientas y técnicas que facilitan la ejecución y control de las tareas a realizar, el PMBOK identifica “buenas practicas” en la gerencia que pueden ser replicables a la mayoría de proyectos y que a su vez realzan las probabilidades de éxito de los mismos.

En cuanto a “La Gestión del Talento Humano en las organizaciones es la función que permite la colaboración eficaz de las personas para alcanzar los objetivos organizacionales e individuales” Chiavenato (2002).

Según Pardo (2013) plantea que la gestión del talento humano está fundamentada en una visión estratégica guiada por una planeación social, que tiene como base el conocimiento pleno y la cultura organizacional, además que busca establecer como la organización percibe y valora a las personas con los que cuenta en su interior.

Por otro lado, “La gestión por competencias es una herramienta considerada estratégica que consiste en impulsar a un nivel de excelencia las competencias individuales de la gente según las necesidades reales que posea una organización” Villamayor (2004).

“La gestión por competencias se preocupa por el individuo de manera integral. Parecería un intento de hacer más humana la producción, las finanzas, la economía, el mercado, y el sentido

del trabajo para el hombre de hoy” Gómez (2010). En este modelo de gestión se trata de identificar las fortalezas de cada miembro de la organización de tal forma que se conviertan en ganancias competitivas.

En relación al pensamiento estratégico se define como un enfoque que se ha desarrollado con fuerza en ámbitos gerenciales, este propone “varias etapas que parte desde la definición de un horizonte para la visión, hasta llegar al monitoreo estratégico en donde los indicadores de gestión evalúan el logro de los resultados del plan”. Amaya (2005). En este mismo sentido y como dos metodologías que se complementan, se describe la “prospectiva estratégica, cuya finalidad es indagar el futuro, explorar lo desconocido, imaginar lo inimaginable, procurando confeccionar modelos probables y deseables, en representación expectante de la realidad, para diseñar y construir escenarios desde la pluralidad del futuro aleatorio” Fuentes (2012). Es decir que en la gestión empresarial no es suficiente contar con una planeación estratégica de la organización, sino además tener respuestas a posibles contextos que se puedan presentar sacando el mejor provecho de estos.

Por último la gestión del conocimiento como un enfoque de gestión de proyectos pasa a ser un reto para las organizaciones en su visión hacia la consecución de resultados sostenibles y competitivos.

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

Cada empresa cuenta con su propio y único inventario de conocimientos, con su propia historia, cultura y conjunto de rutinas organizativas. Si las habilidades y el conocimiento de los individuos son obtenidos y aprovechados en forma eficiente, esto puede posibilitar el desarrollo de una posición ventajosa y sostenida para la organización que sea extremadamente difícil de imitar por sus competidores (Jaimes, Bravo, Cortina, Pacheco & Quiñones, 2007, p 9).

En esta afirmación, el autor propone una construcción colectiva del conocimiento que impacta los resultados de una organización, el aprove-

chamiento del talento humano para crear, centralizar, difundir y actualizar el conocimiento como la base del desarrollo gerencial que propende por la consecución eficaz de resultados.

La Gestión de Conocimiento es el desarrollo en una organización de las capacidades y actividades que le permite diseñar nuevos productos y mejorar los existentes, así como modificar y mejorar sus procesos, es el saber hacer en contexto que hoy es global (Díaz, 2013).

A su vez, Aja (2002) define “la gestión del conocimiento como la gestión de los activos intangibles que aportan valor a la organización al momento de obtener capacidades y competencias esenciales distintivas”, lo que responde a las necesidades de un proyecto hacia la consecución de una propuesta de valor que los haga atractivos para los clientes y competitivos en el mercado.

PRINCIPALES CONOCIMIENTOS QUE SE INVOLUCRAN EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

Como la ciencia ha demostrado, la humanidad ha tenido cambios, progresos transformaciones, en toda la vida de este planeta, donde las especies se han adaptado para sobrevivir; el conocimiento y la gestión de proyectos no ha sido la excepción. Según Apaolaza (2009) “La gestión de proyectos ha sufrido una importante evolución y como resultado se

han ampliado los conocimientos y también el horizonte de estudio, donde nuevos temas de interés emergen y otros pierden importancia”.

Lo anterior se ha llevado a cabo a través de la transferencia del conocimiento, pero ¿Cómo ocurre dicho proceso? Para ciertos autores hay un conocimiento explícito y otro tácito. El conocimiento explícito o codificado, es el más comúnmente conocido,

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

Por ser transmisible, una vez transformado en información, en la comunicación por medio de los lenguajes convencionales externos. Se trata de los conocimientos o significados que se mantienen en el plano de la conciencia, mediante el auxilio del lenguaje articulado; y el conocimiento tácito, tiene un carácter personal, que lo hace más difícil de formalizar y comunicar; además está profundamente enraizado en la acción, en el compromiso y desarrollo en un contexto específico (Nonaka & Takeuchi 2000).

Dicho esto, los gerentes de proyectos deben aprovechar los canales más adecuados para la transmisión de estos saberes, ya que el conocimiento es el detonador de éxito empresarial. Drucker (1996) citó en su libro “La sociedad post-capitalista” La necesidad de generar una teoría económica que colocara al conocimiento en el centro de la producción de riqueza. Al mismo tiempo, señalaba que lo más importante no era la cantidad de conocimiento, sino su productividad. En este sentido, reclamaba para una futura sociedad, para una sociedad de la información en la que el recurso básico sería el saber, que la voluntad de aplicar conocimiento para generar más conocimiento debía basarse en un elevado esfuerzo de sistematización y organización.

En la sociedad de la información, el saber es el único recurso significativo, mientras que los tradicionales factores de producción (recursos naturales, mano de obra y capital) se han convertido en secundarios y pueden obtenerse, con facilidad, siempre que haya saber. Las nuevas tecnologías, que acompañan a la sociedad de la información, están transformando radicalmente las economías, los mercados y la estructura de

la industria, los productos y servicios, los puestos de trabajo y los mercados laborales (Drucker 1996).

A partir de lo anterior se afirma que los avances tecnológicos en la actualidad funcionan como pilares fundamentales en la adquisición de nuevos conocimientos por medio del desarrollo de habilidades que convierten a trabajadores y empresas en agentes competentes para las exigencias de los nuevos mercados. Sin olvidar que cada empresa debe garantizar una estructura innovadora, creativa y formativa, cimentada en fuentes de conocimiento.

Las organizaciones se distinguirán cada vez por su cultura. Aquellas que exploten el conocimiento acumulado a la hora de innovar o resolver algún problema para hacer las cosas bien y de forma rápida, se convertirán en empresas inteligentes. Una organización que aprende es una organización experta en crear, adquirir el conocimiento y modificar su comportamiento para reflejar nuevos conocimientos e interpretaciones (Nieves & León, 2001)

Así mismo estos autores determinan las siguientes 7 fuentes de conocimiento:

“Capacitación: Es el conocimiento básico que una persona posee para desempeñar con decisión el cargo que ostenta”.

“Recursos: Es el conocimiento sobre los recursos que se utilizan para el desarrollo de un proceso. Por ejemplo, la forma de operar la maquinaria o las herramientas.

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

“Procesos: Es el conocimiento que se encuentra en los procesos, son una serie de actividades que a partir de los recursos generan cambios en ellos con un fin preestablecido”.

“Historia: Es todo el conocimiento que aparece en la "experiencia".

“Información: Es el conocimiento que se halla dentro de los libros, manuales, todos aquellos medios audiovisuales y al alcance de las personas”.

“Talento humano: Es el conocimiento que posee cada persona, propio de sus estudios, y que si bien son de cada una de ellas, de acuerdo con ellos es que la compañía contrata cada empleado”.

“Heurística: Es el conocimiento que aparece como resultado de la iniciativa que tienen las personas de innovar o mejorar”.

Cabe resaltar que el conocimiento no es vano, sino que surge para satisfacer necesidades que se presentan día a día, pero es menester que el individuo se apropie de herramientas pertinentes para potenciar esta búsqueda permanente y dilucidar la importancia de desarrollar conocimiento a través de un cuerpo formal para que lo apliquen los gerentes.

Los académicos están interesados en el estudio y desarrollo de un cuerpo profesional de conocimientos como ejercicio en su propio derecho, ya sea que estas críticas y las extensiones de la investigación lo hagan en los cuerpos del conocimiento, depende en gran medida de la amplitud de los resultados, los estudios se publican y lo bien que resuenan (Morris, Crawford, Hodgson, Shepherd & Thomas, 2006).

Del mismo modo, Morris, et al (2006) proponen, “Educación de la gestión, basada en las áreas formales de conocimiento de BOK y la acreditación profesional, hay serias presiones hacia las instituciones educativas para incorporar los BOKs en su plan de estudios. Es evidente que todos los actores clave tienen intereses en los cuerpos formales del conocimiento y cómo se utilizan”.

En consecuencia, todo lo anterior debe estar basado en fases estructuradas con el objetivo de presentar un modelo formal de conocimiento desarrollado por autores como Nonaka y Takeuchi (1995) quienes argumentan que “El proceso de creación de conocimiento organizacional comienza con la socialización, compartiendo el conocimiento tácito que poseen los individuos con el fin de amplificarlo al interior de la organización.”

“Durante la segunda fase, el conocimiento tácito se convierte en conocimiento explícito y adopta la forma de un nuevo concepto, el cual debe ser justificado”

“En la tercera fase, la organización determina si vale la pena desarrollar este nuevo concepto o no.

“En la cuarta fase, los nuevos conceptos son convertidos en un arquetipo, sea este un prototipo si se trata del desarrollo de un producto físico, de un mecanismo operacional si es una innovación abstracta, o un nuevo sistema administrativo o estructura organizacional innovadora”.

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

Por último durante la quinta fase, se distribuye el conocimiento creado en los grupos de interés al interior o exterior de la organización. Todo lo anterior en un bucle repetitivo y en espiral, bajo un contexto organizacional que provee las condiciones facilitadoras para que el proceso de creación de conocimiento ocurra.

Además de lo planteado por Nonaka y Takeuchi, surgen otros autores que van adicionando elementos a la gestión de proyectos, como el seguimiento y control al mismo, con la finalidad de seguir nutriendo el cuerpo de conocimiento.

Del mismo modo, el seguimiento y control (S&C) en gestión de proyectos es un tema de interés común en cuerpos de conocimiento y estándares. La finalidad de este proceso es cumplir con los objetivos del proyecto causando los menores traumatismos, y se basa en la observación, medición sistemática del desempeño, identificación de variaciones, y adopción de acciones correctivas, preventivas y de gestión de cambios (Montes, Gimena, Pérez & Díez, 2011).

También Montes, et al (2011) “Las propuestas de asociaciones profesionales y organizaciones de estandarización en dirección de proyectos, coinciden en afirmar que el proceso de S&C contribuye con la minimización de las desviaciones durante ejecución y con el logro de mejores resultados”.

Por otro lado, cabe resaltar otro aspecto determinante en el éxito de los proyectos el cual es la estandarización, para ISO (2012) “Un estándar es un documento establecido por consenso que proporciona normas, pautas o características para las actividades o sus resultados, para el uso común o repetido, con el fin de alcanzar un grado de optimización en un contexto dado”.

Esto nos conduce a una mejor organización del proyecto y obtener los mejores resultados en cumplimiento, presupuesto, calidad, seguimiento, control, procesos y demás elementos para armonizar los procedimientos como lo afirman Ahlemann, Teuteberg & Vogelsang (2009) “Los estándares en gestión de proyectos están co-

brando cada vez más fuerza en las organizaciones, donde uno de los mayores beneficios es la armonización de la diferente terminología y el entendimiento de los procesos y los métodos”

A nivel mundial existen estándares establecidos por organizaciones que fueron naciendo desde el siglo pasado, según Crawford (2004) “Los estándares más significativos en Gestión de Proyectos se describen a continuación”

“The PMBOK (Project Management Body of Knowledge): Es el Estándar desarrollado por el Project Management Institute. Esta organización es líder en mundial en la profesión de la gestión de proyectos con más de medio millón de miembros y certificados a lo largo de 185 países. Identifica 9 áreas de conocimiento, 42 procesos y 5 grupos de procesos.”

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

“APM BoK (Association of Project Management Body of Knowledge): Establecido en Europa, identifica 6 áreas de conocimiento y 42 puntos que las personas involucradas en gestión de proyectos deberían conocer y tener experiencia en ellas”.

“BS 6079 (British Standard Guide to Project Management): Es un estándar inglés establecido en 1901. Identifica 11 áreas de conocimiento y 50 actividades de apoyo”.

“IPMA Competence Baseline (ICB): Desarrollado por el International Project Management Association (la organización vinculada a la gestión de proyectos más antigua, fundada en 1965 en Suiza). Se divide en 46 competencias correspondientes a la parte técnica, las competencias de comportamiento de las personas y las competencias contextuales relacionadas con los proyectos, los programas y los portafolios”.

“ISO 10006: Elaborado por el International Standard Organization. Dota de guías para la calidad de los proyectos y no es considerado como estándar de gestión de proyectos por algunos profesionales. Se compone de 4 áreas de conocimiento y 34 procesos”.

“P2M (Project & Program Management for Enterprise Innovation): Es un estándar establecido por el Project Management Professionals Certification Centre (PMCC) de Japón, hoy en día conocido como el Project Management Association of Japan (PMAJ, 2005). Determina 11 marcos de conocimiento y 33 prácticas”

“Existen más estándares en el entorno de la dirección de proyectos como el Prince2 (Reino

Unido), NCSPM (Australia) o SAQA (Sudáfrica) entre otros, pero no se focalizan tanto en el proyecto, sino en la organización o en las personas que desarrollan dicho proyecto, y por lo tanto no se han incluido en el estudio”.

Acerca de lo anterior, hay autores que se han dedicado a analizar dichos estándares valorándolos como herramientas de gestión y desmenuzando sus falencias como lo hacen

Zabaleta et al, (2012) “Se observa que en base a las áreas de conocimiento desarrolladas en los 6 estándares más conocidos en la gestión de proyectos, ninguno de dichos estándares dedica un área específica al control de los proyectos. Es cierto que el control aparece como un proceso concreto en la mayoría de los estándares pero no como un área de conocimiento a tener en cuenta.”

“Tampoco se recoge el hecho de considerar el cambio que puede suponer el desarrollo de un proyecto en el devenir de la organización. Cabe destacar que estos dos factores están considerados como menos importantes por los distintos autores”.

“Los factores críticos más citados en la literatura como el calendario y el coste son contemplados en los 6 estándares analizados, pero no se le dedica tanta atención como a los factores de equipo y disponibilidad de los recursos. Del mismo modo, alcance, compras y riesgos son factores que aparecen al menos una vez en todos los estándares”. Finalmente, se considera oportuno mencionar el papel meramente teórico que muchas veces desempeñan los estándares, orientados a la didáctica y a las certificaciones, impidiendo su aplicación en la organización.

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA GERENCIA DE PROYECTOS

Es común encontrar en el medio de la gerencia de proyecto una producción significativa de conocimiento que se obtiene desde el análisis del contexto y las circunstancias que emerge desde la experiencia, las cuales fortalecen futuras oportunidades de proyectos, sin embargo son muy pocas las personas que valoran este cultivo de saberes que pasa desapercibido y se entrepánela en medio de la ejecución de actividades.

Por el otro lado, es frecuente enfrentar altibajos en el desarrollo del alcance del proyecto que pueden ser previstos a través de transferencias de conocimiento, dándole la importancia que requiere en el momento que un integrante deja el equipo y se lleva consigo todo el conocimiento adquirido por la experiencia.

La habilidad de una organización para transmitir información y destreza a sus empleados es lo que se conoce como Gestión del Conocimiento, una disciplina relativamente joven que cobra importancia en el campo de los profesionales project manager

La gestión del conocimiento tiene el fin de transferir el conocimiento desde el lugar donde se genera hasta el lugar en donde se va a emplear Fuentes (2010), el reto será materializarlos en el momento que se genera, identificar las formas de hacerlo llegar donde se requiera y el medio por el cual accederán los interesados, para esto será necesario todo un proceso de alistamiento que permita interiorizar la importancia del saber.

Andreu & Sieber (1999) plantean que la gestión del conocimiento es el proceso que continuamente asegura el desarrollo y la aplicación de

empresa con objeto de mejorar su capacidad de resolución de problemas y así contribuir a la sostenibilidad de sus ventajas competitivas, atendiendo a estas palabras donde asegura la gran plus de una organización que se da a la tarea de crear y transferir conocimientos, así mismo cualquier tipo de proyecto que haga lo mismo, lograra el alcance deseado y concederá una oportunidad de cambio y transformación al campo de intervención estipulada, permitiendo ser reconocido por los inversionistas .

Los modelos de gestión del conocimiento según Nonaka y Takeuchi (1999) en su libro “La organización creadora de conocimiento” expone la teoría de la creación de conocimiento organizacional. Esta teoría se basa en el proceso de comunicación del conocimiento en torno a modos de conversión entre el conocimiento tácito y el explícito, donde:

todo tipo de conocimientos pertinentes de una

Conocimiento Tácito: Este es un conocimiento muy personal y difícil de plantear a través del lenguaje formal y, por lo tanto, difícil de transmitir y compartir con otros. Tiene sus raíces en lo más profundo de la experiencia individual, así como en los ideales, valores y emociones de cada persona.

Conocimiento Explícito: Es aquel que puede expresarse a través del lenguaje formal; es decir, con palabras y números, y puede transmitirse y compartirse fácilmente, en forma de datos, fórmulas científicas, procedimientos codificados o principios universales. Se expresa normalmente en algún soporte físico (libros, CD ROMS, imágenes).

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

Existen cuatro formas de conversión de conocimiento cuya interacción constituye el motor del proceso de creación de conocimiento. Estas fases se muestran en la siguiente gráfica:

Gráfica 1. Motor del Proceso de creación del conocimiento



Fuente: Nonaka & Takeuchi (1.999)

La anterior imagen nos muestra el proceso de conversión propuesto por los autores y que ha sido de modelo de otras teorías posteriores.

La oficinas de proyectos o PMO son entidades internas que se encargan de centralizar y coordinar la gestión de proyectos a través de toda la organización Senge (2006).

Que mejor espacio que este, para apersonarse del proceso de la gestión del conocimiento y asegurar que todos los empleados tengan como prioridad convertirse en un motor que impulse la generación y divulgación de los conocimientos adquiridos.

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

En primera instancia se pretende preservar el conocimiento que va emergiendo, a través de mecanismos que sistematice todos los saberes explícitos que tenga y genere cada persona.

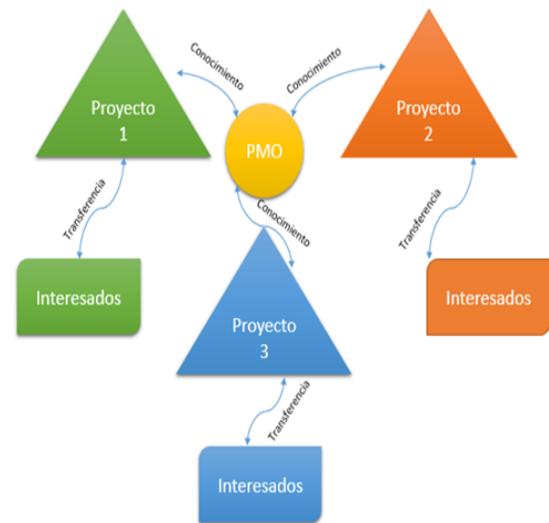
Después incentivar la producción de conocimiento constante como establece McELroy (2002) “El conocimiento se crea en los sistemas sociales humanos, es decir, mediante procesos grupales o individuales (banco de ideas, discusión entre compañeros sobre algún tema específico, reflexión interior, etc.) y este proceso de creación tiene un inicio y un fin, ubicándolo en unas etapas dentro del ciclo de vida del conocimiento”.

Desde la PMO se crean mecanismos que hacen empleados con mayor capacidad de producir conocimiento, con cultura de documentar, mejorando la destreza propia y del equipo utilizando su creatividad. Luego lograr una exitosa transferencia del conocimiento, con ello se construye modelos mentales eficientes para la realización de las actividades propuestas.

De hecho, la colaboración y trabajo en equipo es una de las premisas propuestas por el PMI dentro del framework básico para la gestión de proyectos, todas las actividades relacionadas con el análisis, creación y transferencias de bases de datos de conocimiento se deben realizar en conjunto con todos los integrantes del equipo de trabajo PMI (2008)

Quizás el trabajo en equipo y disponer calidad de tiempo para generar conocimiento entre todo el grupo de trabajo es uno de los mayores retos y es la primera tarea que se debe incorporar en los planes de acción si se desea un

desarrollo integral del conocimiento y la gestión de proyectos. Gráfica 2.



Fuente: PMI(2008)

En la imagen se observa la transferencia de saberes desde la PMO hacia los interesados y así mismo desde los interesados hacia la PMO, estableciendo un proceso dinámico de gestión del conocimiento actualizando a medida que avanza cada nueva experiencia.

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

DISCUSIÓN

A partir de la descripción de los modelos de gestión organizacional y teniendo en cuenta la importancia de los mismos en el ejercicio de un gerente de proyectos interesado en la consecución de objetivos en una organización, es fundamental definir el efecto que se pretende ejercer sobre el equipo de trabajo, además del alcance que se desea lograr para implementar uno o más modelos.

En este sentido, el gerente de proyectos tiene un compromiso que apunta hacia la búsqueda de alternativas y métodos de gestión que se adecuen a la organización y motiven el buen desempeño y la competitividad.

Es así como los modelos de gestión organizacional cumplen un papel fundamental en la gerencia de proyectos, donde se exige una articulación de procesos, herramientas y estrategias que conlleven a un desarrollo eficiente del trabajo, además de marcar diferencias en el mercado.

Al plantearse modelos de gestión, se involucran los procesos de planificación, preparación, dirección y control, el énfasis de dicha gestión dependerá de los objetivos que desee alcanzar el gerente de proyectos en el marco de la visión y misión en una organización.

Por lo tanto, ante la implementación de un enfoque de gestión es importante considerar aquellos que le ofrecen mejores ventajas a la organización, siendo relevantes los que implican innovación y creatividad como es el caso de la gestión del conocimiento. Este modelo se presenta como una herramienta en la gerencia de proyectos que permite volver colectivo un conocimiento individual, además de posibilitar el manejo adecuado de la información en aras de potenciar capacidades en un equipo de trabajo.

En consecuencia, incluir en la gerencia de proyectos un modelo de gestión del conocimiento trasciende la importancia de centrar la atención

en los medios de producción, dando mayor valor al concepto de creación, producción y difusión de conocimiento como enfoque clave para la competitividad ante un mundo globalizado.

Por tal motivo, está de parte de las organizaciones implementar el modelo de gestión que mejor se adapte a su contexto y así aprovechar los grandes beneficios que presentan, lo que muy seguramente las conducirá al éxito empresarial.

Teniendo en cuenta que la producción de conocimiento se produce en cualquier parte, en un ambiente controlado es posible explotarlo en gran medida, diseñado específicamente para la consecución de metas, regulado por un estándar que conduce a la organización a alcanzar la optimización.

Por otro lado, es claro que la generación de conocimiento es una dinámica en continuo crecimiento desafortunadamente en la mayoría de los casos, esos nuevos saberes y experticia se queda en la oralidad y en la práctica, sin poder trascender a la consolidación documental y la transferencia, lo que significa un retroceso en las organizaciones que puede implicar variaciones en el alcance de las propuestas.

Optar por cambiar la cultura de la sistematización de las experiencias es el reto de los nuevos profesionales y de los gerentes de proyectos propiciar la generación del conocimiento desde cada área de trabajo que será necesaria para futuras intervenciones.

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

CONCLUSIONES

La gestión de procesos facilita el flujo de conocimiento para la consecución de resultados y la calidad de esas ideas que se transforman y enriquecen, forman en gran parte elementos de éxito para los proyectos y las organizaciones en mercados competitivos.

Los equipos de trabajo en gerencia de proyectos, a pesar que producen diariamente conocimiento es poca la importancia que le dan a este, entendiendo GC como la creación, sistematización y transferencia de los conocimientos.

Las PMO son el entorno perfecto para motivar la gestión del conocimiento y debe ser quien impulse como hito la gestión del conocimiento.

Cabe destacar que el conocimiento ha evolucionado en el transcurrir de los tiempos, a medida que aparecen nuevos saberes, cambian conceptos preestablecidos, aunque su transmisión sigue siendo de manera explícita o tácita.

El conocimiento es un recurso primordial en la gerencia de proyecto, extremadamente importante, muy influyente en la producción de riqueza, pero éste no nace por sí solo, se fundamenta en factores inherentes que van pasando por varias fases llevando una secuencia lógica, armonizando los procesos y aplicando de estándares creados por instituciones internacionales para los que algunos autores funcionan como optimizadores empresariales.

En un mundo globalizado, la gerencia de proyectos se mantiene sobre dinámicas turbulentas de innovación, productividad y mejoramiento de procesos. Entendiendo esto, la gestión del conocimiento ofrece la posibilidad de dirigir esfuerzos empresariales hacia la creatividad en un contexto de alta productividad y competitividad.

La gestión del conocimiento se convierte en un plus que genera cambios y concede valor agregado a las intervenciones.



CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

BIBLIOGRAFÍA

- Ahlemann F, Teuteberg F, Vogelsang K (2009) Project management standards – Diffusion an application in Germany and Switzerland. *International Journal of Project Management*, vol. 27, pp. 292-303
- Amaya, J. A. (2005). *Gerencia: Planeación & Estrategia*. Universidad Santo Tomás de Aquino.
- Amaya, K., Iriarte, M., & Perozo, D. (2006). Gestión del conocimiento como capacidad interna. *Telos*, 8(2), 250-265.
- ANDREU, R. & SIEBER, S. (1999): “La gestión integral del conocimiento y del aprendizaje”, *Economía Industrial*, no. 326, pp. 63-72
- Apaolaza U (2009) Investigación en el método de gestión de entornos multiproyecto “cadenacrítica”
- Bulmaro Adrián Fuentes Morales (2010): "LA GESTIÓN DE CONOCIMIENTO EN LAS RELACIONES ACADÉMICO-EMPRESARIALES. UN NUEVO ENFOQUE PARA ANALIZAR EL IMPACTO DEL CONOCIMIENTO ACADÉMICO." Tesis Phd. Universidad Politécnica de Valencia, España
- Crawford, L (2004) *Global Body of Project Management Knowledge and Standards*
- Díaz, L. V. (2013). Gestión del conocimiento y del capital intelectual: una forma de migrar hacia empresas innovadoras, productivas y competitivas. *Revista EAN*, (61), 39-68.
- INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Grupo Editorial Norma
- International Organization for Standardization (2012) www.iso.org
- Jaimes Amorocho, H., Bravo Chadid, S. A., Ricardo, C., Karina, A., Pacheco Ruiz, C. M., Alean, Q., & Gabriela, M. (2009). Planeación estratégica de largo plazo: una necesidad de corto plazo. *Pensamiento & Gestión*, (26), 191-213.
- Mark W. McElroy (2002) “The New Knowledge Management – Complexity, Learning, and Sustainable Innovation.
- Miranda, J. J. M. (2004). El desafío de la gerencia de proyectos. MMEditores.
- Montes, M, Gimena, F, Pérez, M, Díez, H (2011) Universidad Pública de Navarra. Explorando los cuerpos de conocimiento de la gestión de proyectos y su orientación hacia el seguimiento y control. XV Congreso Internacional de Ingeniería de Proyectos Huesca, 6-8 de julio de 2011
- Morris, P., Crawford, L., Hodgson, D., Shepherd, M. & Thomas, J. (2006). Exploring the role of formal bodies of knowledge in defining a profession - The case of project management. *International Journal of Project Management*, 24(8), 710-721.
- Nieves Lahaba, Y., & León Santos, M. (2001). La gestión del conocimiento: una nueva perspectiva en la gerencia de las organizaciones. *Acimed*, 9(2), 121-126.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *Modelo Creación Del Conocimiento En Las Organizaciones*.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2000). La empresa creadora de conocimiento. *Gestión del conocimiento*, 23-49.
- Parra, M. V. (2005, September). Examinando los procesos de la Dirección de proyectos. In IX Congreso de Ingeniería de Organización (p. 238).
- Pedraja-Rejas, L., Emilio Rodríguez-Ponce, & Juan Rodríguez-Ponce. (2006). Sociedad del conocimiento y dirección estratégica: Una propuesta integradora. *Interciencia*, 31(8), 570-576.
- Peter Senge (2006), “The fifth discipline: the art and practice of the learning organization” [1]
- project Management institute (2008) "Project Management Body Of Knowledge (PMBOK Guide). Pag 27.
- Rondón, D. (2009). Aportes de los enfoques de desarrollo organizacional y la gerencia del conocimiento a la construcción de instituciones de investigación agrícola como organizaciones inteligentes. *Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 1(2), 113-129.
- Squires BP. Biomedical review articles: what editors want from authors and peer reviewers. *Can Med Assoc J* 1994;141:195-7.
- Salas, L. T., & Gómez, M. T. (2013). Ventajas organizacionales: elementos necesarios para el desempeño gerencial en empresas con base tecnológica. *Revista Arbitrada Formación Gerencial*, 12(1).
- Stretton A (1994) A short history of project management: part one: the 1950s and 60s. *Australian Project Manager*, vol. 14, no. 1, pp. 36-37.
- Zabaleta Etxebarria, Igartua Lopez, Errasti Lozares (2012). Análisis de la relación existente entre los estándares de gestión de proyectos y los factores críticos para su éxito. 6th International Conference on Industrial Engineering

CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA GERENCIA DE PROYECTOS

BIBLIOGRAFÍA

Zabaleta, A. T. (2003). Los modelos actuales de gestión en las organizaciones. gestión del talento, gestión del conocimiento y gestión por competencias. *Psicología Desde El Caribe*, (12)

2

EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA

Autores: Alfredo Anaya Narváez ¹ – Jhon Pablo Martínez Benítez ² – Luis Carlos Valencia Burgos ³

RESUMEN

La pobreza y el deterioro del medio ambiente se encuentran íntimamente relacionados, lo cual resulta del análisis amplio que se debe hacer sobre la pobreza, no solo considerando elementos que afectan al ser humano de manera directa, como son la carencia de aquellas necesidades básicas de alimentación, salud, vivienda, educación etc. o de las que circunscriben el entorno meramente económico o valoración monetaria del mismo; sino al hecho de que todos los seres humanos están inmersos en una red de interacciones que posibilitan su relación con otros seres vivos y que permiten el bienestar y aseguramiento de la especie. En efecto, los factores que inducen a la pobreza son los mismos que transgreden el bienestar de los seres vivos; los cuales se han convertido en dinamizadores del quebranto significativo del medio ambiente; la sobreexplotación de los recursos naturales, la extinción de numerosas especies animales y vegetales; el deterioro de la tierra, el agua y el aire son consecuencias que se derivan de este círculo vicioso en que los seres humanos tienen una indudable responsabilidad. Colombia no es ajena a esta problemática por lo cual se hace necesario un mayor esfuerzo de toda la sociedad para atacar las causas generadoras de pobreza que inciden positivamente en la protección del medio ambiente.

Palabras claves: Pobreza, Medio Ambiente, Desigualdad, Desarrollo Humano Sostenible, Necesidades Básicas

1. Matemático. Magister en Economía. Estudiante de Doctorado en Ciencias Económicas de la Universidad del Zulia. Docente-Investigador de la Universidad de Sucre. e-mail: alfredo.anaya@unisucre.edu.co.

2. Administrador de Empresas, Magister en Administración. Docente-Investigador de la Universidad de Sucre. e-mail: Jhon.martinez@ unisucre.edu.co.

3. Contador Público, Magister en Gestión de Organizaciones. Doctorante en Ciencias Sociales mención Gerencia, Universidad del Zulia- Venezuela. Docente-Investigador de la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Montería. e-mail: luis.valenciab@campusucc.edu.co.

EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA

Abstrac

Poverty and the deterioration of the environment are closely related, which results from the broad analysis that must be done on poverty, not only considering elements that affect the human being directly, such as the lack of basic food needs, Health, housing, education, etc., or of those that circumscribe the merely economic environment or monetary valuation thereof; but to the fact that all human beings are immersed in a network of interactions that enable their relationship with other living beings and that allow the welfare and assurance of the species. In fact, the factors that induce poverty are the same that transgress the welfare of living beings; Which have become dynamizers of significant environmental damage; overexploitation of natural resources, extinction of numerous animal and plant species; the deterioration of land, water and air are consequences that derive from this vicious circle in which human beings have an undoubted responsibility. Colombia is no stranger to this problem, which is why it is necessary to make a greater effort of the whole society to attack the causes of poverty that have a positive impact on the protection of the environment.

Keywords: Poverty, Environment, Inequality, Sustainable Human Development, Basic Needs

INTRODUCCIÓN

Trabajos como el de Morales Estupiñán & Parada (2005) han tratado acerca de la relación entre los seres humanos y el medioambiente, y particularmente sobre la relación entre la pobreza y los recursos naturales y el entorno. De allí la preocupación de entidades nacionales e internacionales en tratar esta temática, así como en cumbres y conferencias mundiales, especialmente las promovidas por la Organización de Naciones Unidas-ONU, en las cuales han analizado esta relación y se pronuncian frecuentemente en sus informes de desarrollo humano sobre la necesidad urgente de dar solución a la problemática que se plantea.

Abordar esta discusión se hace más imperioso en un país como Colombia que, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE (2017), indica que en el año 2016

de cada 100 habitantes, 28 se encuentran clasificados en pobreza monetaria y casi la mitad de los hogares adolecen de servicios públicos esenciales dentro de la pobreza multidimensional, lo que se traduce en la mala calidad de vida del 50% de los colombianos, por lo cual es importante escudriñar esta relación.

Para estudiar la relación entre pobreza y medio ambiente es preciso empezar por examinar los conceptos de pobreza, sus medidas y diversas posturas sobre la pobreza y el desarrollo. De igual manera se debe establecer un marco teórico para la relación pobreza-medio ambiente, para luego abordar la situación de pobreza en Colombia y las características del deterioro ambiental colombiano como resultado de esta situación, para finalizar con las conclusiones.

EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA

METODOLOGÍA

La metodología que se utiliza para desarrollar este artículo es la de revisión bibliográfica de textos, artículos y documentos que permitan acceder a la información sobre los diferentes conceptos de pobreza, sus medidas, los grupos más vulnerables y su relación con la sostenibilidad ambiental. De igual manera, la pobreza y su relación con la desigualdad.

Igualmente se utilizará información estadística proveniente de fuentes nacionales e internacionales, particularmente la del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas-DANE

y de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe-CEPAL, así como documentos oficiales del gobierno colombiano que permitan examinar la situación de pobreza en el contexto latinoamericano.

Todo lo anterior con el fin de describir e interpretar la situación de pobreza en Colombia en el marco de su relación con la sostenibilidad ambiental para lo cual se tendrá en cuenta el denominado enfoque de factores mediadores.

DISCUSIÓN

Se abordan inicialmente los conceptos de pobreza y sus diferentes medidas lo que permitirá examinar la relación entre pobreza y medio ambiente, para posteriormente finalizar esta sección analizando la situación colombiana en estas materias.

La pobreza y sus medidas

La pobreza es un fenómeno complejo y multidimensional, razón por la cual existen múltiples definiciones y maneras de medirla. Tradicionalmente se ha definido la pobreza como privación material, medida mediante el ingreso o el consumo del individuo o la familia (PNUD, 2000).

Para (Molina, 2003), es la carencia de lo que requieren los seres humanos para satisfacer sus necesidades básicas, varía en el tiempo y entre las sociedades. Por ello cada país elabora sus propias líneas de pobreza de acuerdo con su nivel de desarrollo, normas sociales y valores.

Podemos entonces decir, que la pobreza puede ser entendida como un nivel de bienestar que no ha sido alcanzado por un individuo o grupo y en este sentido, la pobreza se asocia con una mala calidad de vida por cuanto existen carencias o falta de elementos necesarios para vivir y desenvolverse dignamente en un contexto social.

En este caso se habla de pobreza extrema o pobreza absoluta como la falta de ingreso necesario para satisfacer las necesidades de alimentación básicas. Estas últimas se suelen expresar en términos de requerimientos calóricos mínimos. Adicionalmente existe la definición de pobreza general o relativa, que es la falta de

EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA

ingreso necesario para satisfacer tanto las necesidades alimentarias básicas como las necesidades no alimentarias básicas, tales como vestido, energía y vivienda (PNUD 2000).

Existen múltiples formas de definir la pobreza como posibles maneras de medirla debido a que se trata de un fenómeno complejo en el que influyen muchos factores y que puede ser estudiado desde muy diversas perspectivas. Por ello, el estudio de la pobreza y su interpretación no es una tarea sencilla.

De hecho, se puede establecer una primera diferencia entre pobreza objetiva y pobreza subjetiva dependiendo de la información con que se cuente para el estudio (Feres & Mancero, 2001). Los análisis de pobreza subjetiva se basan en la percepción que tienen los propios individuos u hogares de su situación. Las medidas subjetivas, se basan generalmente en las respuestas a la pregunta “¿Usted se considera pobre?” y otras como “Actualmente las condiciones de vida en su hogar son muy buenas, buenas, regulares, o malas?”.

Cabe anotar que las medidas subjetivas de la pobreza aportan valiosas informaciones; sugieren que la percepción de la pobreza puede ser, no tanto un concepto absoluto, sino relativo a los patrones de vida del entorno social (Thorbecke, 2003) y también a la historia reciente de los hogares. No obstante se basan en percepciones que pueden ser inestables, al poder ser, por ejemplo, influenciadas por una apreciación de la condición de pobreza, o por cambios en la posición socioeconómica del grupo de referencia. Por eso, las medidas objetivas siguen siendo un instrumento necesario para formular y monitorear una estrategia contra la pobreza.

Los estudios objetivos de pobreza utilizan información recogida mediante variables cuya medición proviene de la observación directa por parte del investigador, generalmente encuestas, lo que les confiere un alto grado de objetividad (las variables utilizadas más habitualmente para ello son el ingreso o el gasto de los hogares). Los estudios objetivos pueden ser monetarios o no monetarios.

Dentro de los no monetarios tenemos, el método de los indicadores sociales, cuya modalidad más difundida en América Latina se conoce como de las “Necesidades Básicas Insatisfechas” (NBI), y está basado primordialmente en una concepción de la pobreza como “necesidad”. En este enfoque no importa si los individuos poseen el ingreso para satisfacer sus necesidades básicas, sino que efectivamente éstas hayan sido cubiertas.

Por otro lado, el enfoque monetario o las medidas monetarias para determinar la pobreza, en cambio, tienen en cuenta generalmente los ingresos o gastos de los hogares. Estas medidas se dividen entre absolutas y relativas dependiendo de las referencias y umbrales que se establezcan (Feres & Mancero, 2001).

La pobreza absoluta se define como la situación en la cual no están cubiertas las necesidades básicas del individuo, es decir, existe carencia de bienes y servicios básicos (normalmente relacionados con la alimentación, la vivienda y el vestido). La pobreza relativa sitúa el fenómeno de la pobreza en la sociedad objeto de estudio. Desde esta perspectiva se considera que una persona es pobre cuando se encuentra en una situación de clara desventaja, económica y socialmente, respecto al resto de personas de su entorno.

EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA

Esta concepción de la pobreza está muy ligada a la noción de desigualdad (INE, 2014).

Desde un ángulo completamente diferente se pueden realizar análisis basados principalmente en la imposibilidad de acceso a ciertos consumos básicos, entendiendo que estas limitaciones pueden provocar la falta de integración social. El estudio de esta faceta de la exclusión social, muy relacionada con la pobreza, se denomina privación multidimensional (Alkire & Foster, 2011).

Una vez definida la pobreza y establecidos los aspectos que abarca el término “pobreza”, su medición requiere de indicadores cuantificables, que guarden relación con la definición escogida. Sea cual fuere ésta y el o los indicadores utilizados, el proceso de medición involucra dos elementos: la identificación de las personas que se considere pobres y la agregación del bienestar de esos individuos en una medida de pobreza. Por ello, luego de revisar algunos conceptos y enfoques sobre la pobreza, se examinan las diferentes formas para resolver los problemas de “identificación” y “agregación”.

Al igual que en la definición conceptual del término pobreza, las metodologías para su estimación son variadas y con diversos grados de complejidad. Se resalta el hecho de que la mayoría de los estudios económicos y sociales sobre el tema han centrado su atención en tres ámbitos, la pobreza vista como necesidad, estándar de vida e insuficiencia de recursos.

Existen (Sen A. , Issues in the measurement of poverty, 1979) dos métodos generales para llevar a cabo la identificación de la población pobre. El primero de ellos es el método direc-

to. A través de este se identifica el conjunto de hogares (o personas) que no satisfacen un grupo específico de necesidades previamente establecidas (condiciones de la vivienda, educación, composición demográfica del hogar, tenencia de activos, etc.). El segundo se denomina método indirecto. En este caso la identificación se lleva a cabo mediante el cálculo de un umbral mínimo, por lo general asociado a un nivel de ingreso o gasto, por debajo del cual se considera que una persona no puede satisfacer sus necesidades básicas. Mientras que el primero se basa en la satisfacción efectiva de un conjunto de necesidades, el segundo hace referencia a la posibilidad de satisfacerlas (considerando para ello un nivel mínimo de ingresos)

Cabe reiterar que el método directo relaciona el bienestar con el consumo efectivamente realizado, mientras que el método “indirecto” lo relaciona con la posibilidad de realizar consumo. Al respecto, Sen (Sen A. , Public Action and the Quality of Life in Developing Countries, 1981) ofrece un ejemplo particularmente ilustrativo: “El asceta que ayuna en su costosa cama de clavos será registrado como pobre bajo el método directo; en cambio, el método del ingreso lo clasificará de manera distinta al considerar su nivel de ingreso, con el cual una persona típica de esa comunidad no tendría dificultad para satisfacer sus requerimientos nutricionales básicos”.

EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA

El medio ambiente y la relación con factores de pobreza

De conformidad con Provencio (2003) en la mayoría de las cumbres y conferencias mundiales, existen declaraciones acerca de la resolución conjunta de los problemas de pobreza y el medio ambiente, con el fin de armonizar el desarrollo económico, la equidad con la protección al medio ambiente.

En ese sentido, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente indica “La erradicación de la pobreza representa el mayor desafío del mundo actual y es requisito indispensable para lograr el desarrollo sustentable, en particular en los países en desarrollo” (PNUMA, 2002).

Actualmente, el debate sobre este tema considera dos aspectos esenciales, el primero de ellos atinente a la relación entre pobreza y deterioro ecológico que se presenta por causa de factores como la población y la tecnología, y el segundo las implicaciones del consumo creciente como consecuencia del aumento de ingresos sobre el medio ambiente.

Por un lado resulta claro que en muchas circunstancias se crea un círculo vicioso entre pobreza y deterioro ambiental, en el sentido de que se retroalimentan, especialmente por el incremento poblacional (demografía) y la ausencia de tecnologías o prácticas adecuadas sobre el medio ambiente (Escuela de Organización Industrial - eoi, 2017).

Sin embargo, para un análisis más completo de la relación entre pobreza y medioambiente se hace necesario tener en cuenta escalas, contextos y umbrales, lo que va de la mano de un conjunto de procesos mediadores que dan

cuenta de diversas situaciones que se generan, denominado enfoque de factores mediadores.

De esa manera dentro del análisis se incorporan elementos adicionales a la pobreza monetaria, como las condiciones de vida, el consumo, la desigualdad, el acceso a bienes y servicios ambientales y el entorno vital (Provencio, 2003), cuyas relaciones se aprecian en la siguiente tabla 1.

Aquí se observa con claridad meridiana que existen dos dimensiones principales (Numerales 1 y 2 de la primera columna de la Tabla 1) sobre las que se desarrolla el tema, puesto que la tercera, referida a la vulnerabilidad se considera una interfase de las otras dos dimensiones (Provencio, 2003).

Tabla 1. Principales dimensiones y relaciones pobreza medioambiente

Dimensiones Principales	Factores Clave	Relaciones Básicas	Entornos Predominantes
1. Activos productivos y servicios ambientales: Pobreza por ingreso	a. Protección de los recursos base: suelos, bosques, biodiversidad, pesquerías, fauna, material genético, paisajes. b. Agua c. Seguridad económica	? Para muchos pobres las fuentes de ingreso dependen de la disponibilidad y la calidad de los recursos. ? Factores de acceso, disponibilidad y calidad como condicionantes del ingreso y de las oportunidades ? Presiones por afectación de servicios ambientales	? producción primaria y ambiental rural ? Contextos urbanos afectados por crisis de servicios ambientales
2. Entorno vital: Pobreza por necesidades básicas y calidad de vida	a. Salud b. Servicios básicos c. Contaminación	? El déficit de servicios y la contaminación difusa afectan la salud y otras capacidades de la población pobre ? Externalidades negativas de la población no pobre	Medios urbanos y poblaciones rurales
3. Vulnerabilidad	a. Riesgo b. Desastres	? Los asentamientos y los recursos productivos de la población más pobre están particularmente expuestos a riesgos y a desastres	Áreas urbanas marginales y pequeñas comunidades

Fuente: (Provencio, 2003)

La primera de ellas, es la interacción de hombre y medio ambiente que deteriora y agota en algunos casos los recursos o servicios ambientales y que es una dimensión típicamente rural pero con efectos sobre la parte urbana.

EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA

Ejemplos de ella, los casos de deforestación y los usos inadecuados de las fuentes de agua para el sector agropecuario y de madera para producir energía.

La segunda dimensión es referida principalmente al deterioro ambiental, la falta de acueductos, servicios de alcantarillado, aseo, vivienda digna entre otros, y los efectos sobre los pobres de externalidades negativas del consumo de la población que no es pobre, especialmente en el área de la salud. Es una dimensión urbana esencialmente, pero que también se puede dar en las poblaciones rurales, como en el caso de las actividades mineras que afectan el ambiente y la salud de las comunidades de influencia del proyecto.

Este enfoque de factores mediadores es congruente con lo establecido en la Cumbre del Milenio de septiembre del año 2000, en donde 189 países reunidos en la Asamblea General de las Naciones Unidas-y entre ellos Colombia - acordaron ocho objetivos de desarrollo con metas establecidas para el año 2015 (ODM):

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
2. Lograr la educación primaria universal.
3. Promover la equidad de género y la autonomía de la mujer.
4. Reducir la mortalidad infantil.
5. Mejorar la salud materna.
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.
7. Garantizar la sostenibilidad ambiental. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Quedó formalizado desde ese momento un nuevo paradigma: El paradigma del Desarrollo Humano Sostenible, según el cual, el ser humano debe ser el centro sobre el cual gira el desarrollo, anteponiéndose al problema económico del mercado (Sen A. , 2000), en el marco de un medio ambiente sano como elemento esencial para la disminución de la pobreza, lo que además resulta congruente con los objeti-

vos del PNUMA.

En efecto, para el caso de Colombia en particular, el documento CONPES 091 de 2005 dio inicio formal a los procesos de comprensión de la importancia de los ODM y su inclusión en los documentos de planeación económica y social. Este documento contiene las siguientes metas para el objetivo número 7 de los ODM, que por supuesto guardan una relación directa con la pobreza y con las mediciones que sobre ella se realizan:

1. Reforestar (nación) por lo menos 30.000 hectáreas anuales (2003 – 2015)
2. Consolidar las áreas protegidas del sistema de parques nacionales naturales.
3. Eliminar a partir de 2010 el consumo de sustancias agotadoras de la capa de ozono.
4. Construcción de 2.300.000 Viviendas de Interés Social (VIS)
5. Atención a 450.000 hogares en el mejoramiento de vivienda.
6. Ampliar cobertura de acueducto y alcantarillado en áreas rurales y urbanas.

La pobreza y el medioambiente en Colombia

En Colombia se define un hogar en pobreza extrema como aquel que no tiene un ingreso suficiente para adquirir una canasta de alimentos que le garantice los requerimientos calóricos diarios, según recomendaciones y estándares internacionales (FAO 2005 - ICBF), así mismo, un hogar en pobreza es aquel que no tiene un ingreso suficiente para cubrir la canasta de alimentos y otras necesidades básicas (gastos en salud, educación, vestuario, etc.) (DNP, 2014).

EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE (2017), oficialmente, hay dos formas de calcular la pobreza en Colombia: la primera de ellas, y la más conocida, es el cálculo a partir de los ingresos monetarios de los hogares, conocida como pobreza monetaria. La segunda de ellas es el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) que evalúa 5 dimensiones donde los hogares colombianos podrían estar en privación. Ellas son, condiciones educativas del hogar, condiciones de la niñez y la juventud, salud, trabajo, y acceso a los servicios públicos domiciliarios y las condiciones de la vivienda. Estas cinco dimensiones son evaluadas a través de 15 indicadores.

- a) **Condiciones educativas del hogar**
 - i. Bajo logro educativo
 - ii. Analfabetismo
- b) **Condiciones de la niñez y juventud**
 - i. Trabajo infantil
 - ii. Barreras acceso a servicios de cuidados primera infancia
 - iii. Rezago escolar
 - iv. Inasistencia escolar
- c) **Trabajo**
 - i. Desempleo de larga duración
 - ii. Empleo informal
- d) **Salud**
 - i. Sin aseguramiento
 - ii. Barreras acceso a servicios de salud por necesidad
- e) **Acceso a servicios públicos y condiciones de vivienda**
 - i. Acceso a fuentes de agua mejorada
 - ii. Eliminación de excretas
 - iii. Pisos
 - iv. Paredes
 - v. Hacinamiento crítico

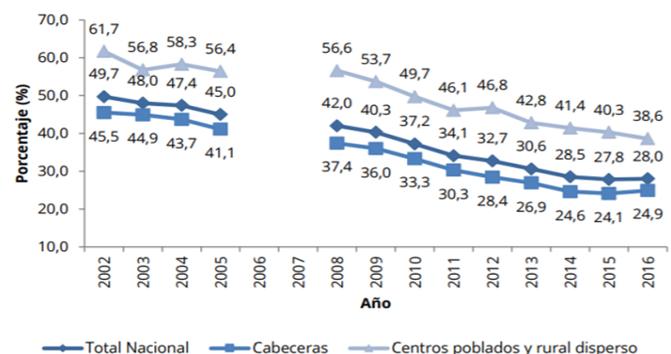
Ambas medidas son complementarias y no excluyentes, pues son mediciones desde ópticas diferentes del mismo fenómeno, y la utilización de estas dos medidas demuestra que en Colombia la pobreza se asocia directamente tanto a la capacidad de consumo de bienes y servicios de mercado, como al acceso a bienes y

servicios públicos básicos, e igualmente al de vivienda digna, entre otros. Por tanto, las dos medidas de pobreza en Colombia se realizan desde el enfoque directo, tratándose ambas de medidas objetivas, una de ellas de carácter monetario y la otra no.

En los últimos 13 años comprendidos en el periodo 2002-2016, la incidencia de la pobreza en Colombia ha caído casi 22 puntos porcentuales. En efecto, el promedio nacional de pobreza monetaria, que en el año 2002 se ubicaba en el 49,7%, en el año 2016 se estableció en 28% de conformidad con las cifras que se aprecian en el gráfico 1 (DANE, 2017).

Esta disminución en los índices de pobreza se observan tanto en el área urbana como en la rural, siendo por supuesto muy superior la cifra rural que supera 1,8 veces la urbana, es decir, la pobreza se concentra más en las áreas no urbanas de Colombia.

Gráfico 1. Evolución de la pobreza monetaria en Colombia



Fuente: DANE (2017)

Al dar una mirada internacional, con el fin de comparar los índices de pobreza en Colombia con la de otros países en 2015, encontramos que en el contexto latinoamericano, Colombia se ubica en el 10° lugar de los doce países,

EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA

con las mayores cifras de pobreza en ese año, de conformidad con las cifras de la Tabla 1 que contienen información adicional sobre el índice de desarrollo humano-IDH (CEPAL, 2015) y (PNUD, 2015).

Tabla 1. Países latinoamericanos con mayor pobreza

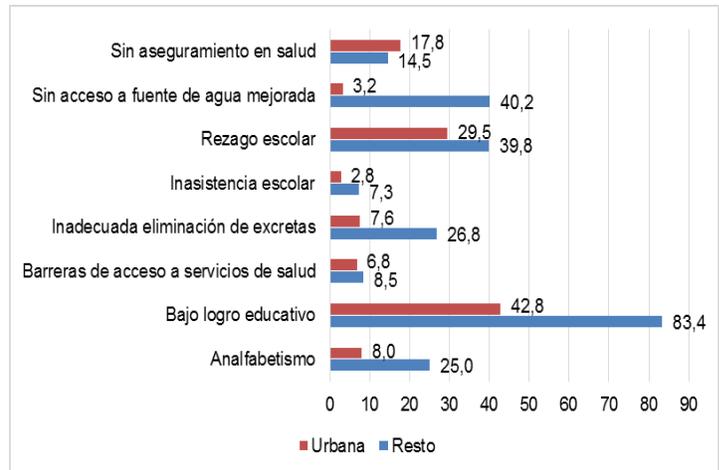
No.	Países	Pobreza (Año 2015)	Indigencia (Año 2015)	IDH (Año 2014)
1	Honduras	68.9	45.6	0.606
2	Nicaragua	61.9	31.9	0.631
3	Guatemala	60.2	30.9	0.627
4	Paraguay	56.9	27.6	0.679
5	El Salvador	47.5	19.0	0.666
6	República	47.5	24.6	0.715
7	México	31.7	8.7	0.756
8	Bolivia	63.9	34.7	0.662
9	Ecuador	48.3	21.2	0.732
10	Colombia	45.2	13.9	0.720
11	Perú	52.5	21.4	0.734
12	Venezuela	37.1	15.9	0.762

Fuentes: (CEPAL, 2015) y (PNUD, 2015)

Por otra parte, al examinar las cifras de pobreza multidimensional en Colombia por cada dimensión, se observa la situación mostrada en los siguientes gráficos 2 y 3, que revelan una diferencia sustancial entre áreas y las malas condiciones rurales.

Es decir, en materia de salud, educación y de acceso a servicios públicos, el área rural colombiana presenta unos índices preocupantes, que en la mayoría de los casos duplica y/o triplica las cifras urbanas en lo relacionado con la falta de acceso a los bienes y servicios esenciales.

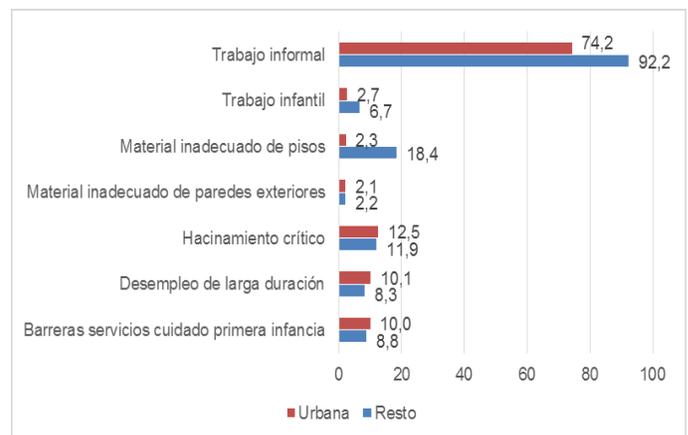
Gráfico 2. Pobreza según dimensiones (1). Colombia 2013



Fuente: DANE (2014)

Igualmente ocurre con el resto de indicadores de las demás dimensiones de la pobreza en Colombia, según se puede apreciar en el gráfico 3 siguiente, en el que se observan altos índices de trabajo de mala calidad (informalidad), así como de viviendas con fallencias (inadecuadas) y hacinamiento crítico.

Gráfico 3. Pobreza según dimensiones (2). Colombia 2013



Fuente: DANE (2014)

EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA

Con este panorama, resulta entonces explicable el círculo vicioso pobreza-deterioro ambiental en Colombia, que es más notoria en el área rural y se caracteriza por:

Malas condiciones de vida de los habitantes de las zonas rurales, caracterizada por la falta de servicios de salud, educación, trabajo de buena calidad, falta de servicios públicos especialmente agua tratada y alcantarillado, todo ello en una gran proporción por cuanto duplica las cifras urbanas, lo que promueve el deterioro del medio ambiente, así como también inciden directamente en las altas tasas de morbilidad y mortalidad que se dan en la zona rural, especialmente población infantil.

Falta de educación y educación de mala calidad en las zonas no urbanas, que tienen un efecto perverso especialmente en la población joven y particularmente en las niñas que se ven sometidas a los embarazos a edades tempranas sin acceso a servicios médicos de calidad y en condiciones deficitarias de salubridad y nutrición que promueven altas tasas de mortalidad materno infantiles.

Migración del campo a las ciudades, en donde campesinos y personas con bajos niveles educativos, en búsqueda de mejores oportunidades y condiciones de vida, llegan a las ciudades y ejercen presión en una serie de ámbitos como el mercado laboral, y el incremento en la demanda por servicios públicos y vivienda entre otros. Al no tenerse una respuesta rápida por parte de los gobiernos en la provisión de tales servicios, se promueven condiciones de deterioro ambiental que afectan negativamente a la población en la mortalidad y morbilidad de las familias que habitan en los sectores más pobres y vulnerables, agravando su situación

de por sí bastante difícil.

Falta de educación y de ingresos que dan paso a explotaciones artesanales de minas y canteras en forma inadecuada, que además de deteriorar el medio ambiente tienen influencia negativa en la salud de los miembros de las comunidades tanto rurales como urbanas, especialmente por el vertimiento de mercurio y cianuro en las aguas de los ríos y quebradas para la extracción del oro.

Falta de educación ambiental que promueve el uso inadecuado e indiscriminado de recursos naturales, especialmente las fuentes de agua y la madera como fuente de energía, esta última que explica el 11% de la deforestación colombiana (Sánchez Pérez, 2002).

Falta de educación y de ingresos que impiden la asesoría de expertos para una adecuada explotación agrícola con el uso racional de químicos altamente nocivos para el medio ambiente y sus factores productivos. La ampliación de la frontera agropecuaria explica el 73,3% de la deforestación, en tanto que la producción de madera el 11,7% (Sánchez Pérez, 2002).

Como se dijo antes, la mayoría de estas situaciones tiene impacto en las zonas urbanas, zonas que tienen en común algunas de las problemáticas del área rural relacionadas con la pobreza y se identifican por:

La falta de servicios públicos en barrios de estratos socioeconómicos bajos (hogares pobres), especialmente de agua tratada y alcantarillado, que sin duda impactan negativamente la salud (altas tasas de morbilidad y mortalidad especialmente población infantil) y el entorno vital de las comunidades.

EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA

Bajos niveles de ingresos per cápita consecuentes con trabajos de mala calidad, producto esencialmente de bajos niveles educativos, que impiden la toma de opciones y destinación de parte de dichos ingresos para procurar un ambiente sano y adecuado.

Bajos niveles de escolaridad y poca educación ambiental que no facilitan el tratamiento adecuado del medio ambiente y más bien promueven el deterioro del mismo.

Altos niveles de contaminación del aire, especialmente en las 4 grandes ciudades colombianas Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, con niveles de contaminantes que superan las normas existentes (Sánchez Pérez, 2002).

Escaso tratamiento de aguas residuales. Solo en el 5% de los municipios del país se realiza tratamiento de aguas residuales, con lo que se afectan los cuerpos de agua y por supuesto las poblaciones aguas abajo que se surten de los mismos (Sánchez Pérez, 2002).

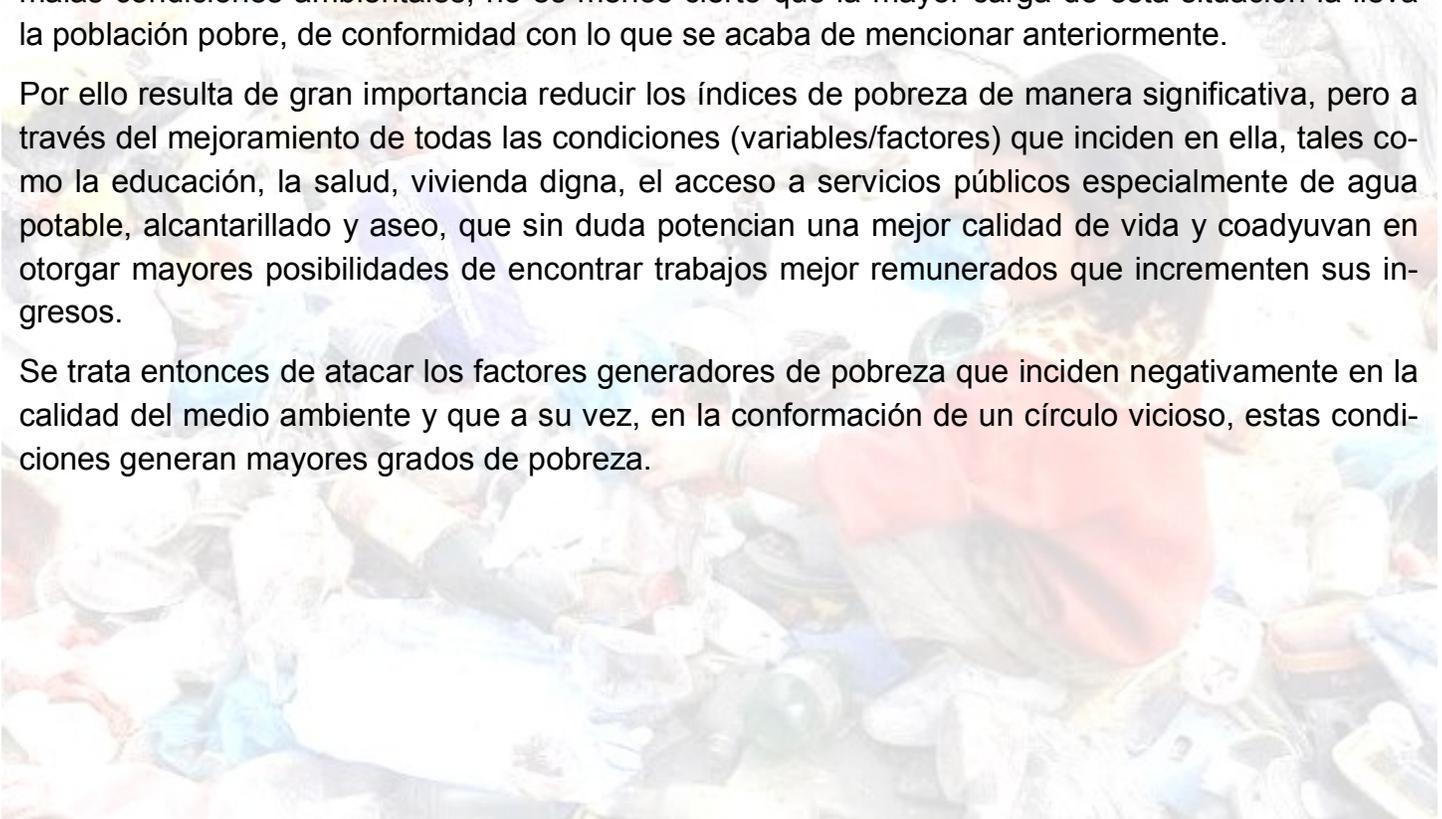
Contaminación de las fuentes de agua por residuos domésticos, industriales y lixiviados provenientes de las zonas urbanas.

CONCLUSIONES

A pesar de que los problemas ambientales en muchas ocasiones son causados por personas que no son pobres, caso industriales, y que estas personas también sufren las consecuencias de las malas condiciones ambientales, no es menos cierto que la mayor carga de esta situación la lleva la población pobre, de conformidad con lo que se acaba de mencionar anteriormente.

Por ello resulta de gran importancia reducir los índices de pobreza de manera significativa, pero a través del mejoramiento de todas las condiciones (variables/factores) que inciden en ella, tales como la educación, la salud, vivienda digna, el acceso a servicios públicos especialmente de agua potable, alcantarillado y aseo, que sin duda potencian una mejor calidad de vida y coadyuvan en otorgar mayores posibilidades de encontrar trabajos mejor remunerados que incrementen sus ingresos.

Se trata entonces de atacar los factores generadores de pobreza que inciden negativamente en la calidad del medio ambiente y que a su vez, en la conformación de un círculo vicioso, estas condiciones generan mayores grados de pobreza.



EL DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE Y SU RELACIÓN CON LA POBREZA EN COLOMBIA

BIBLIOGRAFÍA

Alkire, F., & Foster, J. (2011). *Understandings and Misunderstandings of Multidimensional Poverty Measurements*. Oxford: OPHI Working Paper 43.

CEPAL. (2015). *Panorama social de América Latina 2014*. Santiago de Chile: CEPAL.

DANE. (22 de Marzo de 2017). *Pobreza monetaria y multidimensional en Colombia 2016*. Obtenido de dane.gov.co: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-y-desigualdad/pobreza-monetaria-y-multidimensional-en-colombia-2016>

DNP. (30 de Julio de 2014). <http://www.slideshare.net>. Obtenido de <http://www.slideshare.net/jaquebarrios/presentacion-reduccion-de-la-pobreza-dnp>

Escuela de Organización Industrial - eoi. (16 de 07 de 2017). [eoi.es](http://www.eoi.es/blogs/migmamad/relacion-entre-pobreza-y-medio-ambiente/). Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/migmamad/relacion-entre-pobreza-y-medio-ambiente/>

Feres, J., & Mancero, X. (2001). *Enfoques para la medición de la pobreza. Breve revisión de la literatura*. Santiago de Chile: Estudios estadísticos y prospectivos No. 4, NU-CEPAL.

INE. (6 de Agosto de 2014). www.ine.es. Obtenido de <http://www.ine.es/daco/daco42/sociales/pobreza.pdf>

Molina, C. G. (2003). *Modelo de Protección para los pobres*. VIII Congreso Internacional CLAD sobre la reforma del Estado y de la Administración Pública, Panamá, 145.

Morales Estupiñán, C., & Parada, S. (2005). *Pobreza, desertificación y degradación de los recursos naturales*. Santiago de Chile: CEPAL.

Pérez de Armiño, K. (2002). *Diccionario de ayuda humanitaria y cooperación al desarrollo*. Bilbao: Hegoa-Icaria.

PNUD. (1993). *Informe de Desarrollo Humano 1993*. New York: PNUD.

PNUD. (1997). *Informe sobre desarrollo humano. Desarrollo humano para erradicar la pobreza*. New York: PNUD.

PNUD. (2015). *Human Development Report*. New York: PNUD.

PNUMA. (2002). *Plan de Implementación de la Cumbre Mundial de Desarrollo Sustentable*. New York: ONU.

Provencio, E. (2003). *Relación entre pobreza y ambiente*. *Comercio exterior*, 648-656.

Rawls, J. (1995). *Liberalismo político*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.

Sánchez Pérez, G. (2002). *Desarrollo y Medio ambiente: una mirada a Colombia*. *Economía y Desarrollo Vol 1, N° 1*, 79-98.

Sen, A. (1979). *Issues in the measurement of poverty*. *Scandinavian journal of Economics*, 285-307.

Sen, A. (1981). *Public Action and the Quality of Life in Developing Countries*. Oxford: *Bulletin of Economics and Statistics*, 287-319.

Sen, A. (2000). *Libertad y desarrollo*. Barcelona: Planeta.

Thorbecke, E. (2003). *Conceptual and Measurement Issues in Poverty Analysis*. Helsinki, Finland: Conference on "Inequality, Poverty and Human Well-being".

3 INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

Autores: Yaneth Romero Álvarez ¹ – Yajaira Ganem Ramos ²

RESUMEN

Las Pymes constituyen un sector con un importante potencial que puede contribuir al desarrollo del sector productivo de regiones como el Departamento de Córdoba ya que son la base de la economía a la que pertenece la mayoría de las empresas ubicadas en él, cuya fuente de financiación hasta hace algún tiempo consistía principalmente en los socios y en deudas bancarias con altos costos financieros. Sin embargo, a partir del decreto 1019 del 2014 cuyo objeto es el ampliar el portafolio de emisores del mercado de valores colombiano teniendo en cuenta las necesidades latentes de la economía y el fracaso de la anterior regulación, esta investigación tiene por objetivo hacer una revisión del segundo mercado o mercado balcón en Colombia, con el fin de determinar las principales alternativas de incursión en el mercado de las pymes del Departamento, establecer su apalancamiento financiero para analizar el impacto de la nueva fuente de financiación y diseñar una hoja de ruta a seguir. En el estudio se revisaron un total de 136 empresas que reportaron sus estados financieros a Supersociedades en los años 2014 y 2015 y de acuerdo al análisis financiero elaborado, se determinó que un total de 77 de ellas pueden incursionar en el Segundo Mercado o Mercado Balcón.

Palabras claves: Pymes.— Mercado Bursátil.— Apalancamiento Financiero

Abstract

SMEs are a sector with a significant potential that can contribute to the development of the productive sector of regions such as the Department of Cordoba as they are the basis of the economy to which most of the companies located in it belong, whose source of funding Some time ago it consisted mainly of partners and bank debts with high financial costs.

1. Directora Facultad Ingeniería Industrial, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Montería, Cra 6 No. 97 A - 99, Montería, Colombia
Correo electrónico: yaneth.romero@upb.edu.co

2. Estudiante Administración en Finanzas y Negocios Internacionales, Universidad de Córdoba, Dirección, Ciudad, País
Correo electrónico: yasoga_18@hotmail.com

INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

However, as of Decree 1019 of 2014, the purpose of which is to expand the portfolio of issuers in the Colombian securities market, taking into account the latent needs of the economy and the failure of the previous regulation. Second market or balcony market in Colombia, in order to determine the main alternatives for incursion into the SME market of the Department, establish their financial leverage to analyze the impact of the new source of financing and design a roadmap to follow. The study reviewed a total of 136 companies that reported their financial statements to Supersociedades in the years 2014 and 2015 and according to the financial analysis elaborated, it was determined that a total of 77 of them can enter the Second Market or Market Balcon.

Keywords: SMEs.- Stock Market.- Financial Leverage

INTRODUCCIÓN

Las PyMES representan más del 99% del total de las empresas en Colombia, lo que las constituye como el principal motor de la economía nacional generando más del 50% de las oportunidades de empleo, el 36% del valor agregado industrial, y el 40% de la producción total del país (DANE, 2015), sin embargo, el aporte de las PYMES a la balanza comercial del país ha sido muy reducida. Según Ballesteros y cols. (2011), las pymes en Colombia aportan cerca del 38% del PIB total, una cifra considerablemente baja teniendo en cuenta que en algunas economías desarrolladas éstas pueden participar hasta en el 50% o 60% de la producción total nacional. Las políticas económicas diseñadas para fortalecer la inclusión financiera en Colombia han cumplido con parte de los objetivos enfocados a ampliar la cobertura geográfica y promoviendo el acceso a servicios financieros a la pequeña y mediana empresa, sin embargo persiste como limitante para el acceso de las PyMES el costo de cumplimiento de los requisitos

legales y normativos, el cual resulta ser muy alto especialmente al compararlo con este costo para las grandes empresas.

El financiamiento de las pymes, y en general el de la mayoría de las empresas en el país, proviene de recursos propios de los dueños y por el acceso al crédito bancario mediante el otorgamiento de garantías, bien sea por parte de las instituciones financieras o por la canalización de recursos públicos a través de entidades bancarias de segundo piso o por parte de instituciones no financieras y otros instrumentos como el leasing financiero. Sin embargo, a la hora de hacer trámites para apoyo financiero del gobierno para nuevos proyectos, se presentan diferentes dificultades como es el mismo desconocimiento del portafolio completo de las ofertas en el mercado, lo que impide a las pymes acercarse a este tipo de apoyo como fuente de financiación alternativo al tradicional.

INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

Las PyMES representan más del 99% del total de las empresas en Colombia, lo que las constituye como el principal motor de la economía nacional generando más del 50% de las oportunidades de empleo, el 36% del valor agregado industrial, y el 40% de la producción total del país (DANE, 2015), sin embargo, el aporte de las PYMES a la balanza comercial del país ha sido muy reducida. Según Ballesteros y cols. (2011), las pymes en Colombia aportan cerca del 38% del PIB total, una cifra considerablemente baja teniendo en cuenta que en algunas economías desarrolladas éstas pueden participar hasta en el 50% o 60% de la producción total nacional. Las políticas económicas diseñadas para fortalecer la inclusión financiera en Colombia han cumplido con parte de los objetivos enfocados a ampliar la cobertura geográfica y promoviendo el acceso a servicios financieros a la pequeña y mediana empresa, sin embargo persiste como limitante para el acceso de la PyMEs el costo de cumplimiento de los requisitos legales y normativos, el cual resulta ser muy alto especialmente al compararlo con este costo para las grandes empresas. El financiamiento de las pymes, y en general el de la mayoría de las empresas en el país, proviene de recursos propios de los dueños y por el acceso al crédito bancario mediante el otorgamiento de garantías, bien sea por parte de las instituciones financieras o por la canalización de recursos públicos a través de entidades bancarias de segundo piso o por parte de instituciones no financieras y otros instrumentos como el leasing financiero. Sin embargo, a la hora de hacer trámites para apoyo financiero del gobierno para nuevos proyectos, se presentan diferentes dificultades como es el mismo desconocimiento

del portafolio completo de las ofertas en el mercado, lo que impide a las pymes acercarse a este tipo de apoyo como fuente de financiación alternativo al tradicional.

En la actualidad, las políticas gubernamentales no han sido eficientes para solucionar las debilidades presentadas; hay una deficiencia en el manejo adecuado de herramientas de gestión y conocimiento empresarial para desarrollar exitosamente y por ende existe una deficiente participación de las PyMES en el mercado financiero.

En Colombia existe una serie de portafolios de servicios de financiación que se maneja a través del mercado de valores, que a la fecha, por las políticas propias de acceso y los límites existentes, las pymes no reunían las condiciones mínimas para acceder a ellos, pero, a partir del Decreto 1019 de 2014, con el que se regula el “Segundo Mercado” o “Mercado Balcón” se abre la puerta a este segmento de empresas que son mayoría en el país ya que se presenta como una herramienta para flexibilizar y estimular el acceso de este sector productivo a los portafolios de servicios que según su naturaleza y capacidad operativa resultaran provechosos para su crecimiento.

El presente estudio tiene como principal objetivo, dar a conocer las estrategias que puede aprovechar la pequeña y mediana empresa del departamento de Córdoba para hacerse participe del segundo mercado de valores teniendo en cuenta que el Decreto 1019 de 2014 se presenta como una respuesta para el desarrollo de mecanismos de financiación para impulsar su proceso productivo y competitividad, mediante el análisis de sus indicadores financieros y por último, estableciendo una hoja de ruta para su incursión en este nuevo mercado.

INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

APROXIMACIÓN TEÓRICA

En Colombia el sector empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas y esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 y sus modificaciones (Ley 905 de 2004), conocida como la Ley Mipymes en la que se establece:

1) Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2) Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

3) Mediana: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales

En cuanto a su importancia, las PyMEs representan el 96% del total de las empresas en el país, contribuyen con el 49.56% del empleo industrial, 25% del PIB, 25% de las exportaciones y un total del 38.79% de los salarios totales de la nación (Business Faculty of Los Andes University, 2003); cifras con las que podemos deducir que dicho sector es de gran importancia para el país en términos de la generación de empleo y desarrollo sectorial y regional. Esto ha llevado a que muchos gobernantes presenten un gran interés en formular políticas, programas y diversas acciones dirigidas a este sector. Sin embargo, la pequeña y mediana empresa ha sido muy controvertida; las ideologías políticas han estado ligadas siempre ya sea favorable o desfavorablemente no solamente en Colombia sino en toda América Latina. (Castillo Osorio, 2008) y en la mayoría de los casos se encuentran en sus etapas iniciales de creación o quedan rezagadas en su crecimiento, con lo cual su

contribución al desarrollo económico del país no es el esperado (Franco-Angel & Urbano, 2014).

Los esfuerzos para lograr la inclusión de determinados sectores productivos a un esquema de economía formal no son para nada novedosos, esto siempre ha conllevado dificultades de carácter burocrático en algunos casos y en otros de orden propio del sector formal, el cual por tradición es excluyente de los medios de producción novedosos y alternativos. Dentro de las dificultades evidenciadas en América Latina para el posicionamiento de sus mercados alternativos, sobresalen (ANIF, 2014) : i) las restricciones por el bajo historial financiero de los potenciales emisores; ii) los altos costos para las empresas derivados de las exigencias constantes de información; iii) la carencia de educación financiera; y iv) la falta de incentivos para el ingreso de las Pymes a dichos esquemas.

Por su parte, el mercado bursátil colombiano, ha encontrado diversas limitaciones en su evolución, lo que ha direccionado el desarrollo económico del País hacia el mercado bancario únicamente. De acuerdo a Barrios y Beltrán (2007), los factores limitantes del mercado accionario han sido corregidos gubernamentalmente en el período de estudio 1990 a 2006, debido a las necesidades de apertura económica y el ingreso de nuevos inversionistas. Desde entonces, el proceso de desarrollo del mercado bursátil ha sido paulatino; en el período de 1990 a 1997, el mercado accionario reaccionó lentamente a los controles implementados a los Depósitos a término fijo (DTF) y a la reforma tributaria de 1995.

INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

Durante los años 1998 y 1999 el panorama accionario no fue nada satisfactorio, debido a la incertidumbre generada por la caída del Producto Interno Bruto (PIB). En julio de 2001 se integran las bolsas de valores existentes la Bolsa de Bogotá, Medellín y Occidente, dando inicio a la Bolsa de Valores de Colombia; meses después de la unificación de las Bolsas se presentan los hechos del 11 de septiembre, factor que afecta a los mercados internacionales como al mercado colombiano. A partir del año 2002 el mercado accionario ha presentado comportamientos relevantes para la economía, durante el año 2004 el Índice general de la Bolsa de Valores de Colombia (IGBC), aumento en una variación del 86.22% y al finalizar el año logró presentar 4.345,83 unidades, ubicándose en la más alta a nivel de América Latina y la segunda a nivel mundial. Posteriormente, en los años 2005 y 2006, el mercado se destacó por un buen escenario económico que permitió el ingreso de nuevos inversionistas y la consecución de nuevos negocios, el buen escenario de la economía de Colombia permitió el creci-

miento del mercado de renta variable, el IGBC presentó un incremento del 118.9%, cerrando el 2005 con el IGBC más alto en la historia de la bolsa de valores, 9.513,25 puntos (Barrios Arevalo & Beltrán Durán, 2007).

En la actualidad, el mercado de capitales se le otorga una gran importancia como mecanismo para canalizar el ahorro hacia las actividades productivas. En economías con un nivel medio de desarrollo y con escasa financiación privada internacional, un mercado de activos financieros profundo puede ser la mejor alternativa para afrontar los cambios internacionales, para suplir financiación durante las crisis bancarias domésticas y para darle mayor competitividad a la economía. Sin embargo para el año 2016, esta profundidad se reduce a un portafolio de 33 acciones activas (BVC, 2016) y se presenta como principal limitante los requisitos de inscripción en la Bolsa para emitir acciones.

Es pues, esta serie de requisitos las barreras principales que limitan el aumento de emisores en el mercado financiero y limita la entrada de las pequeñas y medianas empresas, continuando su bloqueo en el

acceso a fuentes alternas de financiación a las tradicionales como son los créditos bancarios y los recursos propios de los socios y concentrando la inversión tanto nacional como extranjera en un mismo grupo de emisores, lo que trae consigo un ambiente de alta volatilidad y un riesgo a nivel cambiario por el alto riesgo del retiro del capital extranjero acumulado en una misma inversión.

En un mercado en constante crecimiento como es el colombiano, y con necesidades de permanecer competitivo ante las exigencias de la economía global, es indispensable trabajar en el desarrollo de nuevos mecanismos de financiación para proveer a sus participantes de los instrumentos suficientes que le permitan continuar con su evolución (Franco Castilla, 2013) y de acuerdo a lo encontrado, el mayor potencial lo encontramos en las Pymes. Se hace entonces necesario, encontrar una opción viable para dar solución a ambos problemas encontrados: por su parte el mercado financiero requiere mayor número de emisores participantes en el mercado y por otro lado las PyMEs requieren una vía alterna de financiación.

INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

El Segundo Mercado (SM) es un esquema de financiación creado por el gobierno nacional, según la Resolución 400 de 1995, que luego fue compilada en el Decreto 2555 de 2010, quedando finalmente explícitos los requisitos de ambos mercados, tanto del primario, como del secundario en el Decreto 1019 de 2014, que es el decreto actual vigente. Su objetivo fue facilitar el acceso al mercado de capitales local a un mayor número de emisores constituyéndose en una fuente alternativa de recursos para aquellas empresas que no han podido emitir en el Mercado Principal, debido a los estrictos requerimientos financieros, de información y los costos que ellos implicaban y donde los valores que se ofrecen pueden ser adquiridos únicamente por inversionistas profesionales, tales como, compañías de seguros o fondos de pensiones (autorizados previamente). Sin embargo, muy a pesar de los esfuerzos del gobierno nacional solamente un 3% (alrededor de \$0.3 billones; 0.04% del PIB) de las emisiones de bonos corporativos se ha logrado canalizar a través del SM. Más aun, dentro de él, el acceso de las pequeñas y

medianas empresas (Pymes) ha sido prácticamente nulo (ANIF, 2014).

En el SM, las transacciones únicamente pueden ser realizadas por inversionistas calificados. Para estos efectos, se entienden como inversionistas calificados o profesionales los inversionistas que tengan un patrimonio igual o superior a diez mil (10.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes y cumplan las condiciones establecidas por la BVC(BVC, 2007):

El principal cambio con el Decreto 1019 es la modificación al procedimiento de registro ante la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) con el objetivo de dar un impulso a la participación de nuevos emisores, y aumentar la penetración del mercado por número y calidad de emisores. De acuerdo a (Blanco Barón, 2014) , las modificaciones el Decreto 1019 de 2014, son las siguientes (se conserva la numeración previa): 1)Empresas requieren financiación: no tiene cambio. Cualquier emisor que cumpla con las condiciones de inscripción en el Registro puede realizar oferta en segundo mercado. 2)Estructuración de la oferta: el Decreto 1019 de 2014 hace las siguientes previsiones

a. Establece la inscripción automática²⁰ en el RNVE de los títulos emitidos en segundo mercado, y la autorización de oferta pública una vez entregada la documentación necesaria. Los emisores no tendrán que radicar nuevamente la información si esta ya reposa en el Registro.

b. Disminuye el tiempo de autorización, ya que se le dan diez días a la SFC para dar vía libre a la oferta, una vez constatado que la información está completa.

c. Reduce los requerimientos de autorización automática por cuanto se elimina uno de los ejemplares del prospecto de colocación y se simplifica el aviso de oferta.

d. Reduce los requerimientos de actualización de la información al Registro, dejando: estados financieros de fin de ejercicio, y certificación del representante legal de entrega de información relevante a los inversionistas autorizados que hayan manifestado interés.

INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

e. Permite adelantar la promoción de los títulos a los potenciales inversionistas, dentro de los siguientes tres meses, sin eliminar los requisitos de entrega de información necesaria y suficiente. La promoción no tendrá supervisión.

f. Elimina la publicación del aviso de oferta en un diario de amplia circulación.

g. Elimina varios ítems del prospecto de colocación, tales como: destinatarios de la oferta; advertencia de que el precio se establecerá conjuntamente con los inversionistas; lugar, fecha y forma de pago de los intereses; mención del diario de amplia circulación para publicar avisos e informaciones y estados financieros de fin de ejercicio.

h. Deja optativa la inscripción en bolsa o en un sistema de negociación.

i. Deja optativas las garantías, incluso en el caso de la titularización,²¹ y deroga el artículo que daba la posibilidad de establecer garantías por parte de entidades extranjeras.

3. Calificación: elimina su obligatoriedad en el caso de bonos y otros títulos.

4. Colocación de la oferta: se

mantiene igual en lo que respecta a la colocación de la emisión.

5. Inversionistas adquieren los títulos: no tiene cambio: los únicos que pueden acudir al segundo mercado son los inversionistas profesionales. Sin embargo, crea una nueva categoría que corresponde a los inversionistas que hayan manifestado interés en adquirir los títulos en oferta, que se denomina “inversionistas interesados”.

Como avances encontramos que existe un programa en Colombia diseñado para ayudar a las empresas interesadas en acudir al mercado de capitales como mecanismo de financiamiento, este se llama “Colombia Capital” y su objetivo es incrementar el número de actores del mercado de capitales local, entre emisores e inversionistas, el cual dispone incluso de un esquema para ayudar a pequeñas y medianas empresas que quieran acceder, proporcionando acercamiento a bancas de inversión, calificadoras de riesgo e incluso depósitos de valores para poder cumplir con todos los trámites mencionados anteriormente. (BVC, 2013).

Sin embargo, al ver las empresas que han sido ayudadas hasta el momento, se puede ver una total concentración en las grandes empresas y nula en el caso de las pequeñas y medianas. Empresa de Energía de Bogotá, Bancamía, Colombina y Sodimac son algunas de ellas, existiendo aún falencias en dicho mecanismo. Si bien existe este programa Colombia Capital de la Bolsa de Valores de Colombia para ayudar a las empresas colombianas a ser partícipes del mercado bursátil, hasta el momento ha concentrado sus esfuerzos en grandes empresas nacionales. Debe estimularse al interior de dicho organismo la atracción de las pymes y promover la educación financiera a nivel local. Colombia busca el potencial económico con grandes empresas, en cambio Perú procura ayudar a las pequeñas para tener una economía sólida y estable a futuro (Franco Castilla, 2013).

INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

EXPERIENCIAS INTERNACIONALES

En la compilación de la Cepal hecha por Carlo Ferraro (2011), se encuentra que la segmentación de los mercados financieros y la discriminación negativa hacia las pequeñas y medianas empresas son aspectos que prevalecen, en mayor o menor medida, en las economías latinoamericanas. La aplicación de diferenciales en las tasas de interés de los préstamos según el tamaño de empresa, la escasa participación de las pymes en el crédito al sector privado y la amplia utilización de proveedores y autofinanciamiento para obtener capital de giro o llevar a cabo inversiones son elementos que denotan la existencia de dificultades de acceso al crédito para este tipo de agentes y ha sido así por décadas. (Ferraro & Goldstein, 2011).

De acuerdo a la (ANIF, 2014), se han desarrollado estrategias para favorecer la entrada de diversos emisores al mercado de valores. Se destaca el Alternative Investment Market (AIM) en Reino Unido, el cual se constituyó como un mercado alternativo de emisión de acciones en 1995. Allí,

el número de emisores listados pasó de 121 en 1995 a 1.103 en 2014. En España, en medio de la crisis fiscal y financiera, se creó el Mercado Alternativo Bursátil (MAB) en 2009, el cual se encuentra actualmente compuesto por 24 Pymes emisoras de valores (ANIF, 2013).

El buen desempeño de dichos mercados ha radicado en: i) la existencia de marcos regulatorios claros, que han permitido establecer balances adecuados entre requerimientos de información más laxos y las necesidades de liquidez de los inversionistas; ii) la creación de figuras regulatorias para otorgar garantías a los inversionistas; iii) incentivar a las Pymes para acceder al mercado de capitales a través de la promoción de la educación financiera, brindando acompañamientos y asesorías; y iv)

los estímulos tributarios-económicos para las empresas listadas (alivios tributarios del gobierno o el financiamiento de los costos de acceso de las empresas de mediana capitalización al mercado de valo-

res, como en el caso del MAB).

Sin embargo, en América Latina, los mercados alternativos no han sido igual de exitosos que en Europa. Por ejemplo, la Bolsa Emergente de Chile, focalizada en empresas de bajo tamaño, empezó operaciones en 2001 y actualmente cuenta con solo 24 emisores listados. Allí, los relajamientos en los requerimientos de información frente al Mercado Principal no han generado suficientes incentivos para el ingreso de un mayor número de empresas emergentes. Asimismo, el Bovespa Mais de Brasil, creado en 2006 y dirigido al segmento Pyme, apenas tiene 9 emisores inscritos actualmente. (ANIF, 2014).



INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

FINANCIACIÓN DE LAS PYMES EN CÓRDOBA

De acuerdo a (Castillo Osorio, 2008), el sector empresarial cordobés, ha experimentado cambios significativos e importantes en los últimos dos decenios, tal vez con mucho retraso en relación con otras regiones del país, pero de manera significativa, pasando poco a poco de una economía eminentemente campesina, agraria casi de subsistencia, a otras más diversificadas en la cual se presentan manifestaciones muy tangenciales en actividades como la agroindustria con someros avances, de otro lado la prestación de servicio, del transporte terrestre en todas sus modalidades, las telecomunicaciones, el comercio de bienes materiales y los demás servicios complementarios.

Para el caso de las unidades productivas de Córdoba, no se encuentran registros de estudios relacionados al aprovechamiento de alternativas de financiación en el Mercado Bursátil. Además, también se evidencia una escasa base de datos de información del comportamiento financiero de las empresas, lo que limita la capacidad de establecer las potencialidades y limitaciones con las que cuentan para acceder a los servicios ofertados en el segundo mercado.

La actividad económica se encuentra en un 81.6% en el sector terciario, un 13.8% el sector agropecuario y un incipiente 4.6% en el sector industrial. Mas del 50% se encuentran en un rango de 6 a 10 años de funcionamiento y en lo concerniente a la generación de empleo por cada diez mil(10.000) habitantes y por subregión de las empresas en Córdoba, se en-

cuentra que el Centro reporta un 31.7% la subregión San Jorge un 17.3% y en tercer lugar está la del Bajo Sinú que representa el 12.7%, éstas como los indicadores más altos, el resto que corresponde a 4 subregiones suman el resto que equivaler al 38.3%. (Castillo Osorio, 2008)

En Montería, las empresas se encuentran distribuidas así: el 60.2% son microempresas, un 34,7% son pequeñas y el 5.1% son medianas. Por su parte Córdoba se caracteriza por contar con un gran número de microempresas, ya que, de los 7.862 negocios que desarrollan algún tipo de actividad económica en el departamento, el 97.1% se clasifica como microempresa, dedicadas en su gran mayoría (88%) al comercio en pequeña escala y otras no muy representativas, las pequeñas un 2.7% del total, por último se encuentra que la mediana empresa representa tan solo un 0.2% del total (PNUD, 2014).



INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo cuantitativo en cuanto a que se realizará un diagnóstico y un análisis del apalancamiento financiero de las 136 empresas para la determinación de la necesidad de un Segundo Mercado y por último un enfoque cualitativo para establecer la hoja de ruta a seguir por las empresas.

La información de las empresas corresponde a los estados financieros reportados a la Superintendencia de Sociedades de los años 2013-2014, ya que a la fecha de la finalización de esta investigación no se encontraba reportado el año 2015. Se utilizarán herramientas para el diagnóstico financiero que determinen la liquidez, rentabilidad y endeudamiento de cada una de ellas y su posible incursión en el mercado financiero.

Para el análisis del apalancamiento financiero nos basaremos en el texto de Análisis Financiero de Oscar León García (2009) el cual la define como la capacidad que tienen las empresas de utilizar las cargas financieras que genera el endeudamiento con el fin de incrementar al máximo el efecto que un incremento en la Utilidad antes de intereses e impuestos (UAI) puede tener sobre la utilidad por acción (UPA). La medida del apalancamiento financiero se denomina “Grado de apalancamiento financiero” (GAO) y muestra la relación de cambio de la UPA frente a un cambio determinado en las UAI, siempre para un determinado volumen de referencia y se puede calcular en función de la Utilidad Operativa y la Utilidad antes de impuestos, tal y como lo señala la ecuación (1) (García, 2009):

$$^{\circ}AF = \frac{UAI}{(UAI-I)} \quad (1)$$

Donde,

UAI: Utilidad antes de intereses e impuestos o Utilidad Operativa

I: Impuestos

Un grado de apalancamiento financiero siempre deberá ser mayor que 1 y, entre mayor sea, mayor reflejará el beneficio que podría tener en caso de una situación favorable en el mercado o la magnitud del riesgo financiero en un caso dado de una crisis financiera, lo que lo convierte en una buena medida para determinar el potencial éxito o fracaso de una empresa, en este caso, una PyME que realice emisiones de acciones en un Segundo Mercado.

INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

RESULTADOS

En el reporte de Estados financieros de Superintendencia de Sociedades actualizado al año 2014, encontramos una base de datos de 136 empresas en el Departamento de Córdoba dedicadas de acuerdo al código CIIU V4a.C en su gran mayoría y en igual participación a tres actividades: a la actividad de Agricultura, Ganadería y Caza (13%), al Comercio de Vehículos (13%) y al Comercio al por menor (13%). En menor medida, las empresas encontradas se dedican a actividades inmobiliarias (9%) a la construcción de obras civiles (7%) y a la construcción de obras residenciales (6%), el resto se dedican a otras actividades variadas pero en mínima cantidad.

como pequeña empresa ya que el resto posee activos inferiores a 501 s.m.l.v., es decir, el 99.26% se clasifican como microempresas.

La estructura de capital de las empresas cordobesas está conformada en un 69.3% por el patrimonio y en un 30.7%, con deuda. Del total de endeudamiento, el 59.5% corresponde al corto plazo y el 40.5% al largo plazo. En el corto plazo, el 26.4% corresponde a Proveedores y 19.1% a Bancos y en el Largo plazo, el 72% de la deuda corresponde a obligaciones financieras.

De lo anterior podemos deducir que, en general, en las empresas del Departamento de Córdoba, la principal fuente de financiación es la

“autofinanciación”, es decir, el capital de trabajo es colocado en su mayoría por sus propios dueños. El 30.7% de capital que es financiado con deudas, es en su mayoría deudas en el corto plazo con proveedores, y en el largo plazo con créditos bancarios. Haciendo un análisis de los indicadores de Endeudamiento de las empresas cordobesas (Tabla 1) encontramos que el endeudamiento total en los años 2013 y 2014 fue muy similar pero la carga financiera aumentó notablemente de un periodo a otro, ocasionando un mayor compromiso de los ingresos en los gastos financieros. A pesar de que el capital de los socios es proporcionalmente mayor en la estructura financieras de las empresas, se evidencia que la relación de las obligaciones financieras supera el límite recomendable.

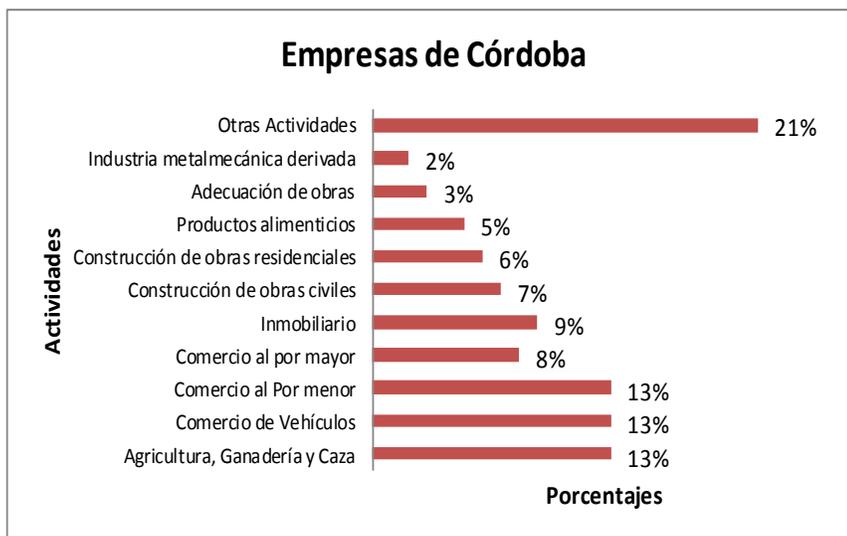


Figura 1: Participación de actividades de las empresas Según Código CIIU

Por tamaño de activos, no existen grandes ni medianas empresas. Sólo una de las empresas reportadas, “Gaseosas de Córdoba” clasificaría

como pequeña empresa ya que el resto posee activos inferiores a 501 s.m.l.v., es decir, el 99.26% se clasifican como microempresas.

INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

Tabla 1: Indicadores Endeudamiento empresas en Córdoba 2013-2014. Elaboración propia

Indicador	2.013	2.014
Endeudamiento total	31,12%	30,73%
Endeudamiento a corto plazo	56,94%	59,48%
Carga financiera	0,04%	2,07%
Cobertura de gastos financieros o veces que se ha ganado el interés	3,21	3,45
Relación gastos financieros a Ebitda debe ser menor al 30%	0,60%	28,95%
Relación obligaciones financieras a Ebitda debe ser menor a 1.5 ó 2	2,58	2,38

El Cálculo del grado de apalancamiento financiero del total de las empresas para los años analizados se muestra en la tabla 2 y refleja un apalancamiento financiero positivo, lo que quiere decir que en la medida que se disminuya o aumente la UAll a partir del punto de referencia, habrá un aumento o disminución porcentual de 1.30 en el año 2014 y de 1.10 en el año 2015.

Tabla 1: Grado de Apalancamiento financiero empresas Córdoba 2013-2014

2013	2014
1,30	1,10

Dado que el aumento en el Ebitda del año 2013 al 2014 tuvo un aumento del 27% de acuerdo a los estados financieros de ambos años, podemos establecer que si las empresas estuvieran cotizando en bolsa, la UPA hubiese incrementado un $27\% \times 1.30 = 35.1\%$, para el 2014. Para el 2015 si suponemos un aumento del Ebitda similar, el incremento en la UPA sería de $27\% \times 1.10 = 29.7\%$; resultados positivos para potenciales inversionistas.

Haciendo el análisis de apalancamiento financiero, de una forma más ácida, encontramos que del total de las 136 empresas, 77 (56,6%) presentan un GAO superior a 1 y a la vez

tuvieron ganancias positivas. De éstas 77 empresas, se puede establecer un GAO en total de 1.20, lo que representa buenas perspectivas financieras para el Departamento.

Hoja de ruta de las PyMES en el SM

Para el desarrollo de una ruta que permita el acceso de las PyMES a financiación mediante el segundo mercado se debe tener en cuenta primero que todo los requisitos preestablecidos por la Superintendencia Financiera al respecto (SuperFinanciera,2016):

“Para inscribir al emisor y las emisiones de valores en el RNVE deberá remitirse a la Superintendencia Financiera de Colombia una solicitud de inscripción suscrita por el representante legal de la entidad, junto con la siguiente documentación, sin perjuicio de los requisitos previstos de manera especial para cada valor o para ciertos emisores:

- 1) Formulario de Inscripción, según el formato establecido por la Superintendencia Financiera de Colombia;
- 2) Cuando se trate de títulos diferentes a las acciones, reglamento de emisión y colocación y copia del acta de la reunión del órgano competente, de acuerdo con los estatutos sociales, que los aprobó;
- 3) Cuando se trate de acciones, copia del acta de la asamblea general de accionistas donde conste la decisión de inscripción;

INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

4) La decisión de inscripción de acciones deberá adoptarse por la asamblea general de accionistas con el quórum y las mayorías establecidas en la ley o los estatutos sociales para las reformas estatutarias;

5) Dos ejemplares del prospecto de información;

6) Facsímil del respectivo valor o modelo del mismo;

7) Cuando el emisor sea una entidad pública, copia de los conceptos y autorizaciones expedidos con el fin de dar cumplimiento a lo dispuesto en el párrafo 2° del artículo 41 de la Ley 80 de 1993 y en el artículo 22 del Decreto 2681 de 1993 o a las normas que lo modifiquen o sustituyan;

8) Certificado de existencia y representación legal de la entidad emisora, expedido por la entidad competente, el cual no deberá tener una fecha de expedición superior a tres (3) meses. No obstante, cuando se trate de entidades nacionales de creación constitucional o legal sólo será necesario acreditar su representación legal;

9) Cuando los títulos estén denominados en moneda diferente al peso colombiano, copia de los documentos que acrediten el cumplimiento del régimen cambiario y de inversiones internacionales;

10) Cuando el emisor sea una entidad que se encuentre en etapa preoperativa o que tenga menos de dos (2) años de haber iniciado operaciones, se deberá acompañar a la solicitud de inscripción el estudio de factibilidad económica, financiera y de mercado;

11) Los documentos en que conste el otorgamiento y perfeccionamiento de las garantías es-

peciales constituidas para respaldar la emisión, si las hubiere;

12) Copia de los estatutos sociales;

Tratándose de procesos de privatización, copia del programa de enajenación y del acto mediante el cual se aprobó;

13) Constancia sobre las personas que ejercen la revisoría fiscal en la sociedad emisora;

15) Calificación de la emisión, cuando sea el caso (...)" (Superintendencia Financiera de Colombia, 2013).

El valor del costo de la inscripción en el RNVE es de 0.04x1000 del patrimonio del respectivo emisor (ANIF, 2014). Teniendo claro lo anterior entonces se someterá a los siguientes requisitos descritos en el decreto 1019 de 2014:

“Las ofertas públicas de mercado primario de valores que vayan a ser negociados en el Segundo Mercado, se entenderán autorizadas siempre que se siga el procedimiento descrito en el artículo siguiente y se envíen a la Superintendencia Financiera de Colombia los siguientes documentos:

1. *Comunicación suscrita por el representante legal de la entidad emisora en la cual se indique la intención de efectuar una oferta pública de valores en el Segundo Mercado.*

2. *El prospecto de información al que hace referencia el artículo 5.2.3.1.14 del presente decreto,*

3. *Certificación emitida por el representante legal del emisor en la que conste que ha dado un trato equitativo a todos los inversionistas autorizados en relación con el suministro de la información, de conformidad con lo dispuesto en el párrafo 1 del artículo 5.2.3.1.22.*

4. *Proyecto de aviso de oferta el cual deberá dirigirse a todos los inversionistas autorizados interesados que determine el emisor, en el que se indique claramente que, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 5.2.3.1.4, y 5.2.3.1.5, del presente decreto, los valores sólo podrán ser adquiridos por inversionistas autorizados. Igualmente, el proyecto de aviso de oferta deberá incluir como mínimo: el reglamento de colocación, los destinatarios de la oferta y la advertencia en caracteres destacados, de suerte que resalte visiblemente en el texto del aviso, que la inscripción en el Registro Nacional de Valores y Emisores - RNVE y la autorización para realizar la oferta pública, no implican certificación por parte de la Superintendencia Financiera de Colombia sobre la bondad del valor o la solvencia del emisor”.*

INCURSIÓN DE LAS PYMES DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA EN EL MERCADO BURSÁTIL

CONCLUSIONES

La reciente reforma regulatoria al SM, a través del Decreto 1019 de 2014, busca impulsar la participación de nuevos emisores en el mercado de valores local y ampliar las alternativas de inversión para los inversionistas profesionales. Esta reforma abre la oportunidad para que pequeñas y medianas empresas puedan financiar sus operaciones en el mercado de valores, y así obtener recursos para capital de trabajo de una manera competitiva.

Es necesario que el esquema del SM sea complementado con mecanismos que incentiven el ingreso de las Pymes al mercado de valores. También resulta fundamental que dicho esquema esté acompañado por políticas de educación financiera dirigidas a disminuir el desconocimiento en alternativas de financiación diferentes a las tradicionales.

El Departamento de Córdoba requiere ser impulsado a nivel de competitividad, ya que no se encuentran grandes empresas ubicadas en esta región y más del 90% son microempresas que se autofinancian con el capital de sus socios y en menor medida con deudas bancarias. Sin embargo, existe un gran potencial de ellas, de acuerdo a su apalancamiento financiero, que de incursionar en un Segundo Mercado podrán llegar a tener excelentes oportunidades de crecimiento



Título del Artículo

BIBLIOGRAFÍA

- ANIF. (2013). Caracterización del segmento Pyme. Coyuntura Pyme.
- ANIF. (2014). El Segundo Mercado de valores y su regulación. Bogotá: DECEVAL.
- ANIF. (2014). El Segundo Mercado de valores y su regulación. ENFOQUE(82). Obtenido de https://www.deceval.com.co/portal/page/portal/Home/Gestion_Corporativa/informe_de_investigacion/2014/Enfoque%2082.pdf
- Ballesteros Riveros, D. P., Ballesteros Silva, P. P., & Jaramillo Romero, W. D. (2011). Propuesta para la internacionalización de las pymes del eje cafetero . *Scientia et Technica* , 50-55.
- Barrios Arevalo, F., & Beltrán Durán, C. A. (Octubre de 2007). EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE CAPITALES COLOMBIANO: UN ENFOQUE EN EL MERCADO ACCIONARIO Y SUS EFECTOS SOBRE EL CRECIMIENTO ECONÓMICO A PARTIR DE 1990 HASTA 2006 . Bogotá: Universidad de la Salle.
- Blanco Barón, C. (2014). La reforma al segundo mercado: análisis del Decreto 1019 de 2014. *Revista de Derecho Privado*, 1-32.
- Business Faculty of Los Andes University. (2003). IMPORTANCIA DE LAS PYME EN COLOMBIA. Monografías de Administración, 4-8.
- BVC. (16 de 06 de 2016). Bolsa de Valores de Colombia. Obtenido de Ser Emisor BVC, una decisión estratégica: https://www.bvc.com.co/pps/tibco/portalbvc/Home/Empresas/Empresas/Ser_Emisor_BVC
- Castillo Osorio, B. (2008). Dinámica de las pequeñas y medianas empresas PYMES en la ciudad de Montería y su impacto en la generación de empleo. Montería: VII Seminario de Investigación Urbano Regional.
- DANE. (10 de 10 de 2015). DANE. Obtenido de DANE: <http://www.dane.gov.co/>
- Faulkender, M., & Petersen, M. A. (2005). Does the Source of Capital Affect Capital Structure? *Financial Studies*, 45-79.
- Ferraro, C., & Goldstein, E. (2011). Políticas de acceso al financiamiento para las pequeñas y medianas empresas en América Latina. Buenos Aires: CEPAL.
- Franco Castilla, M. A. (2013). Segundo Mercado para Pymes en Colombia: Oportunidades por Aprovechar y para Crecer. Bogotá: COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN.
- Franco-Angel, M., & Urbano, D. (2014). Dynamismo de las PYMES en Colombia: un estudio comparativo de empresas. *Revista Venezolana de Gerencia* , 319-338.
- García, O. L. (2009). Administración Financiera. Medellín.
- PNUD. (10 de 10 de 2014). PNUD. Obtenido de PNUD: <http://www.co.undp.org/>
- Voutsinas, K., & Werner, R. A. (2011). Credit supply and corporate capital structure: Evidence from Japan. *International Review Of Financial Analysis*, 320-334.

4

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE *

Autores: Carlos Pacheco Ruiz ¹ – Darío Morales Betín ²

RESUMEN

El presente artículo muestra y analiza los resultados de la investigación “Utilización del crédito informal y su incidencia en el funcionamiento en las Mipymes del departamento de Sucre”, teniendo en cuenta la asimetría de información, las relaciones entre fuentes de crédito y Mipymes y sus limitaciones internas dentro del sistema financiero. En la investigación se empleó un diseño descriptivo y se trabajó sobre una encuesta aplicada a una muestra de 113 Mipymes y entrevistas a prestamistas, además de una revisión documental. Los resultados mostraron que estas empresas recurren en gran medida a la autofinanciación y crédito con proveedores, además las Mipymes experimentan un ambiente donde los excesos de prudencia del sector financiero formal hacia el pequeño empresario, debido principalmente a los rigurosos términos y condiciones de los créditos, le dan vida a un universo informal donde se da la paradoja de que los negocios pequeños que supuestamente no son solventes, buscarían formas de endeudarse con terceros en operaciones basadas en intangibles como la confianza.

Palabras claves: Crédito informal, Mipymes, financiación.

Abstract

The present article shows and analyzes the results of the research "Use of informal credit and its impact on the operation of SMEs in the department of Sucre", taking into account the information asymmetry, the relationships between credit sources and SMEs and their limitations Within the financial system. The research used a descriptive design and worked on a survey applied to a sample of 113 MSMEs and interviews with lenders, in addition to a documentary review. The results showed that these companies rely heavily on self-financing and credit with suppliers, in addition SMEs experience an environment where the prudent excesses of the formal financial sector towards the small entrepreneur, due mainly to the rigorous terms and conditions of the credits, Give life to an informal universe where there is the paradox that small businesses that are supposedly not solvent, would seek ways to borrow with third parties in operations based on intangibles

Keywords: Informal credit, SMEs, financing

* El presente artículo está basado en la investigación “Utilización del crédito informal y su incidencia en el funcionamiento en las Mipymes del departamento de Sucre” de Benítez & Chávez (2017), que fue parte del proyecto “Modelo de gestión para los procesos administrativos en las Mipymes de Sucre, financiado por la Universidad de Sucre”.

1. Magíster en Administración, Universidad Nacional de Colombia. Docente Universidad de Sucre. E-mail: carlos.pacheco@unisucra.edu.co
2. Ingeniero civil, consultor financiero de obras. E-mail: darimobe79@gmail.com

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

EL CRÉDITO Y SU IMPORTANCIA PARA LAS MIPYMES

El desarrollo vigoroso de toda economía de mercado se realiza con la participación de una gran cantidad de unidades económicas pequeñas, las cuales se destacan por desempeñar una variada e importante cantidad de roles, que las hace figuras imprescindibles de las economías de mercado (Román & Rojas, 1994). En su dinamismo y necesidad de crecimiento, la búsqueda de recursos económicos se ha convertido en una condición común para el empresario moderno, pero ¿qué pasa cuando las Mipymes necesitan cubrir sus necesidades y adelantar las operaciones de su obtención?

Esta situación viene a dar pie a un posible uso racional de los recursos y a un efecto en los resultados vía obligaciones contraídas. Cada día las empresas pueden verse en un juego de decisiones con respecto a su financiación, por lo que contar con acceso a los servicios financieros es una forma de aliviar la carga de recursos necesarios para lubricar el andamiaje y robustecer las operaciones de las actividades de capital de trabajo e inversión fija en los procesos productivos, principalmente para la mayoría de pequeños establecimientos de la llamada economía informal (Díaz, 2011).

No se puede desconocer que las pequeñas y medianas empresas son un factor fundamental en la generación de empleo y en el crecimiento, tampoco es un secreto que es el segmento empresarial que más obstáculos afronta para su desarrollo y uno de estos es el del financiamiento, sobre todo el de largo plazo, ya que es con éste que se puede soportar la inversión y el cre-

cimiento en los negocios (Sánchez, Osorio, & Baena, 2007). El mismo autor reconoce además como otros problemas principales las dificultades en la identificación y acceso a la tecnología adecuada, la deficiente infraestructura física, la falta de asociatividad empresarial, la carencia de directivos con capacidad gerencial y pensamiento estratégico y algo no nuevo: los impuestos exagerados y la corrupción en diferentes ámbitos, entre otros.

Sobre el acceso limitado al sector financiero por parte de las Mipymes, el Consejo Nacional de Política Económica y Social suscribió que el apalancamiento que usan los microempresarios al momento de iniciar su negocio proviene principalmente de los ahorros acumulados por la familia y de los ingresos de trabajos anteriores, así como los préstamos de amigos y familiares, mientras que los bancos y las financieras poseen una baja participación (Castañeda & Fadul, 2002), tal limitación también se explica en parte porque para las Microempresas es muy difícil satisfacer los requisitos que el mercado formal impone y porque las condiciones de los créditos no se ajustan a sus requerimientos (Consejo Nacional de Política Económica y Social, 2007).

Estas condiciones que aún hoy se presentan, sumado a las dificultades que se puedan presentar para que las Mipymes accedan a los servicios financieros formales dan pie para que la informalidad se vislumbre como una vía fácil y rápida de adquisición de fondos aunque no son necesariamente más baratas y mejores debido a sus altas tasas de interés.

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

Aunque esta situación puede afectar principalmente a las microempresas, tampoco se puede decir que es exclusivo de ellas, sino que también influye el hecho de la falta de capacidad del sector formal en satisfacer la demanda por crédito. Con relación a esto, Schrader (1996) demuestra que se pueden usar diferentes fuentes de crédito en consonancia con que la estructura que maneja el sector formal influye hasta cierto medida en la extensión del sector informal, con lo que se da pie al dualismo financiero que es considerado un serio impedimento al crecimiento económico, en países como Colombia, ya que promueve la desigualdad entre sus regiones.

Precisamente en Colombia se han dado importantes pasos hacia la inclusión financiera en forma de política pública dirigida a lo "social" y la "bancarización" para satisfacer las necesidades de crédito y la reducción del papel del sector informal, especialmente a través de créditos de fomento con operaciones de redescuento, la creación de políticas crediticias en los bancos comerciales, cooperativas y ONG e incentivando el microcrédito. Este último empíricamente constituye un mecanismo de inclusión que favorece la entrada de hogares con recursos limitados a la actividad productiva (Banco de la República de Colombia, 2010). Sin embargo, estos procesos son progresivos y aún siguen dejando un gran número de grupos excluidos de las oportunidades y los servicios prestados por el sector financiero (Rupanawar & Rege, 2013), de este modo, las opciones ofrecidas resultan insuficientes para atender las necesidades de

financiación de un gran número de agentes económicos que pertenecen al sector informal, entre ellos los trabajadores independientes, las pequeñas y medianas empresas y en general de los sectores más vulnerables de la población, quienes tienen menos posibilidad de acceder a los créditos, pues no poseen ningún patrimonio o carecen parcial o totalmente de cualquier tipo de recursos que respalden estas operaciones (Díaz, 2011), de este modo, para las pequeñas empresas, la financiación informal desempeña un papel alternativo a las fuentes formales (Yang & Yan, 2013).

Con relación al crédito, recientes estudios económicos permiten identificar tres regularidades empíricas: los mercados de crédito bancario exigen garantías, funcionan con exceso de demanda y coexisten con otras formas de crédito. En los países en desarrollo, la estructura financiera la integran los sectores bancario, formal no bancario e informal, pero es la existencia de la desigualdad del ingreso en la sociedad el principal factor explicativo de esta estructura financiera. Del mismo modo, el crédito es más costoso en la informalidad (Figueroa, 2011) y mientras la desigualdad del ingreso impere a niveles altos, esta estructura financiera seguirá activa.

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

Las pequeñas y medianas empresas constituyen la mayor parte del sector privado en los países en desarrollo en términos de empleo, las firmas pequeñas pueden verse menos afectadas por las regulaciones, ya que pueden caer más fácilmente en arreglos informales -por ejemplo, escapando a la advertencia de asesores fiscales corruptos, que podrían concentrarse en empresas más grandes que prometen rendimientos más altos. La financiación parece ser el principal problema para las pequeñas y medianas empresas, mientras que para las grandes empresas es algo de menor impacto. Esto da una primera indicación de que las pequeñas y medianas empresas tienen más dificultades para recibir financiamiento que las grandes empresas (Schiffer & Weder, 2001) y es que cuando los préstamos bancarios se reducen, las Mipymes tienden a ser más vulnerables y afectadas que las grandes (OECD, 2012) y las fuentes de crédito tienden a reducirse más rápidamente para las pequeñas empresas que para las grandes durante las crisis económicas (ECB, 2013)

En Sucre el crédito se puede suscitar de varias formas tratando de responder a problemas de financiación, distinguiendo entre los factores internos de financiación y los determinantes de la financiación externa, en donde surge como fuente la banca formal y las entidades que sin ser bancos ejercen actividades de préstamo de dineros, el crédito comercial y el informal, lo que muestra que el crédito viene a ser en muchas circunstancias un apoyo realmente apreciable que ataca a diversas necesidades por su agili-

dad y menores exigencias de garantías, agregándole protagonismo a este tipo de crédito como fuente de financiamiento.

El crédito informal se ha venido practicando desde hace mucho tiempo (Pertuz Martínez, 2006) y en todo el mundo se presenta de una u otra forma. En el plano nacional, existen diferentes investigaciones cuyos resultados no se alejan mucho de la situación en Sucre. Por ejemplo, Arbeláez, Zuleta, Velasco & Rosales (2003) hacen una evaluación de las fuentes de acceso a los servicios financieros. Por otro lado se tiene el informe sobre crédito informal en Colombia, preparado por el Programa MIDAS de la Agencia para el Desarrollo de Estados Unidos, USAID (Cano, Peñaranda, & Romero, 2007) en donde se describe información a nivel nacional investigando a diferentes tipos de usuarios, lo cual incluyó tanto personas como empresas.

Para Rivera Godoy (2007), es fundamental conocer la estructura financiera y los factores determinantes para la estructura de capital en las pymes, mientras que Matíz & Fracica (2011) se preocupan de que los nuevos empresarios no solo carecen de información sobre fuentes alternativas para el acceso a los recursos financieros, sino que dentro del esquema bancario se limitan al conocimiento de líneas de crédito que por ser mecanismos no especializados, no cuentan con diseños acordes con la utilización de estos recursos y que sumado a las características ya mencionadas de los emprendedores (como por ejemplo su edad), hacen aún más complejo el acceso al sistema bancario.

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

ALGUNOS ESFUERZOS DESDE LO FORMAL

El acceso a la financiación es un punto de apoyo para la supervivencia y el rendimiento de cualquier empresa y se ha convertido en una medida de desarrollo cada vez más importante, como uno de los factores que pueden impulsar el desarrollo económico generalizado (Cracknell, 2012). En Colombia, la estrategia integral de apoyo financiero a las micro, pequeñas y medianas empresas ha comprendido básicamente, la articulación entre tres elementos: las líneas de financiamiento del banco de desarrollo (BANCOLDEX), el otorgamiento de garantías a través del FNG y el accionar de la Banca de las Oportunidades (Ferraro, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011). Por otro lado, el Congreso de La República de Colombia (2013), aprobó la ley 1676, que consiste en otorgar préstamos financieros con garantías mobiliarias cuyo objeto es promover el acceso al crédito formal, frenar el crédito gota a gota y abrir nuevas posibilidades para que todos y cada uno de los emprendedores del país se puedan financiar en pro del crecimiento económico y la generación de empleo (Benítez & Chávez, 2017).

GENERALIDADES DE LAS MIPYMES EN COLOMBIA Y SUCRE.

En Colombia el sector empresarial se clasifica en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas y está reglamentado en Ley 590 de 2000, modificada por las Leyes 905 de 2004, 1111 de 2006, 1151 de 2007 y 1450 de 2011.

A corte del primer trimestre de 2016 había en el

país 1'561.733 registros mercantiles correspondientes a personas naturales y 979.220 a sociedades dentro del rango de las Mipymes. Al desagregar por tamaño de las empresas, en el primer grupo 1'522.394 son micro, 22.772 son no determinadas, 14.567 pequeñas y 2.000 medianas. En el segundo grupo, 749.806 son microempresas, 101.957 no determinadas, 100.350 pequeñas y 27.107 medianas. Bogotá es el principal epicentro de las Mipymes del país al acoger a 740.069, equivalente a 29,38% del total nacional. Luego se ubica Antioquia, con 294.359 Mipymes, Valle del Cauca, con 239.332, Atlántico con 137.081, Santander, con 134.980 y Cundinamarca, con 116.723 (Revista Dinero, 2016).

Esta amplia presencia de las Mipymes exige que se hagan esfuerzos en su favor, teniendo en cuenta que el 80.8% del empleo generado en Colombia proviene de ellas y proporcionalmente las micro ofrecen el 50.3% y las pequeñas y medianas hacen el otro 30.5% de generación de puestos de trabajo (Revista Dinero, 2016).

En el departamento de Sucre, según datos de la Cámara de Comercio de Sincelejo, en 2016 el número de Mipymes alcanzó las 2.549 unidades. Entre estas y clasificadas por activos, el 81% son micros, el 15% pequeñas y el 4% medianas. Haciendo un comparativo entre 2013 y 2016 es claramente observable la inclinación de las Mipymes hacia las Sociedades Anónimas Simplificadas S.A.S., pasando de 48,38% a 72,89% de participación entre las Mipymes.

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

Tabla 1. Mipymes en el departamento de Sucre por tipo, tamaño y participación.

TIPO	TAMAÑO	2013	PARTICIPACION 2013	2016	PARTICIPACION 2016	VARIACIÓN
E.A.T.	PEQUEÑA	2	0,11%	1	0,04%	-100%
	MICRO	16	0,86%	15	0,59%	-7%
	SUBTOTAL	18	0,97%	16	0,63%	
E.U.	MEDIANA	1	0,05%		0,00%	-100%
	PEQUEÑA	7	0,38%	5	0,20%	-40%
	MICRO	244	13,16%	128	5,02%	-91%
	SUBTOTAL	252	13,59%	133	5,22%	
LIMITADA	MEDIANA	11	0,59%	14	0,55%	21%
	PEQUEÑA	87	4,69%	73	2,86%	-19%
	MICRO	426	22,98%	279	10,95%	-53%
	SUBTOTAL	524	28,26%	366	14,36%	
S. C. A.	PEQUEÑA	3	0,16%	5	0,20%	40%
	MICRO	4	0,22%	4	0,16%	0%
	SUBTOTAL	7	0,38%	9	0,35%	
S. en C.	MEDIANA	4	0,22%	8	0,31%	50%
	PEQUEÑA	16	0,86%	8	0,31%	-100%
	MICRO	55	2,97%	66	2,59%	17%
	SUBTOTAL	75	4,05%	82	3,22%	
S.A.	MEDIANA	16	0,86%	21	0,82%	24%
	PEQUEÑA	34	1,83%	32	1,26%	-6%
	MICRO	31	1,67%	27	1,06%	-15%
	SUBTOTAL	81	4,37%	80	3,14%	
S.A.S	MEDIANA	20	1,08%	56	2,20%	64%
	PEQUEÑA	98	5,29%	252	9,89%	61%
	MICRO	779	42,02%	1550	60,81%	50%
	SUBTOTAL	897	48,38%	1858	72,89%	
OTRAS	MEDIANA			2	0,08%	100%
	MICRO			3	0,12%	100%
TOTAL		1854	1	2549	1	

Fuente: Elaborado por los autores con base en datos de la Cámara de Comercio de Sincelejo.

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

Tomando en cuenta el código CIIU, la clasificación de las principales actividades que desarrollan las Mipymes en el departamento de Sucre, muestra como principales: el comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, la construcción, actividades profesionales, científicas y técnicas, actividades de atención de la salud humana y de asistencia social, la agricultura, ganadería, la actividad inmobiliaria y la industria manufacturera.

Esta estructura dicta que las empresas del departamento tienen una fuerte inclinación por el desarrollo de actividades en el sector servicios, que en el caso del comercio, a nivel nacional tuvo un flojo comienzo del año 2017, afectadas por el impacto de la reforma tributaria.

Tabla 2. Actividades desarrolladas por las Mipymes en Sucre.

Divisiones	Cantidad	Sección	Actividades
01 a 03	168	A	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca
05 a 09	21	B	Explotación de minas y canteras
10 a 33	126	C	Industrias manufactureras
35	4	D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado
36 a 39	54	E	Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental
41 a 43	351	F	Construcción
45 a 47	563	G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
49 a 53	98	H	Transporte y almacenamiento
55 a 56	65	I	Alojamiento y servicios de comida
58 a 63	75	J	Información y comunicaciones
64 a 66	45	K	Actividades financieras y de seguros
68	134	L	Actividades inmobiliarias
69 a 75	328	M	Actividades profesionales, científicas y técnicas
77 a 82	120	N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo
84	4	O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación
85	47	P	Educación
86 a 88	281	Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social
90 a 93	34	R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación
94 a 96	22	S	Otras actividades de servicios

Fuente: Elaborado por Benítez & Chávez (2017) basado en datos de la Cámara de Comercio de Sincelejo.

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

ASPECTOS METODOLÓGICOS

La investigación fue fruto del interés por determinar el uso e incidencia de los créditos informales en el funcionamiento de las Mipymes del departamento de Sucre. En este sentido, se optó por un tipo de estudio descriptivo que reflejó los detalles de la actividad de crédito informal tomando como muestra 113 Mipymes distribuidas en diferentes municipios del departamento de Sucre. También se hicieron 2 entrevistas a prestamistas y se recurrió también a fuentes secundarias utilizando técnicas de análisis documental. Para la descarga, procesamiento e interpretación de datos se usó la hoja de cálculo de Microsoft Office Excel; con el cual fue posible crear tablas, calcular y crear gráficos simples. Complementario a este paquete, se usó el software EPI INFO, que permitió agilidad especialmente como herramienta de apoyo para el análisis de información. Se determinó que la persona que respondiera la encuesta fuera del nivel directivo ya que regularmente pueden asumir la responsabilidad de elegir entre diferentes opciones de financiación o es posible que haya desarrollado el manejo de recursos propios y/o ajenos.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Sobre las fuentes de financiación.

Las fuentes de financiación de las Mipymes son diversas y pueden dividirse en financiación interna y financiación externa (Ross et al., 2013). En el departamento de Sucre, las Mipymes encuestadas recurren principalmente al primer tipo, a través de la llamada autofinanciación dejando ver que el 41,6% se inclinan por la reinversión de los recursos obtenidos en la realización de la actividad económica de las empresas y no presentan gran confianza en la financiación con recursos externos (Ver gráfica 1). Esta situación enmarca un apreciable riesgo que muchos de los empresarios miran como parte de las operaciones naturales del negocio, sin embargo, la financiación interna por sí sola puede limitar el desarrollo de las Mipymes.

La opción que aparece más lógica son los bancos, pero estos establecen varias restricciones cuando prestan a las Mipymes, por ejemplo el aumento de los costos de los préstamos, así como las garantías y recortes al período de amortización. En Sucre, estas empresas, por las características descritas, frecuentemente no alcanzan o no pueden aportar suficientes activos colaterales o estados financieros rigurosos y sólidos para compensar la asimetría de la información y los riesgos de selección adversa para los prestamistas (Paulet, Parnaudeau, & Abdes, 2014), complementario a esto, a veces les exigen contar con una cantidad fija de ingresos y el tener codeudores capaces de respaldar la deuda.

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

En este sentido es comprensible que los bancos prefieran tratar con empresas grandes, antiguas y conocidas, con alta transparencia informativa (Nguyen, Nguyen, & Yin, 2015).

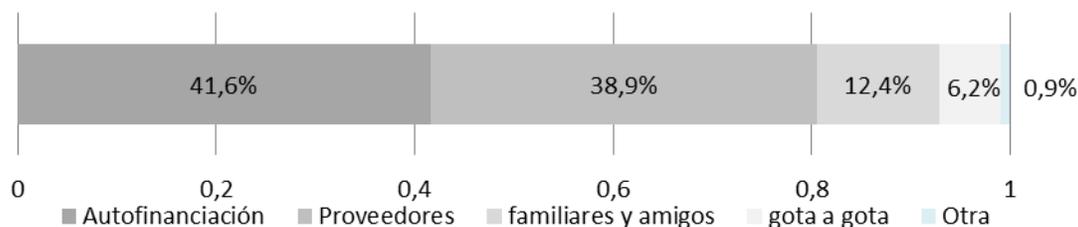
La situación que presentan en este sentido las Mipymes en Sucre es muy parecida a lo aportado por Vera, Melgarejo, & Mora (2014), quienes encontraron que el soporte operacional de las empresas, representado por sus activos, tiende a ser financiado con mayor cuantía de recursos propios que de terceros, donde casi la mitad de los recursos que financian sus operaciones provienen del pasivo, sin embargo, están representados fundamentalmente por fuentes de corto plazo, dejando a los aportes patrimoniales la financiación permanente de la empresa.

Pasando a los proveedores como fuente de financiación, es común que los empresarios (38,9%), quienes en buena parte desarrollan actividades de servicio, se apalanquen con ellos trabajando a crédito, como una forma estratégica de administración de recursos.

Fuentes como los Familiares y amigos no son comúnmente utilizados, solo un 12,4% de las empresas lo emplea, especialmente en la génesis de sus negocios o alguna eventualidad, ya que en muchos casos no les cobran por el préstamo.

Por otra parte, sorprendió al grupo de investigadores que el crédito gota a gota haya mostrado una baja participación entre las Mipymes de Sucre. Ciertamente el alto costo es una de las razones que hacen que sea vista como una fuente, que aunque es más rápida y de menos exigencias al tratarse de terceros, también implica un sacrificio en la rentabilidad.

Gráfica 1. Fuentes de crédito informal de las Mipymes de Sucre



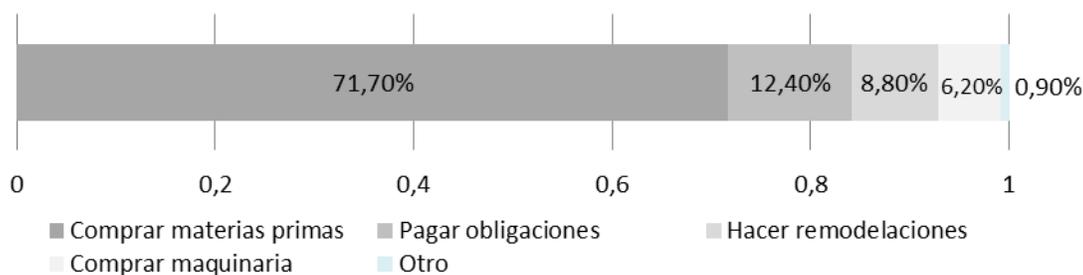
Fuente: Datos de la investigación, adaptado de Benítez & Chávez (2017), basado en Arévalo & Pastrano (2015).

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

Uso del crédito informal.

Una vez obtenido el crédito desde cualquiera de estas fuentes, el 71,7% lo utiliza para la compra de mercancía. Dato que encierra cierta lógica dado que cerca del 39% de los créditos provienen de proveedores y de que la actividad comercial es fuerte en las Mipymes del departamento, sin querer decir que esta sea la única que se apalanca con proveedores. Por otra parte, el pago de obligaciones es el segundo destino de la financiación informal (Ver gráfica 2).

Gráfica 2. Principales usos del crédito informal en el departamento de Sucre.



Fuente: Datos de la investigación, adaptado de Benítez & Chávez (2017)

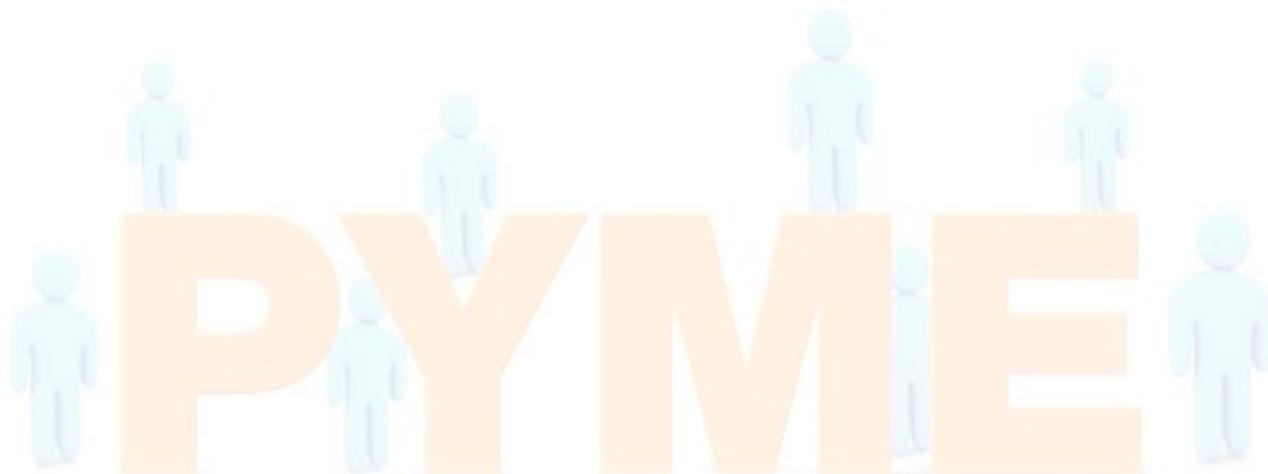
Si hay un crédito se instala una obligación y la relación de cumplimiento es fundamental cuando se trabaja con terceros si se quiere seguir gozando de tal financiación. Sobre esto, entre las Mipymes, el 65.6% manifiesta que realiza una nueva operación de crédito ante un imprevisto o para la renovación de mercancía, según sea el caso. Teniendo en cuenta que un importante porcentaje se financia con recursos propios, se entiende que el 54% de los empresarios manifieste no tener que cumplir con garantías para su desembolso aunque con terceros pueda exigirse la firma de una letra en blanco (con los grandes riesgos que encierra) o documentos de propiedad de un bien mueble o inmueble.

Esta “confianza” que se da en las operaciones informales con terceros implica una relación que nace con la asignación de cantidades que con el paso del tiempo se vuelven mayores según el cumplimiento del deudor y la capacidad del prestamista, lo cual puede tener incidencia en la planificación de crecimiento de las diferentes entidades que optan por este mecanismo de financiación. Esto está asociado a que el crecimiento del préstamo está restringido por la oferta, además del impacto negativo de otros factores como cambios en la visión de riesgo de los prestatarios y cambios en la aversión al riesgo de los bancos.

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

Sobre las formas en que se puede dar la transacción, es destacable que el 59% de las Mipymes recibe el crédito informal en efectivo y en ocasiones, al usar la figura del prestamista, éste a veces llega hasta donde la persona la requiera. Por otro lado el 40% afirmó que la forma de entrega del crédito es a través de mercancía en consignación que debe ser cancelada bajo condiciones acordadas con los proveedores.

Es normal también que las empresas usen combinaciones de créditos formales con informales, el monto financiado de dicho crédito está, en la mayoría de los casos (69%), entre \$500.000 y \$3.000.000, y aunque se dan procesos en que no hay cobro de intereses por el dinero obtenido para financiar a las empresas, ya sea en el caso de la autofinanciación o familiares y amigos, también se dan tasas de interés que pueden llegar al 15% mensual, lo que representa una tasa efectiva anual del 435,03%. Las situaciones en que aparentemente no hay costo, a razón de lo manifestado por los empresarios, implica que hace falta una mejor educación financiera ya que el costo de oportunidad no está siendo tomado en cuenta y se pueden tomar decisiones que desfinancian a la empresa.



EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

CONCLUSIONES

Para el presente estudio se lograron establecer algunas particularidades del crédito informal dependiendo de la fuente. En lo que atañe al departamento de Sucre, la autofinanciación es la modalidad más común, dados los problemas de acceso y el interés que se pueda presentar por la banca formal.

Es importante resaltar que elementos como la rapidez, la accesibilidad y los bajos costos de aplicación son las ventajas clave del crédito informal, mientras que a menudo se perciben como desventajas del crédito formal.

Las Mipymes deben ser muy precavidas, especialmente cuando se trate del crédito gota a gota, ya que sus costos pueden aumentar con gran celeridad, aún más que la posibilidad de producir ingresos, dadas las tasas de interés que se cobran y que pueden llegar al 15% mensual.

Las entidades formales y el mismo estado han creado opciones para las Mipymes, pero para sus gerentes todavía falta un mayor acercamiento y voluntad por sacar adelante a éstas, que son la mayor fuente de dinamismo empresarial, empleo y productividad (Kim, Lin, & Chen, 2016), en un contexto donde las grandes empresas públicas no desempeñan un papel estratégico en el crecimiento económico.

Las Mipymes en Sucre tienen un rasgo de autoconservación y gestión tradicional, donde a sus propietarios les resulta más atractivo autofinanciarse, pensando que se tiene un menor riesgo y confiando en que así se prolongará el control

sin la intervención de actores externos, pero renunciando a un posible crecimiento de las empresas. Por otro lado, el crédito informal se ve desfavorecido por los topes que manejan y que pueden ser insuficientes para las necesidades de las empresas.

Una forma de evitar las altas tasas de la informalidad o al menos ser conscientes de los costos de las operaciones en que incurre la empresa, sea con terceros o a través de la autofinanciación, es educarse para así entrar a una cultura de planeación financiera en donde se tenga en cuenta el peso y el equilibrio entre los recursos propios y de terceros, dependiendo del costo del capital, el retorno de la inversión y su nivel preferido de autonomía.

Los resultados mostraron que las Mipymes experimentan un ambiente en el que los excesos de prudencia del sector financiero formal hacia el pequeño empresario, le dan vida a un universo informal donde presuntamente parece consolidarse una relación de negocios. En este punto aparece una paradoja, debido a que los negocios pequeños, que supuestamente no son solventes y que por los montos con que trabajan no resultan tan atractivos para las fuentes formales porque se elevan los costos de transacción, buscarían formas de apalancamiento, en ocasiones con terceros en el contexto informal, donde los principales intangibles son la lealtad, la solidaridad y la confianza.

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

BIBLIOGRAFÍA

- Arbeláez, M., Zuleta, L., Velasco, A., & Rosales, M. (2003). Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia: Diagnóstico general y acceso a los servicios financieros. Obtenido de Fedesarrollo - Banco Mundial: <http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/1299/>
Repor_Septiembre_2003_Arbelaez_Zuleta_y_Velasco.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Arévalo, K., & Pastrano, E. (2015). Diagnóstico de las fuentes no tradicionales de financiamiento empleadas por las PYMES. *Revista Publicando*, 149-162.
- ASOBANCARIA. (2014). Características del acceso al crédito en las zonas urbanas de Colombia. *Semana Económica*, 1-7. Obtenido de *Semana Económica*: <http://www.asobancaria.com/2014/11/10/edicion-973-caracteristicas-del-acceso-al-credito-en-las-zonas-urbanas-de-colombia/>
- Banco de la República de Colombia, Ministerio de Agricultura, & Finagro. (2010). Situación actual del microcrédito en Colombia: características y experiencias. Reporte de estabilidad financiera. Santa Fe de Bogotá.
- Benítez Montes, N., & Chávez Guzmán, H. (2017). Utilización del crédito informal y su incidencia en el funcionamiento en las Mipymes del departamento de Sucre. *Sincelejo*.
- Cámara de Comercio de Sincelejo. (2016). Base de datos de las empresas registradas en Cámara de Comercio de Sincelejo. *Sincelejo*.
- Cano, M., Peñaranda, C., & Romero, J. (2007). Encuesta de Mercado de Crédito Informal en Colombia: Informe Final. Presentación realizada en el marco del Trabajo realizado por ECONOMETRIA S.A. para el Programa MIDAS. Santa Fe de Bogotá.
- Castañeda, A., & Fadul, M. (2002). Globalización y crisis económica incidencia en la financiación de unidades de pequeña escala. Bogotá: Fundación Ford.
- Congreso de La República de Colombia. (2013). Ley 1676 de 2013. Por la cual se promueve el acceso al crédito y se dictan normas sobre garantías mobiliarias. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1676_2013.html
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2007). Documento Conpes 3484. Obtenido de <http://www.huila.gov.co/documentos/C/CONPES3484de2007.pdf>
- Cracknell, D. (2012). Policy Innovations to Improve Access to Financial Services in Developing Countries. Obtenido de Centre for Global Development: https://www.cgdev.org/doc/LRS_case_studies/Cracknell_Kenya.pdf.
- Díaz Valencia, G. (2011). Las imperfecciones del mercado de créditos, la restricción crediticia y los créditos alternativos. *Revista CIFE*, 7(12), 103 - 133.

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

BIBLIOGRAFÍA

- ECB. (2013). Small and Medium-Sized Enterprises in the Euro Area: Economic Importance and Financing Conditions. European Central Bank Monthly Bulletin, 43.
- Ferraro, C., Goldstein, E., Zuleta, L. A., & Garrido, C. (2011). Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina. Santiago de Chile: CEPAL. Obtenido de CEPAL.
- Figueroa, A. (2011). La desigualdad del ingreso y los mercados de crédito. Revista de la CEPAL, 39-55.
- Hernández Umaña, I. (2011). El ascenso de la “mano invisible”: análisis para el surgimiento de un mercado formal de financiación para empresas de base tecnológica (EBT) en Colombia. Obtenido de Documento de trabajo. Universidad Nacional de Colombia - Facultad de Ciencias Económicas: <http://www.bdigital.unal.edu.co/3454/#sthash.0lkQ86bK.dpuf>
- Kim, D.-H., Lin, S.-C., & Chen, T.-C. (2016). Financial structure, firm size and industry growth. International Review of Economics and Finance, 23–39.
- Matíz, F., & Fracica Naranjo, G. (2011). La financiación de nuevas empresas en Colombia, una mirada desde la demanda. Revista EAN, 118-131.
- Nguyen, T., Nguyen, H. G., & Yin, X. (2015). Corporate Governance and Corporate Financing and Investment during the 2007-2008 Financial Crisis. Financial Management, 115-146.
- OECD. (2012). Financing SMEs and Entrepreneurs 2012: An OECD Scoreboard. Obtenido de https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/mediation-interentreprises/Documents/FinancingSME_entrepreneurs-OECD-2012.pdf
- Paulet, E., Parnaudeau, M., & Abdes, T. (2014). The SME struggle for financing: a clampdown in European banks post-crisis. Journal of Business Strategy, 35(2), 36-45.
- Pertuz Martínez, A. P. (2006). Historia empresarial de Sincelejo 1920–1935. Pensamiento & gestión, 21(47).
- Revista Dinero. (2016). Pymes contribuyen con más del 80% del empleo en Colombia. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresacaratula/articulo/porcentaje-y-contribucion-de-las-pymes-en-colombia/231854>
- Revista Dinero. (2016). Mipymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresapymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>
- Rivera Godoy, J. (2007). Estructura financiera y factores determinantes de la estructura de capital de las pymes del sector de confecciones del Valle del Cauca en el período 2000-2004. Cuadernos de Administración, 191-219.

EL CRÉDITO INFORMAL EN LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

BIBLIOGRAFÍA

- Rodríguez Ladino, J. (2015). Impacto financiero causado por los cuentagotas en microempresarios de Villavicencio. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia sede Manizales: <http://www.bdigital.unal.edu.co/50446/1/17330041.2015.pdf>
- Román González, E., & Rojas Bustos, J. (1994). El acceso de las pequeñas y medianas empresas al financiamiento y el programa nacional de apoyo a la PYME del gobierno chileno: balance preliminar de una experiencia. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL.
- Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J., & Jordan, B. (2013). Corporate Finance. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Rupanawar, B., & Rege, K. (2013). Financial inclusion. *Golden Research Thoughts*, 3(1), 1-2.
- Sánchez, J., Osorio, J., & Baena, E. (2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las PYMES en Colombia. *Scientia Et Technica*, 321-324.
- Schiffer, M., & Weder, B. (2001). Firm Size and the Business Environment : Worldwide Survey Results. Obtenido de Discussion Paper; No. 43. Washington, DC: World Bank and the International Finance Corporation.: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/13988>
- Schrader, H. (1996). Informal Finance and Intermediation. *Faculty of Sociology. Working Paper*(252), 28.
- Vera Colina, M., Melgarejo Molina, Z., & Mora Riapira, E. (2014). Acceso a la financiación en pymes colombianas: una mirada desde sus indicadores financieros. *Innovar Journal Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 149-160.
- Yang, Y., & Yan, B. (2013). Research on the Advantages of Informal Finance in Small and Medium Enterprises. *Proceedings of the International Conference on Information Engineering and Applications (IEA) 2012. Lecture Notes in Electrical Engineering* 220, 111-118.
- Yuan, Y., & Xu, L. (2013). What determine the interest rates in china's informal market? *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, 179-196.

5 FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA.

Autores: Karine Stella Beltrán Agamez ¹

RESUMEN

La teoría de las inmisiones es un límite de la propiedad que nos viene directamente del derecho clásico romano, en este periodo no se desarrolló un concepto como hoy, más bien se le da aplicabilidad al principio: Cada quien puede hacer en lo suyo lo que le parezca, siempre y cuando no afecte el derecho ajeno. Este principio fue recogido por Bello e incorporado al código civil, pero pese a esto, fue olvidado dando paso a otras bases interpretativas que se centran en otros modelos políticos, sociales y culturales distintos a los que sirvieron de base a nuestra legislación civil. Se necesita estudiar la base histórica de esta doctrina para poder elchar mano oportunamente de ella.

Palabras claves: Inmisiones, propiedad, derecho ajeno, Código de Bello

Abstract

The theory of the release is a property line that comes directly from classical Roman law, in this period as a concept is not developed now rather applicability is given at the beginning: Everyone can do on his own what enough, provided they do not affect the rights of others. This principle was accepted by Bello and incorporated into the civil code, but despite this, it was forgotten giving way to other interpretive foundations that focus on other various political, social and cultural models that were the basis of our civil law. You need to study the historical basis of this doctrine to timely elchar her hand.

Keyword: Nuisance, property, rights of others, Bello Code

1. Abogada de la Universidad de Cartagena, especialista en Derecho Comercial de la Universidad Libre, cursa II semestre en Maestría en Derecho del comercio y la responsabilidad, en la Universidad del Norte. Docente de la Universidad de Sucre y la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre

FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN A LA PROPIEDAD EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA

INTRODUCCIÓN

La propiedad es uno de los temas más determinantes dentro de un sistema jurídico y económico, su importancia tal que de ella dependen otra serie de facultad inherentes al hombre como lo son su libertad de disposición, y la autonomía de la voluntad, aparte de representar el triunfo de del individuo frente a los poderes absolutistas del rey y el estado. Es el derecho más completo y acabado que se puede tener sobre las cosas, ya que sus características de exclusivo, perpetuo y absoluto, lo hacen ser diferente a cualquier otro derecho que se tenga sobre la misma cosa.

Pero estas características no lo hacen ser ilimitado e inmensurable, por el contrario siempre se ha desarrollado dentro de unos límites bien establecidos que le permiten realizarse en sociedad, ya que sin que existieran estas delimitaciones se generarían más conflictos sociales que beneficios. Esto nos lleva a redefinir la propiedad no solo en las facultades que otorga sino en los límites que esta tiene, para entenderla como una moderadora de relaciones humanas.

Entre las muchas teorías sobre los límites de la propiedad hay una que resalta en importancia y es el derecho ajeno, ese derecho que tiene el otro sobre sus cosas propias. Es el límite de acción de la facultad de una persona a favor de otra. Este límite está expresamente señalado en nuestra legislación en el artículo 669 el código civil, pero no ha tenido el alcance que puede tener porque ha sido interpretado a la luz del derecho francés que obvia este asunto del derecho y solo considera el límite del derecho de

propiedad a la ley y el reglamento.

El propósito de este artículo es pretender demostrar que los antecedentes históricos y jurídicos en la formación del concepto de propiedad del código civil, para determinar si es posible que dentro de nuestro sistema se desarrolle una teoría completa sobre el derecho ajeno y especialmente de las inmisiones y así hacer un aporte significativo a la ciencia jurídica (Justiniano, 1975) (Prats, 1994) (Las Doce Tablas; Rojas, 2014; Jaraamilli, Luis Guillermo Velazquez Jaramillo) (X) del país.

FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN A LA PROPIEDAD EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA

El alcance del derecho de propiedad en razón al derecho ajeno

La propiedad es la clase de asuntos jurídicos que se habla y debate año por año en los círculos de profesores, doctri-nantes y jueces, esto debido a la íntima relación que ella tiene con el hombre, siendo difícil considerar a este sin ella, al punto que uno de los atributos de la personalidad es el patri-monio, y entiéndase el patri-monio no solo como la univer-salidad de bienes, derechos y obligaciones en cabeza de una persona, sino como la aptitud de poder ser titular del domi-nio.

El concepto de propiedad desde Roma

El concepto de propiedad varía de acuerdo con el sistema económico imperante, por eso es distinto hablar de ella desde las sociedades es-clavista, o en el mundo feudal o desde propuesta socialista. La propiedad se amolda a va-lores rectores de la organiza-ción económica, siendo un ins-trumento para fundamentar jurídicamente este y darle legi-timidad social al modelo eco-nómico. Por lo anterior, para cualquier concepto de propie-dad que se pretende construir

es necesario conocer los he-chos históricos y realidades económicas que originan esa acepción, a fin de comprender su alcance y determinar su campo de aplicación.

En Roma, una sociedad esclavista por excelencia, el con-cepto de propiedad se constru-ye como un derecho subjetivo sobre las cosas propias (Arguello, 1998). Se entiende como el *dominium* (señorío), que no es nada distinto al po-der que se tiene sobre una co-sa, que permite reclamarla so-bre cualquiera que la posea, es decir es el poder de utilizar un bien que nadie puede reclamar (Goddard, 2009). Este po-der tiene elementos que lo per-miten distinguirse de la clase *iura in re aliena* llevándolo a manifestarse en la exclusión de un cualquier tercero que pretenda derechos o amenace los nuestros sobre la cosa, y la atribución de extender sus efectos sobre los frutos natura-les y civiles que produzca el bien, a fin de construir una uni-dad que no pueda penetrarse por ningún lado débil y que ponga en peligro la utilidad e esta institución.

Pero en Roma la propiedad no tiene un concepto específico, sino que entra a definirse en razón a los atributos que esta otorga a quien de ella ostenta: *ius utendi*, *ius fruendi*, *ius abu-tendi*, *ius vicandi* (Arguello, 1998) considerándose a si a la propiedad como “el derecho de usar, gozar y disponer de una cosa a nuestro arbitrio sin ir contra la ley y el derecho ajeno”.

El *ius utendi* es el derecho que tiene el titular de la misma de darle el uso que el disponga, sin entrar a determinar si ese es el mejor uso que puede dár-sele, ya que tal derecho está amparado por el arbitrio, que no para el derecho Romano no es otra cosa sino la libertad que tiene su titular de escoger libremente, sin ninguna consi-deración distinta a su voluntad, siempre que esa escogencia este dentro de los límites de la ley y el derecho ajeno. Es decir el titular podía dar al bien el uso que el libremente escoja sea este el que naturalmente tiene la cosa o no, siempre que ese uso no se salga de los límites ya dicho.

FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN A LA PROPIEDAD EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA

El alcance del derecho de propiedad en razón al derecho ajeno

El *ius fruendi*, que ha sido mal interpretado al considerarlo solo como el derecho a los frutos generados por la cosa, lo cual es lo más alejado de la perspectiva clásica, ya que tal atributo es de verdad el más interesante de los cuatros, al ser el que concede realmente gozar, disfrutar, complacerse no solo en los frutos sino en la cosa misma. Es el que genera un efecto interno de plenitud en el titular al permitirle más que usar encontrar la satisfacción de sus necesidades, exigencias y deseos sobre la cosa. Es el goce quien produce la necesidad de exclusión de todo aquello que afecte tal plenitud, es el primero que se ve afectado por el reconocimiento a terceros de otros derechos reales, y es el que realmente lleva la cosa a cumplir su objeto dentro del patrimonio del propietario.

En tanto el *ius abutendi*, no es el derecho de abusar en el uso y goce de la cosa, ya que tal concepción es absurda dentro del derecho romano, el impuso límites legales a la propiedad, hasta el punto de establecer el derecho ajeno limitación a la

propiedad. Es el disponer, la facultad de adaptar la cosa mis gustos, y preferencias, a tenerla dentro de mi patrimonio y gravarla a mi conveniencia, es la facultad de enajenarla en todo caso a quien mejor me parezca.

La facultad que tenemos de poder exigir nuestra propiedad en manos de quien este, es la que compone el *ius vicandi*, de allí a su vez surge la reivindicación, que es la acción por excelencia que tiene el propietario para recuperar las cosas que le pertenecen, sin importar quien las tenga físicamente. Es la forma de asegurarle al propietario que su derecho es absoluto y excluyente, no solo amparado por el derecho sustantivo sino con las acciones necesarias para hacerlo prevalecer frente a cualquier ataque directo a este.

El concepto de propiedad en el código de Napoleón.

El Código de Napoleón, tiene en su artículo 544 una de las normas que más reflexiones ha generado en los últimos doscientos años, su traducción más aceptada al

castellano es: “la propiedad es el derecho de disfrutar y disponer de las cosas de la manera más absoluta, en tanto no se haga de ellos un uso prohibido por las leyes y los reglamentos” (García, 1998). Todo el polvorín levantado genera en esa expresión “de la manera más absoluta”, lo cual hace pensar en una radicalización y total goce y disposición. Esto no es otra cosa que el intento de separar los antiguos regímenes feudales del nuevo sistema de libertades que traía la revolución. El régimen feudalista de la propiedad era muy parecida a lo usufructo ya que podías usarla y gozarla solo hasta el límite que el señor feudal te lo permitiese ya que este siempre reservaba la disposición sobre la misma.

La propiedad es considerada un derecho natural del hombre al cual el existía solo por el hecho de serlo, siendo necesario para el defenderse de los abusos cometidos por los estados absolutistas esto la convertía en un derecho subjetivo que se mira en cada hombre de forma individual y en el cual se podía usar y abusar casi sin

FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN A LA PROPIEDAD EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA

El alcance del derecho de propiedad en razón al derecho ajeno

darse cuenta. La estructura del artículo 544 del código de Napoleón es la victoria retórica mas no jurídica sobre el antiguo régimen. Pero esto no quiere decir que haiga pasado así en la realidad jurídica del siglo XIX, en el cual fue un periodo de fuerte proceso legislativo de reglamentación exagerada con lo cual se trataba de regular todos los aspectos de la sociedad humana.

Así podríamos construir que el concepto de propiedad en el código de Napoleón no es un poder como en el derecho romano, sino un derecho innato en él, una facultad o atribución que la ley reconoce y protege para hacer y realizar sus deseos y necesidades sobre los bienes que están en su esfera de dominio. Esta propiedad liberal convierte a su titular en un pequeño soberano sobre los bienes que el posee en el cual libremente da el uso y destino económico que a él puedan parecerles sin necesidad de ser obligado a emplearlas o dejarles estéril.

El concepto francés no fue seguido por ANDRES BELLO, en la elaboración del código civil

chileno y por ende el colombiano. Esta visión al contrario si fue seguida por los jueces de nuestra república durante el siglo XIX y parte del XX. Esto llevo a crear un mito sobre la inspiración del código, una falsa creencia en que la regulación en materia de propiedad es Francesa, lo cual se debe a que esta fue la doctrina a seguir en los tribunales. Nosotros tenemos unas normas Romanísticas en nuestro código civil que han sido interpretadas a la luz de los principios del código Napoleón.

Límites legales a la propiedad, ley y derecho ajeno

Observando lo anterior encontramos que en ambas concepciones, derecho romano y derecho francés la propiedad tiene límites, sin los cuales esta no podría desarrollarse en sociedad. Es necesario establecer en cada uno de estos conceptos cuales fueron las verdaderas limitaciones que existían en su concepción para así entender como estas son aplicables en la vida cotidiana actualmente.

En el derecho romano las limitaciones a la propiedad son básicamente dos: la ley y el derecho ajeno. La ley no tiene mayores discusiones en roma ya que esta estaba sometida al interés del imperio, en ella existía un sistema de solidaridad territorial en el cual se imponía el interés general frente al interés particular del tutorial de dominio estas limitaciones tenían un carácter inderogables es decir siempre existía en cabeza de quien fuese propietario. Entre las más destacadas prohibiciones está la de cremar y enterar cadáveres dentro y fuera de la ciudad en un límite menor a 60 pies, permitir el paso por el fundo mientras la vía pública fuese reparada en los propietarios rivereños debían permitir el uso de sus tierras para la navegación pero la más importante de todas fue la figura del derecho clásico de la expropiación en la cual se domaba el bien por la fuerza a fin de la construcción de una obra pública previo pago de una indemnización.

FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN A LA PROPIEDAD EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA

El alcance del derecho de propiedad en razón al derecho ajeno

El derecho ajeno o los límites de derecho privado son restricciones impuestas en atención al interés particular. La mayor parte de ellas se deriva de las relaciones de vecindad y se retorna a épocas antiguas del derecho como son la ley de las XII tablas. En la tabla XII de los derechos prediales se cita claramente que entre un edificio y otro que sea continuo debe haber un espacio vacío de 25 pies con el fin de evitar someter a servidumbres del uno al otro. De igual manera establece que si las ramas de un árbol sembrado en un predio caen sobre el predio del vecino y este solicita que sean cortadas y aquel se niega a hacerlo el afectado podrá cortar tales ramas igualmente establece el derecho de las servidumbres de un predio a favor de otro.

Es allí donde surge el concepto de servidumbre vista de dos enfoques uno como una carga o gravame impuesto a la persona y otro con gravame impuesto al predio. La servidumbres personales constituyeron en el derecho clásico figuras especiales y autónomas de derecho real sobre cosas aje-

nas es decir se le otorgaba a personas diferentes del propietario derechos sobre las cosas. Las servidumbres prediales o reales son derechos o servicios que tienen que prestarle un fundo a favor de otro fundo, donde el primero es decir el sirviente se veía restringido en su goce a favor del segundo es decir el dominante. El derecho de servidumbre llevaba la abstinencia de hacer o tolerar lo que el propietario del fundo dominante hiciera. Para las servidumbres prediales era necesario que entre los dos predios (domínate y sirviente) existiera vecindad, esto no implicaba continuidad si no cercanía que permitiera el ejercicio de la servidumbre.

Pero a nuestro parecer el derecho romano no solo hablo de estas situaciones concretas si no que estableció límites e instituyó las bases para que en el siglo XIX surgiese la teoría de la inmisiones cuando dentro de su derecho clásico presenta el tan afamado caso de la fábrica de queso que posteriormente es recogido por Ulpiano dentro del derecho Justiniano y que a continuación citamos.

“[Ulpiano libro décimo séptimo al edicto] Aristón a cerelio vital que no pensaba que hubiese derecho a expeler humo desde la taberna de quesos hacia los edificios superiores, salvo que existiese tal servidumbre. Igualmente dijo que desde los edificios superiores a los inferiores tampoco es lícito echar agua ni alguna otra cosa, porque solo es lícito hacer alguna cosa en lo suyo en cuanto no se proyecte en lo ajeno y la del humo, como la del agua es una inmisión. Por tanto, el del edificio superior puede litigar con el del inferior alegando que este no tiene derecho a hacer tal cosa. Dice Aristón que escribió alfeno que igualmente se puede demandar alegando que el otro no tiene derecho a extraer piedra en su propiedad de tal forma que los fragmentos caigan en mi fundo. Dijo Aristón al que tomo la fábrica de quesos en arrendamiento a los minturnenses que los de los edificios superiores le pueden prohibir la inmisión de humos, pero que él puede demandar a los mintrunenses por el arrendamiento y que puede demandarse al que

FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN A LA PROPIEDAD EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA

El alcance del derecho de propiedad en razón al derecho ajeno

imite humo alegando que no tiene derecho para hacerlo. Por el contrario, se puede demandar alegando que hay derecho para emitirlo, lo que se ve que también aprueba Aristón, pero también puede tener lugar de interdicto uti possidetis si se prohíbe a alguien usar de lo suyo como quiera”.

Este caso constituye o crea el principio denominado “in suo enim alii bactus facere licet, quatenus nihil in alienum immittat”, es decir, cada uno puede hacer en lo suyo lo que desee, siempre que no invada lo ajeno. En este principio se regularon las relaciones de vecindad en Roma y se le impedía a un propietario realizar desde su predio actividades que irradiaran efecto a los predios vecinos que estorbaran el uso y el goce de los propietarios colindantes.

Evolución histórica de la teoría de las inmisiones.

La teoría de las inmisiones surge desde el derecho romano incluso desde la misma ley de las XII tablas pasando por el derecho clásico, en el digesto de Justiniano, pasando al derecho foral español en la ley de las doce partidas, pasando a los historicistas Ihering y Bonfante para ser finalmente consignado en nuestro derecho civil por Andrés Bello.

En el derecho romano el término *immissio* aparece con frecuencia en el ámbito de la propiedad posesión y servidumbre en el cual se indica o representa la injerencia en la propiedad ajena que debe tolerarse o prohibirse según si el sujeto tiene o no derecho a realizarla. No es exclusi-

vo el caso de la fábrica de queso ya que en el digesto 8,5,14, Pomponio declara que el propietario de una pared puede prohibir la inmisión de nuevas vigas sobre una pared colindante igualmente en el digesto 47,7,62 se informa que no hay derecho a que las raíces de un árbol penetren en un fundo ajeno. Igualmente encontramos el uso de la palabra *immittere* para indicar la servidumbre de apoyo de edificios continuos esto es permitir que los cimientos de un edificio se extiendan hasta un predio ajeno igualmente se trata por inmisión aquellas personas que abren ventanas en paredes comunes para recibir luz sin tener derecho a ellas, igualmente se trata por inmisión las cloacas, desagües, albercas etc. De igual manera se imitaba con referencia a los animales domésticos que entrasen a un fundo ajeno y como consecuencia se comiesen los frutos del campo todo lo anterior nos lleva a entender que aunque en Roma no existió una teoría como tal sobre la inmisión pero si una larga lista de casos estudiados por los jurisconsultos que nos permiten ver el tratamiento que se recibió en esta materia para evitar abusos desmedidos del ejercicio de la propiedad.

Cabe resaltar que dentro del derecho Romana la inmisión podía prevenir cuerpos sólidos líquidos o gaseosos y queda prohibida la injerencia de cualquier tipo de sustancias desde el fundo propio hasta el ajeno a no ser que se haiga constituido una servidumbre al respecto (Prats, 1994). Podríamos redondear que la inmisión en roma es cualquiera injerencia o invasión material a la esfera jurídica ajena, pero no hay evidencia a que se haga referencia a entidades

FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN A LA PROPIEDAD EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA

El alcance del derecho de propiedad en razón al derecho ajeno

incorporales como lo son el ruido y las vibraciones. Así las inmisiones no buscaban prohibir la actividad realizada en el predio propio si no evitar que estas tuvieran injerencias en fundos vecinos.

En la edad media con todo el cristianismo en auge se buscaban buenas relaciones vecindades para lo cual se buscaba la solución de los conflictos entre vecinos prohibiendo actos de emulación. Pero no existió un concepto autónomo independiente y limitado. La inmisión seguía envuelta dentro del concepto de servidumbre y se seguía aplicando a los conflictos de edificaciones colindantes, donde se genera el criterio de prohibición de inmisiones es decir, el vecino no puede hacer emitir ni arrojar nada en el fundo ajeno basándose en el principio general romano de que cualquiera puede hacer en lo suyo lo que quiera con tal que no imita en lo ajeno. Pero en el medioevo se centraron o se concentraron en dos manifestaciones claras de ello en ruidos y en los olores. Se destaca que los oficios que producen malos olores y ruidos se realicen en las ciudades o por lo menos en sitios donde no es usual o conveniente. (Prats, 1994).

En las VII Partidas de Alfonso de Castilla encontramos la Partida III se establece que nadie puede usar las cosas de manera que dañe otra, inspirándose en la regla del digesto es ahí donde establece que es permitido inmitir hasta los límites normales de tolerancia y ella otorga a los propietarios dos acciones para protegerse: las acciones interdictas y la acción negatoria. Esto se recoge en nuestro código civil de la misma

manera que lo presentan las Partidas como acciones posesorias para librar al propietario posesor de las molestias que esté sufriendo por causa del uso y goce desmedido de un predio vecino. Aquí cabe resaltar que tanto el derecho romano como el derecho castellano basan los límites de las inmisiones en la tolerancia normal de las mismas y que ninguno persigue prohibir realizar la actividad inmitente si no controlar o regular hasta los niveles tolerables sus radiaciones.

Dentro de la escuela histórica del derecho del siglo XIX nace la teoría de la inmisión la cual nace originalmente con los aportes SPANGENBERG quien basado en el caso de la taberna de quesos ya citado anteriormente establece o formula de manera independiente el principio de derecho que cada quien puede hacer en su propiedad como guste siempre y cuando no imita nada en la finca vecina siempre y no genere molestias a fundo o a quien lo habita. Estableciendo de esta manera unas características sobre lo que se imite que debe de ser sustancias corporales y que puedan perturbar a los sentidos ya sean ruidos, polvos, humos, malos olores. Estas dos características son claves para entender el concepto de inmisión. Hasta el punto que llegaron a considerarse en base a esto dos clases de inmisiones: las inmisiones directas e indirectas.

FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN A LA PROPIEDAD EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA

El alcance del derecho de propiedad en razón al derecho ajeno

Ihering supera toda la concepción hasta ese momento establecida por considerarla restringida que se limitaban a un caso particular y se encarga de elaborar una teoría general que sea aplicable a todos los casos esta teoría se denomina el uso normal de la cosa o bien y no se basa en la injerencia en si no en el tipo de influencia o radiación que este percibiendo el predio sobre los vecinos y por lo tanto hay que mirar cada caso en particular para determinar si se le es prohibido o no. El considera que no se debe mirar la causa de la injerencia si no el perjuicio o disminución del goce que cause la misma.

Otro aspecto que mira Ihering es sobre la intencionalidad o no en la producción de la inmisión, al considerar que esto es un estudio subjetivo de lo que llevaría a una determinación sobre la culpa o dolo de la actividad en nuestro predio, lo cual rechaza al considerar legítima toda la actividad realizada en el fundo así genere perjuicio a nuestro vecino. El considera la inmisión como un concepto objetivo que se analiza en la relación del uso normal de la cosa por su dueño. Y se encargara de determinar la permisibilidad de las inmisiones. Aquí indica que toda inmisión directa que se haga sobre un predio vecino es prohibida. Pero abre la puerta a la posibilidad de aceptar las inmisiones indirectas solamente si estas no generan un detrimento al derecho de la propiedad. Esto porque para él tanto el propietario como la propiedad forman una unidad y se lesiona el uno también le hace daño al otro.

Citándolo al mismo podríamos resumir que:

“nadie tiene que tolerar por parte de su vecino injerencias indirectas que o bien dañan a la persona o bien a la cosa, o molestan a la persona de un modo que sobrepasa la medida usual de los responsables.

Los planteamientos de Ihering fueron controvertidos por el jurista italiano Bonfante quien rechaza la teoría de los historicistas en primer lugar por dejar por fuera las inmisiones incorporales y rechaza el criterio de Ihering al considerar que solo se podía limitar la inmisión cuando esta tuviera un efecto social por que debía de aplicarse solo para lugares públicos impidiendo que el propietario privado accione contra el inminente porque es su deber tolerar las inmisiones, es decir si el propietario inminente realiza una función social su inmisión perjudica al propietario privado este debe tolerarlo en bien de la sociedad. Ya que él considera que de lo contrario el propietario inmitido podría abusar de esta condición hasta lograr impedir el uso y goce al otro que no es el sentido de la inmisión.

Igualmente Bonfante considera que la inmisión debe esta en un estado actual ya que si no hay situación fáctica, no hay inmisión, nada penetrado ni modificado las condiciones internas y externas del predio no se tiene derecho a solicitar la cesación de cualquiera actividad, que se crea amenazante. Es decir si no hay penetración o inminencia de un predio al otro no se puede hablar de inmisión. Además de esto Bonfante trae el concepto de inmisiones ideales que nos permiten establecer el límite justo del radio de acción frente de mi derecho frente a los demás.

FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN A LA PROPIEDAD EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA

El alcance del derecho de propiedad en razón al derecho ajeno

La aplicación de la teoría de las inmisiones en el derecho de la propiedad en la legislación civil colombiana.

Don Andrés Bello se inspiró en el derecho romano y antiguo castellano para la formulación de la teoría de la propiedad, es así como introduce directamente en su proyecto de código el concepto de inmisión, pero sin utilizar la el termino *immittere*. Bello trata este asunto como lo hace el derecho clásico y el digesto, formula que es replicada en el derecho foral castellano, en el cual no hay una definición o concepto general sobre las inmisiones sino la regulación de casos en los cuales se presenta la injerencia, de esta forma nuestro derecho civil cuenta con no menos de 7 artículos que tocan de forma directa situaciones concretas de penetración del derecho de propiedad al derecho ajeno.

Comencemos analizando el artículo 669 del código civil:

“El dominio que se llama también propiedad es el derecho real en una cosa corporal, para gozar y disponer de ella arbitrariamente, no siendo contra ley o contra derecho ajeno. La propiedad separada del goce de la cosa se llama mera o nuda propiedad.”

Cabe aclarar que este artículo sufrió una modificación en razón de la sentencia C-595-99 del 18 de agosto 18 de 1999, Magistrado Ponente Dr. Carlos Gaviria Díaz, donde se declara INEXEQUIBLE por la Corte Constitucional la expresión arbitrariamente. Quedando actualmente de la siguiente manera:

“El dominio que se llama también propiedad es el derecho real en una cosa corporal, para gozar y disponer de ella, no siendo contra ley o contra derecho ajeno. La pro-

iedad separada del goce de la cosa se llama mera o nuda propiedad.”

Este artículo recoge el espíritu de la partida II, del título 28, ley 1: Ley 1: “Señorío es poder que hombre tiene en cosa para hacer con ella y en ella lo que quisiere, según Dios y según fuero.” que es la primera definición legal de propiedad, en ella Alfonso X, pretendió recoger el espíritu de las *corpus civile iure* establecer un límite a la propiedad el primero en la ley que aquí, debe entenderse el derecho natural proveniente de Dios y el derecho del fuero que no es otro que el derecho reconocido a los otros miembros de la sociedad en donde cohabitan en comunidad.

Desde ese punto de vista Bello creo un concepto que garantiza la armónica convivencia entre quienes tienen derechos que convergen en la sociedad, así mismo garantiza el uso adecuado de sus derechos sin que se genere que se llegase a atropellar a los mismos por invadir más allá la esfera del derecho ajeno. Esto es una clara referencia del espíritu romano de las inmisiones cuando se menciona: que cada quien puede hacer lo que mejor le parezca en su sus cosas siempre y cuando no perjudique al otro.

En este orden de ideas, Bello ubica las inmisiones dentro de las servidumbres, tal como los romanos lo concibieron. La línea entre las servidumbres prediales y las inmisiones, no es expresa pero si se entiende que las primeras es un gravamen al predio a favor de otro, es decir se le da un beneficio o se mejora su condición. Mientras la inmisión es una injerencia que perturba la propiedad o al menos el uso y/o goce de ella.

FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN A LA PROPIEDAD EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA

El alcance del derecho de propiedad en razón al derecho ajeno

En este orden de ideas, el código civil trata el tema de las servidumbres de medianería, especialmente en los artículos 909 al 913 del Código Civil, en el cual se tratan asuntos de vecindad tan claramente como en el digesto. Nótese que en estos dos ordenamientos se trata a las vigas como una servidumbres prediales de medianería en las cuales se pueden soportar una vida o una edificación, y va empotrada a la pared medianera entre dos predios colindantes, pero en medio de esta reglamentación encontramos el artículo 914 del código civil que nos aborda el tema de las inmisiones con la claridad propia de las figuras romanas que lo instituyeron. Observemos:

Artículo 914 del Código Civil “Si se trata de pozos, letrinas, caballeras, chimeneas, hogares, fraguas, hornos u otras obras de que pueda resultar daño a los edificios o heredades vecinas, deberán observarse las reglas prescritas por las leyes de policía, ora sea medianera, o no, la pared divisoria. Lo mismo se aplica a los depósitos de pólvora, de materias húmedas o infectas y de todo lo que pueda dañar a la solidez, seguridad y salubridad e los edificios.”

En este artículo se recogieron todos los posibles casos de inmisión del digesto y el derecho clásico romano, se observa que aquí se describe una propiedad cuyo dueño decide hacer una serie de posibles obras en las cuales tiene todo el derecho en hacerlo, porque lo ampara el uso el goce y la disposición, ahora estas obras producen efectos no solo dentro de ese predio sino también dentro de los fundos vecinos, causando daño sobre estos últimos. Obsérvese que tales obras no necesitan ser obras medieras, desde el tenor literal se puede establecer que pueden realizarse en cualquier parte del predio pero sus efectos repercuten en una heredad

vecina lo que indica que no es necesaria la colindancia o continuidad entre un predio y otro.

En este solo artículo tenemos suficiente para elaborar toda una teoría en Colombia. Aquí nos presenta: 1.- el ejercicio de un derecho sobre predio (ya sea el uso, el goce o la disposición) 2.- irradiación de efectos del ejercicio del derecho sobre otro predio que no le pertenece y que este lo suficientemente cerca para poder irradiado 3.- un perjuicio objetivo. No el temor o la suposición de verse en peligro o amenazado, sino la efectiva realización del daño en el predio irradiado. Obsérvese que los efectos que puede irradiar tienen consecuencias sobre la solidez, estabilidad y salubridad de las edificaciones. A lo que a mi modo de ser es la teoría objetiva de las inmisiones en el derecho civil colombiano.

Pero Bello fue aún más allá, plantea en el artículo 998 del código civil, una teoría subjetiva de las inmisiones las cuales es tomada de los historicistas del siglo XIX, en la cual plantea que una persona puede anticiparse a las inmisiones en el sentido de oponerse antes que sea realizada la actividad para evitar perjuicios y daños en su predio, en tal sentido esto es una acción interdicta preventiva, que busca disminuir a intrusión de derechos de un predio en el propio. Esto sigue vigente en el derecho urbanístico donde se le permite a los vecinos oponerse la construcción de una edificación si esta no cumple con las normas urbanísticas y los retiros necesarios que protegen los derechos de los colindantes.

FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN A LA PROPIEDAD EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA

El alcance del derecho de propiedad en razón al derecho ajeno

Por último analizaremos el artículo 999 del código civil es una fiel copia de la ley de las XII tablas, en su tabla VIII que ya estudiamos, que es la primera manifestación de inmisiones en el derecho, es fascinante que aun hoy más 2.500 años después seguimos aplicando directamente este precepto y sirva como fundamento para resolución de conflictos vecinales.

“Artículo 999. Si un árbol extiende sus ramas sobre suelo ajeno, o penetra en él sus raíces podrá el dueño del suelo exigir que se corte la parte excedente de las ramas, y cortar él mismo las raíces. Lo cual se extiende aun cuando el árbol esté plantado a la distancia debida.” “La Tabla 8ª 6. Si el árbol colocado al linde se inclina o cae sobre el del vecino, deberán su dueño cortar todas las ramas que caen a más de quince pies”

En este artículo es posible observar la evolución de las inmisiones desde un concepto rudimentario, hasta uno más refinado uno que se basa en no producir efectos en el fundo ajeno, pero no se restringe el derecho del propietario hasta el punto de no permitirle tener el árbol, solo se limita su derecho a su predio, esto indica que la inmisión es para preservar la calidad de exclusión propia del derecho de propiedad.

CONCLUSION

El concepto de propiedad que tenemos hoy presente dentro de la legislación nacional, fue tomado directamente del derecho Foral Español, en Las VII Partidas de Alfonso X, que a su vez trata de recoger el concepto de dominio que se predominó en las Institutas de Justiniano, donde la propiedad es el goce y la disposición que sobre una cosa puede hacer el titular de este derecho siempre dentro de los límites de la ley y el derecho ajeno. Erróneamente, nuestra interpretación normativa se inspiró en el derecho francés del siglo XIX, donde con el fin de dar por terminado el sistema feudal y absolutista que imperaba, se le quiso dar retóricamente un carácter de absoluto, hasta rallar en lo arbitrario, un libertad más allá de la misma libertad personal del individuo, lo cual nunca se dio en la práctica sino que siempre se limitó con una reglamentación estricta y abundante, ya que el único límite impuesto es la ley. Es decir mientras la ley permita o no prohíba un uso, goce o disposición, está el propietario facultad para hacer lo que le plazca. Cabe aclarar que hoy en día eso no tan radical como suena.

Estas dos situaciones llevaron a que en nuestro país tuviésemos una mina jurídica en un concepto poco desarrollado en nuestro medio social, como lo es la teoría de las inmisiones, la cual están presente de manera preponderante en los artículos 914 y 998 del código civil, en los cuales podríamos establecer las reglas de juego básicas para dar un aplicación a esta teoría en los asuntos de vecindad y elaborar un desde allí toda la teoría aplicable a la reparación y prevención del año a que hubiese lugar, sin dejar de lado la posibilidad colocar el margen entre el uso tolerable y aquel que pasa injerencia ajena.

FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y JURÍDICOS PARA APLICAR LA TEORÍA DE LA INMISIÓN A LA PROPIEDAD EN LA LEGISLACIÓN CIVIL COLOMBIANA

BIBLIOGRAFÍA

- Arguello, L. R. (1998). Manual de Derecho Romano. Buenos Aires: Editorial Astrae de Alfredo y Ricaro Depalma.
- García, E. B. (1998). El concepto de propiedad en el código napoleónico. *Revista Chilena de Derecho*, 7-12.
- Goddard, J. A. (2009). Curso de Derecho Romano Clásico I. México: Farol125.
- Ihering, R. V. (1998). El espíritu del derecho romano. Granada: Comares S.L.
- Jaraamilli, L. G. (Luis Guillermo Velazquez Jaramillo). Bienes. Bogotá: Comlibros.
- Justiniano. (1975). El Digesto. Pamplona: Aranzandi.
- Las Doce Tablas. (s.f.). Roma.
- Moral, P. Z. (2011). LA PROTECCIÓN DE LAS AGUAS FRENTE A LA CONTAMINACIÓN Y OTROS ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES EN EL DERECHO ROMANO Y EN EL DERECHO CASTELLANO MEDIEVAL*/["Water Protection Against Pollution and Other Environmental Aspects in the Roman Law and in the Medieval Cast. *Revista de Derecho (Valparaíso)*(37), 597-650.
- Muñoz, C. N. (ENERO de 2011). LA PROPIEDAD ABSOLUTA DEL CÓDIGO CIVIL: ¿ES LIBRE O FUNCIONAL?*/The Absolute Property in the Civil Code: A Free or a Functional Idea? *Ars Boni et Aequi*, 111-134.
- Niemann, J. B. (2013). LA TEORÍA DE LAS INMISIONES COMO FUNDAMENTO DOGMÁTICO DE LA PROTECCIÓN JURÍDICA PRIVADA ANTE EL RUIDO [The Theory of Immissions as Dogmatic Grounds for the Private Juridical Protection Against Noise]. *Revista de Derecho (Valparaíso)*(40), 121-181.
- Perelló, C. A. (2013). ACCIÓN DE RESPONSABILIDAD Y TEORÍA DE LAS INMISIONES [Action to Claim Liability and the Theory of Immissions]. *Revista de Derecho (Valparaíso)*, 53-73.
- Perelló, C. F. (2009). NO SIENDO CONTRA DERECHO AJENO: HACIA LA FORMULACIÓN DE UNA TEORÍA DE LAS INMISIONES EN NUESTRO CÓDIGO CIVIL. *Revista Chilena de Derecho*, 36(3), 505-525.
- Perelló, C. F. (2012). LAS RELACIONES DE VICINDAD Y LA TEORÍA DE LAS INMISIONES EN EL CÓDIGO CIVIL/["Vicinity Relationships and the Immissions Theory in the Civil Code"]. *Revista de Derecho (Valparaíso)*(38), 77-120.
- Prats, E. a. (1994). La disciplina de la inmisiones en el derecho privado. Alicante: Universidad Alicante.
- Quinzacara, E. C. (2008). DE LA PROPIEDAD A LAS PROPIEDADES. LA EVOLUCIÓN DE LA CONCEPCIÓN LIBERAL DE LA PROPIEDAD [From Property to Properties. The Evolution of the Liberal Conceptualization of Property]. *Revista de Derecho (Valparaíso)*, 30(2), 493-525.
- Rey, F. (2006). EL DEVALUADO DERECHO DE PROPIEDAD PRIVADA. *Persona y Derecho*(55), 959-995.
- Rodríguez Saif, M. J. (2002). Enfoque teórico e histórico doctrinal sobre la configuración de las relaciones de vecindad en el Derecho Civil. *SANTIAGO* (98), 383.
- Rodríguez Saif, M. J. (2002). Evolución de nuestros conflictos vecinales desde una perspectiva jurídica. *SANTIAGO*(97), 29.
- Rojas, F. V. (2014). Fundamento de bienes. Cali: Librería Jurídica Sanchez R. Ltda.
- X, A. (s.f.). Las VII Partidas. Castilla.

6

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

Autores: Aylin Patricia Pertuz Martínez (1)
Álvaro Enrique Santamaría Escobar (2)
Wilson Guzmán Cadrazco Parra (3)

RESUMEN

El estudio del poder tiene una historia reciente en la literatura organizacional. El poder se encuentra presente en la vida de las empresas, haciendo parte de la vida política de la misma. El cambio organizacional es uno de los procesos donde el poder se manifiesta. En las empresas familiares tiene dimensiones particulares en la sucesión y el relevo generacional. El objetivo de esta revisión es señalar las formas de intervención del poder en el cambio organizacional, en la vida de la empresa familiar y cómo actúa en los procesos de sucesión y cambio o relevo generacional. Se concluye que el ejercicio del poder toma fuerza en el cambio organizacional y muestra su complejidad en las empresas familiares; en éstas, los juegos de poder tienden a ser una traba en los procesos de sucesión y relevo generacional; el éxito o no de estos procesos podrá depender del modo en cómo se desarrolle el ejercicio del poder.

Palabras claves: poder, cambio organizacional, empresa familiar, relevo generacional

ABSTRACT

The organizational change is one of the processes where power struggle emerges. Family businesses have certain particular features concerning the succession and hand over processes. This research has as main purpose to review how the hand over and succession processes affect the organizational and the organizational practices in family businesses. This study concludes that the exercise of power affect organizational change making more complex the relationships in their heirs. The success or failure of these processes lies on the way they exercise power in such situations.

Keywords: power, organizational change, family business, generational change.

-
- (1) Administradora de Empresas, Magistra en Administración de Empresas, Especialista en Gestión Pública, Doctoranda en Ciencias Sociales Mención Gerencia; Docente de planta Universidad de Sucre; aylin.pertuz@unisucro.edu.co
 - (2) Ingeniero Industrial, Especialista en Gerencia de la Producción y la Calidad, Magister en Administración de Empresas, Magister en Educación, Doctorando en Ciencias Sociales Mención Gerencia. Docente de planta de la Universidad de Sucre. Grupo de investigación en Gestión de la Producción y la Calidad Organizacional.
 - (3) Administrador de Empresas, Especialista en Alta Gerencia, Magister en Administración de Empresas, Doctorando en Administración de Empresas. Docente de planta de la Universidad de Sucre. Grupo de investigación en Gestión de la Producción y la Calidad Organizacional

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

INTRODUCCIÓN

El presente artículo tiene como objetivo, señalar las formas de intervención del poder en el cambio organizacional, en la vida de la empresa familiar y cómo actúa en los procesos de sucesión y relevo generacional en este tipo de empresas. Para ello, se llevó a cabo una revisión de la literatura, en la cual se aborda esta temática en forma directa o relacionada. La revisión comprendió artículos de revistas arbitradas, tesis de maestría, tesis doctorales y textos en el área organizacional. Se hizo uso de la base de datos Proquest y Scopus, así como la base de las revistas electrónicas Orbis y Negotium. Es analítico interpretativo.

Presenta cuatro secciones: en la primera, se expone la conceptualización del poder desde la filosofía y el campo organizacional; la segunda sección, trata la interrelación entre el poder y el cambio organizacional; en la tercera, se une el poder a la naturaleza de la empresa familiar, y, en la cuarta sección, se exponen los procesos de sucesión y cambio generacional en la empresa familiar, tomando como eje el poder. Finaliza con las conclusiones.

EL EJERCICIO DEL PODER

El tema del poder tiene en Michel Foucault a uno de los estudiosos más reconocidos. El concepto que el autor arroja acerca del poder ha tenido varias modificaciones en su producción. Inicialmente, en los años sesenta el poder lo define como represivo, negativo, limitador de la libertad; perspectiva que es modificada en los setenta, en donde el poder se asume como relaciones de poder (Rodríguez, 2000:2).

De esta manera, para Foucault:

“El poder sólo existe como acción que actúa sobre otra u otras acciones que se han dado o que están en el límite de un poder ser. Su ejercicio es guiar la posibilidad de la conducta; el problema del poder es un problema de gobierno, de política: su fin está en obtener, mediante una acción calculada, una determinada acción esperada de un sujeto individual o colectivo en un campo de acción con diversas posibilidades y formas de conducirse”.

No existe confrontación entre poder y libertad, más bien cada uno es la condición de existencia del otro. En las relaciones de poder unos sujetos tienen la intencionalidad de determinar la conducta de otros, pero no en forma imperativa por la coerción, pues de ser así, existiría un sometimiento por la fuerza y no una relación de poder. (Rodríguez, 2000)

Foucault plantea que el poder no es una propiedad, no es una prohibición que un sujeto imponga sobre otro; el poder atraviesa a todos los sujetos, incluyendo a las personas que se le intentan resistir. El poder es positivo, si fuera negativo sería sólo represión. Sin embargo, la tendencia de la sociedad occidental es la de presentar el poder como negativo; esto se entiende desde “el ejercicio mismo del poder cuya eficacia está dada en relación con su capacidad de esconder sus mecanismos”. El poder es omnipresente, se produce en cada instante y en cada parte interrelacionado con todo, “el poder no engloba, pero viene de todas partes” (Rodríguez, 2000).

En el campo organizacional, el estudio del poder es reciente, destacándose autores como Pfeffer (1981), Mintzberg (1983), Morgan (1986), Daudi (1986), Robins y Coulter (2005), Zaleznick y Kets de Vries (1975), Hall (1996), entre otros (De la Garza, Melchor y Jiménez (2008).

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

Para Morgan (1998), el poder es uno de los elementos de las organizaciones como sistemas políticos. Según el autor, “el poder es el medio a través del cual los conflictos de intereses son resueltos en última instancia. En el poder influye quién lo ejerce, qué cuándo y cómo”. De acuerdo con Dahl, el poder “implica una habilidad de hacer que otra persona haga algo que de otra manera no habría hecho”. En su exploración del poder, Morgan expone catorce fuentes de poder, que van desde la autoridad formal, pasando por el control de los procesos de decisión, control de los recursos escasos, hasta el poder que ya se tiene.

PODER Y CAMBIO ORGANIZACIONAL

El cambio es una constante hoy en día. Los programas de cambio son una necesidad, motivada por las transformaciones de las relaciones y del tiempo en que están inmersas las organizaciones actuales. Pero, no todos los cambios son iguales. De acuerdo con la literatura organizacional, es necesario distinguir los cambios rutinarios de los cambios planificados. Estos últimos, pretenden preparar a la organización, o, parte de ella, para adaptarse a los cambios significativos del entorno (Stoner, Freeman y Gilbert, 1996).

Los cambios, en términos de la transición pueden ser de tres formas: los cambios evolutivos, que son lentos, relacionados con el crecimiento natural y consolidación de la organización; los cambios revolucionarios, que se presentan de forma inesperada; y los cambios sistemáticos, que se dan de forma planeada, constante pero no tan rápidos, siendo el más apropiado en cuanto a las resistencias que pueden darse en el proceso (Quirant y Ortega (2006), citado en Osorio y Ravelo, 2011).

Para el proceso de cambio, es reconocido el modelo Lewin (1950), perfeccionado más tarde por

Schein en tres pasos: descongelar, cambiar y recongelar (Stoner, et al, 1996). Gibson , Ivancevich, Donnelly y Konopaske (2006), por su parte, presenta un modelo de siete pasos desde la identificación de fuerzas para el cambio, pasando por el diagnóstico del problema, la implementación, hasta la evaluación del método.

Los procesos de cambio organizacional, se constituyen en uno de los aspectos en los cuales juega el poder, sin importar si son cambios originados por factores de contexto externo, tal como presiones de los clientes, llegada de nuevos competidores, cierres de mercados por factores políticos; o internos, como reorganizaciones configurativas, implementación de nuevos sistemas, relevos generacionales, entre otros.

Según Pfeffer, el poder cobra importancia en actividades como reestructuraciones, cambios de personal y asignación de recursos, de esta manera, el uso del poder se evidencia en la toma de decisiones cuando se ven las preferencias hacia determinados sectores o personas que no cumplen con los requerimientos adecuados (Chaux, 2006)

De acuerdo con Lewin (1951), en los procesos de cambio organizacional es importante reconocer que existen fuerzas impulsoras y otras que son restrictivas. Una fuerza impulsora puede ser la oportunidad de una tecnología nueva, y una fuerza restrictiva, el temor al cambio. El aumento de las fuerzas impulsoras puede hacer mejorar los resultados, pero también puede hacer crecer las fuerzas restrictivas (Stoner et al, 1996). En estas últimas, existen dos fuentes de resistencia: las fuentes individuales y las organizacionales. En las organizacionales, el cambio se considera “una amenaza a las relaciones establecidas de poder”. Cambiar la configuración, por ejemplo, es una amenaza para quienes detentan el poder (Acosta, 2002).

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

En la dinámica de un cambio existen tres focos: la percepción, el poder y el realismo. La percepción es una “impresión materializada” en los sentidos ante el entorno exterior; el poder es el insumo indispensable en la “ruptura” que, en unión con la percepción y el realismo permiten dinamizar el proceso; el realismo ayuda a ubicarse en la situación actual y mirarse hacia un futuro o el escenario más probable, teniendo en cuenta escenarios que pueden ser alternativos (López, Restrepo y López, 201

Ahora bien, el tiempo para la puesta en marcha de una estrategia de cambio depende de diversas variables, puede ser rápido o lento, como se anotaba anteriormente. Dentro de esas variables se encuentra el uso del poder, el cual se vincula con el “enfoque de resistencia, es decir, lo que se pretenda con ella, vencerla o minimizarla”. Si el cambio es “revolucionario”, lo que se aspira hacer es desaparecerla por completo; si el cambio es “evolutivo”, la labor es de convencimiento en forma paulatina para derribar barreras (García, 2002).

En la resistencia al cambio, el poder adquiere relevancia debido a que la resistencia no es tanto hacia el cambio sino a la posibilidad de perder la posición o el acceso a los recursos (Font, Gudiño, Sánchez, 2001). En estudio realizado en empresas de confecciones de una ciudad colombiana, las relaciones de poder se constituyen en la variable que más presenta reticencia al cambio. Las categorías más influyentes son: la percepción de que los cambios sólo pueden ser propuestos y puestos en marcha por los directivos, y, el estilo directivo que fomenta muy poco la autonomía del trabajador, lo cual hace que el personal se apegue a lo tradicional y no le interese lo nuevo o diferente (Montealegre y Calderón, 2007).

En lo que respecta al manejo del cambio planificado, se pueden utilizar modelos alternativos, tales como: el cambio mediante el poder, a través de la

razón y por medio de la reeducación. En el primer caso, el uso del poder para obtener un cambio implica la coerción. Los administradores que detentan el poder lo usarán para obligar al personal a cambiar en “la dirección que se desea”. Las recompensas y castigos serán los medios para ejercer el poder. Este manejo del poder involucra un estilo de liderazgo autocrático por parte de la gerencia (Gibson et al, 2006)

Por otra parte, teniendo en cuenta que las organizaciones son sistemas abiertos que se enfrentan y responden a los cambios que surgen en el entorno, y, por lo tanto, las diferentes partes del entorno generan cambios al interior de la organización, se hace necesario, una diferenciación en lo estructural para hacerle frente a los cambios específicos. En este caso, una fuente de poder se relaciona con la incertidumbre y, por lo tanto, los subsistemas más poderosos serán los que se relacionen con esta incertidumbre y logren reducirla (Rodríguez, 1992)

Al nivel interno, los cambios también tienen profunda conexión con las coaliciones organizacionales. De esta manera, cuando la coalición dominante de una organización desea mantenerse en el poder, tratará de mantener las “características nucleares”, en forma tal que el cambio genere un costo demasiado alto, haciendo que la organización se entregue a la “inercia estructural” (Caroll y Hannan, 1995) y evite el cambio, perpetuándose, entonces, la coalición dominante y las fuentes de poder al interior de la organización (Sanabria, Trujillo y Guzmán, 2008).

Asimismo, el poder se relaciona con otros elementos organizacionales, siendo dos de ellos, la comunicación y la estrategia. En la comunicación, puesto que los distintos medios son estrategias de poder sustentada en elementos que los grupos de la organización valoran, es decir, su cultura. En estudio empírico se demuestra que el uso de circulares

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

abiertas incide en el cambio de una organización (Arras, Jaquez y Fierro 2008). En un proceso de cambio estratégico, en la fase de alineación, es necesario estar atentos a los factores de poder y de conflicto que están presentes en los actores y grupos de interés (Savarse, 2013).

LA EMPRESA FAMILIAR Y EL PODER

A nivel mundial, las empresas familiares son generadoras de riqueza y empleo o, en otras palabras, bienestar económico y social (Díaz, 2011; Rodríguez, Pico y Méndez, 2013). Aunque la empresa familiar suele identificarse con empresas pequeñas, también es un tipo de estructura presente en las grandes empresas (Tapiés, 2011).

La literatura de la empresa familiar es copiosa con autores como: Litz (1995), Chua et al (1999), Shanker y Astrachan (1996), Neubaker y Lank (1999), resaltados por Gimeno (2004); Poulain (2006), destacado por Rodríguez, et al (2013:782); Gasson et al (1998), Daly y Dollinger (1992), señalados por García y Sánchez (2009).

En el análisis de la empresa familiar, son reconocidos los modelos conceptuales de los tres círculos (Tagiuri y Davis, 1982); el evolutivo tridimensional de Gersik et al (1997) (Bolaños, Pantoja, Jiménez, 2009); los cinco círculos de Amat y Salas (2004); y, el modelo basado en herramientas de identificación de la firma Consultoría Empresarial y Jurídica Suárez & Asociados y Puente & Asociados (Zuluaga, 2010).

A pesar de la amplia bibliografía, aún no existe una definición unánime del concepto de empresa familiar. Los primeros aportes provienen de autores como Christensen (1953), Donnelley (1964) y Levinson (1971). Posteriormente surgen publicaciones como, por ejemplo, las de Handler (1989), Whest-

head y Coeling (1998), Shanker y Astrachan (1996). El impulso en las investigaciones de los años recientes, tiene como base la magnitud de estas empresas en los PIB de los distintos países. (Vallejo, 2005).

El espectro de definiciones comprende las de carácter unidimensional, centradas en la propiedad, la dirección, la participación de la familia, el relevo generacional, y, las de carácter multidimensional, centradas en la propiedad y la dirección, así como las definiciones centradas en la propiedad, la dirección y una tercera dimensión adicional. (Vallejo, 2005).

En algunas instancias, se define a la empresa familiar como aquella en que “la propiedad o el poder de decisión pertenecen en todo o en parte a un grupo de personas que son parientes entre sí” (Egea, 2007). Por su parte, Vallejo (2005), la define de la siguiente forma:

La empresa familiar es aquella en que los miembros de una misma familia tienen una participación suficiente en el capital para dominar las decisiones propias del órgano de representación de propietarios, tenga éste carácter formal o legal o por el contrario sea de naturaleza informal, y en la que, además existe el deseo o la voluntad de continuidad del negocio en manos de la siguiente generación familiar.

Diversos aspectos han sido investigados por los académicos y consultores de las empresas de familia. Temas como, innovación, estrategia, cultura organizacional, emprendimiento, comunicación, gestión humana, finanzas, empresarismo, responsabilidad social, valores, poder, entre otros, dominan las esferas de investigación.

La empresa familiar se caracteriza por la interrelación entre propiedad, familia y negocio. Esta circunstancia de ser empresa familiar, presenta problemas frente al poder y la toma de decisiones. Al ser

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

familiar, la “estructura societaria” dependerá no sólo del manejo del negocio sino también de su “arreglo burocrático”, así como de la delegación de la autoridad en la gestión de la empresa (Vélez, Holguín, De la Hoz, Durán y Gutiérrez, 2008). En este tipo de empresas, los juegos de poder son más complejos dada la interrelación que posee, así como los poderes formales e informales, las situaciones de armonía y discordia, alianzas familiares, entre otros (De la Garza et al, 2008).

El control de la empresa es una gran preocupación del clan familiar, por tal razón, en la alta dirección se da la participación de los miembros de la familia, lo que puede conducir a mantener el control familiar, obtener independencia financiera, y subordinar los intereses empresariales a otros familiares (García y García, 2011).

La empresa familiar, también es utilizada por los miembros de la familia como un instrumento de poder (Galve y Salas, 2010). En la mayoría de las empresas familiares el control y el ejercicio del poder está en ocasiones “demasiado presente interceptando incluso o reconduciendo actuaciones” realizadas por los directivos de la sociedad, en el desarrollo de las actividades profesionales, lo cual provoca conflictos de “competencia profesional” (Giménez, 2002).

Uno de los problemas relacionados con el poder, que, además, es bastante crítico en la empresa familiar corresponde a los conflictos emocionales. Los intereses particulares de cada persona, grupo o coalición, dificulta el logro de la armonía y el desarrollo de los miembros de la familia en sus distintas dimensiones, para el logro de los objetivos de la empresa. Ello puede deberse a la crianza, el temperamento, la estructura organizacional, falta de una jerarquía clara, situaciones de estrés, clima poco agradable, así como también, las barreras de comunicación puesto que unos miembros tienen más po-

der e influencia que otros (Lozano, 2003).

En otra perspectiva, Gimeno et al (2005), exponen que la empresa familiar tiene su origen en un fundador que crea la empresa según sus capacidades y necesidades. Con el trascurso de los años adquiere un valioso conocimiento, pero “el poder que el emprendedor tiene en la organización hace que no se vea obligado a abstraer y codificar dicho conocimiento para poderlo compartir con el resto del equipo directivo”. La centralización en la toma de decisiones no hace necesario la disposición para todos del conocimiento, ni la necesidad de poner en marcha una estrategia deliberada; “la centralización permite la alineación de las decisiones sin la necesidad de compartir información relativa a la estrategia que cabe seguir” (Manzano y Ayala, 2006).

En lo relacionado con la dirección de la empresa, Van de Berghe y Levrau, (2004), consideran que es necesario generar un contrapeso al poder de los máximos ejecutivos en los consejos de administración, con el fin de garantizar una diversidad de conocimientos y experiencias, así como el logro de un equilibrio entre los distintos grupos de interés o coaliciones (Cabrera, Denis y Martín, 2011).

El poder en la empresa familiar también se analiza en la literatura desde diferentes ángulos de interés. En los trabajos académicos de responsabilidad social y empresa familiar, se asocia a este tipo de empresas con ciertos comportamientos que limitan el comportamiento responsable como el nepotismo, la ocultación de información, y la resistencia de las generaciones mayores a ceder el poder, tal como establecen los autores Gallo y Melé (1998), Lansberg (1988), Morck y Yeung (2003), Neubauer y Lank (1998), (Cabrera, et al, 2011).

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

EL PODER, LA SUCESIÓN Y EL CAMBIO GENERACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

Uno de los momentos de cambio más críticos para estas empresas es la sucesión y el relevo generacional. De acuerdo con Lozano (2000), una sucesión inadecuada se constituye en uno de los grandes problemas de la empresa familiar.

Ginebra (2001), establece las siguientes generaciones: 1ª generación: padre sólo más hijos; 2ª generación: hermanos más primos; 3ª generación: primos; 4ª generación: primos segundos. El autor señala que el cambio intergeneracional puede romper los estrechos vínculos familiares desarrollados en la etapa inicial, por ello, la empresa debe cambiar su estructura cuando se pasa de una generación a otra para seguir existiendo. El conflicto intergeneracional aparece cuando se cambia la configuración de la empresa entre la primera y segunda generación. La reestructuración de poder se da entre ellas, así como en los niveles gerenciales (Navarro, Ramírez, Sánchez y Vaca, 2008).

Por lo general, en la primera generación, el modelo cultural dominante es el paternalista, caracterizado por relaciones jerárquicas donde el fundador u otros integrantes de la familia, mantienen para sí todo el poder en la toma de decisiones y la información de las operaciones más importantes de la empresa (Cabrera y Martín, 2010).

De acuerdo con Sheperd y Zahra (2003), algunas empresas familiares, a medida que corren los años muestran una aversión al cambio, siguiendo para ello, estrategias conservadoras que limitan el crecimiento y el éxito de la organización. Ciertos fundadores mantienen el control por un periodo de tiempo largo sin preparar líderes que sean capaces de asumir el cambio generacional. Como se expresó anteriormente, por lo general, el fundador se suele caracterizar por un poder muy fuerte que se prorro-

ga en el tiempo, contrario a la repartición del poder (García y Sánchez, 2009).

Como es natural, en algún momento de la historia de la empresa familiar, se produce una atomización de la propiedad, la cual recaerá en una persona o grupo de personas que tienen relaciones de consanguinidad, el fundador –dirigente que lleva toda la carga del negocio, debe ceder con el paso de los años el poder a sus descendientes, pero la sucesión se retrasa en muchos casos porque no se sabe abordar el problema, siendo la resistencia o negación al retiro la posición más cómoda (Macías y Ramírez, 2011).

Hacia el momento de cambio generacional, el fundador o el líder presenta el natural temor a la muerte, la pérdida de poder y la actividad laboral después de décadas de estar en la cima; el sentirse ya inútil, hace que el fundador tenga una resistencia frente al retiro y se oponga a la sucesión, junto a otras razones relacionadas que dificultan el proceso (Jiménez, 2009).

La predisposición de un líder de irse o no irse también depende generalmente del miedo a perder la posición en la familia y a la comunidad donde reside. Si la tendencia del líder a abandonar el poder es cierta y visible, la probabilidad de una sucesión exitosa aumenta, puesto que ello indica la aceptación del líder de que es necesaria la sucesión, así como la aceptación de que su sucesor será un buen remplazo. Para el líder es importante la presencia de un sucesor comprometido con la empresa y con sus intereses (Manzano y Ayala, 2002).

En algunos casos, el fundador no se retira verdaderamente. Una investigación muestra que la salida de un fundador representa una división de responsabilidades entre los sucesores, pero los fundadores con tendencia centralizadora de toma de decisiones, siguen teniendo un peso significativo en la empresa

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

después de la sucesión (Novaes et al, 2010). Dicho de otra forma: el líder, cuyo estilo de liderazgo sea el velar por el negocio, tiene mejores oportunidades de sucesión que aquel “monarca” o “general” cuyo estilo es glorificar el poder del liderazgo (Solomon, Breunlin, Panattoni, Gustafson, Ransburg, Ryan, , Hammerman, y Terrien, J. (2011).

La crisis de la segunda generación se relaciona con el dominio y la legitimación del poder. En la mezcla familia –empresa, la sucesión puede generar tensiones familiares que pueden llevar a la organización a un caos o producir nuevas relaciones entre los familiares y llevar a la organización por buen camino. Ello implica una planificación previa, hacer de la empresa un producto “apetecible” para los herederos, control en la transición, dejación del poder por parte del fundador o predecesor (Rodríguez, 2010:67,77). Lansberg y Astrachan (1994) establecen que la relación familiar juega un papel preponderante en la planeación del sucesor (Lozano y Urbano, 2010).

Un estudio realizado en México revela que las generaciones no se suceden rápidamente. La empresa familiar sobrepasa los 31 años, estando el 51% en manos de la segunda generación, lo que demuestra la aversión de los líderes de abandonar la gestión para las nuevas generaciones (Díaz y Fuentes, 2014).

En el transcurso del tiempo, las empresas familiares pueden tener problemas de legitimidad asociados a la sucesión del negocio. Al establecerse la sucesión, puede darse una falta de reconocimiento de quienes acceden al control de la actividad empresarial, independientemente de la legalidad con la que se hizo la sucesión; la experiencia demuestra que cuando existe confianza tiende a presentarse una disciplina muy flexible, donde la informalidad es vista como confianza lo cual rompe con él debe ser de la formalidad del negocio (Andrade, 2002)

La legitimidad y el liderazgo pueden ser dos aspectos muy complicados en la empresa familiar. El liderazgo tiende a ser confuso, puesto que, la sucesión de poder, muchas veces no se hace con el nombramiento de un líder; por ello, se considera que cada generación debe resolver sus propios conflictos y debe facultar y legitimar a sus descendientes (Goyzueta, 2013).

En definitiva, la relación entre padres e hijos, es importante para la colaboración y el buen funcionamiento de la empresa. Grabinsky (1992), expone que si esta relación está enmarcada en términos de autoridad y poder, el choque y la confrontación hacen parte del día a día. Por un lado, el deseo del padre por afirmar su autoridad sobre los demás miembros, y, por el otro lado, el deseo de los hijos de adquirir poder. Esto tendrá repercusiones sobre la sucesión, y la tensión será fuerte o débil dependiendo de las características del núcleo familiar. Esto puede superarse con una relación cordial y el respeto (Albuquerque, Lozano y Ramírez, 2009).

Los estudios de situaciones relacionadas con sucesiones, sugieren un impacto negativo de los herederos en la empresa familiar (González, Guzmán, Pombo, Trujillo, 2011). Una hipótesis acerca de la decadencia de los grupos familiares en el tiempo, se debe a la dilución de la propiedad y del control por parte de los descendientes del fundador, también poderosos, que crean una carrera hacia el fracaso extrayendo las riquezas hacia afuera de la empresa (González et al, 2011)

El deseo de la continuidad familiar en la empresa también genera un orden de preferencias en cuanto a la financiación en función del riesgo de la pérdida de control de las distintas opciones; en este sentido se prefiere la financiación interna y si ésta no es suficiente se recurre a financiación externa, claro está, que a medida que pasan las generaciones disminuye la cuota de sacrificio y por lo tanto la

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

posibilidad de autofinanciación (Blanco, De Quevedo y Delgado, 2009).

En las investigaciones de empresas familiares insanas o “adictivas”, se muestra que mucha de la retórica de la empresa familiar, asume que el deseo de los hijos por pertenecer a la empresa y liderar sus procesos es algo bueno; pero las familias sufren fuerzas internas y externas que interfieren en el éxito. El “mantra” de la industria de la empresa familiar es: “sólo un tercio de las empresas familiares sobreviven a la segunda generación; al menos dos tercios fracasan en este traspaso generacional y cinco de cada seis empresas fracasan en el traspaso a la tercera generación” (Kaye, 1996:1). En la sociedad familiar se identifica una inestabilidad para las generaciones futuras debido a la desunión familiar, la no preparación de los sucesores por parte de los fundadores por falta de tiempo; en algunos casos, los fundadores se lamentan por haber sido exitosos en sus empresas, pero no en la familia (Gaona, De la Garza y Hernández, 2014).

Según Gallo (2002), el proceso de sucesión puede ser el principal problema para la empresa familiar, ya que muchas de ellas fracasan en su objetivo de crecimiento y continuidad. Pero debajo de la sucesión se suele esconder problemas como la maduración del mercado, la reestructuración de los miembros, conflictos familiares, el envejecimiento de la organización, entre otros, aspectos que deben tratarse en búsqueda de la solución sin interferir en el cambio generacional (Araya, 2012)

Para un proceso con mayores posibilidades de sucesión y relevo generacional se sugiere la utilización de herramientas como la promoción y el coaching. En el cambio de fundador a sucesor se recomienda el mentoring, para el desarrollo de las competencias requeridas (Núñez, Grande y Pedrosa, 2012). Una herramienta importante para garantizar un exitoso relevo generacional es el protocolo fami-

liar (Martínez, 2013), considerado el elemento que más contribuye a la mejora de la empresa (Díaz y Fuentes, 2013), así como el instrumento más utilizado para “regularizar las cuestiones sucesorias” (De la Torre y Juanes, 2002). Gallo, también recomienda la práctica de los siguientes principios para un buen gobierno en la empresa familiar: el poder como servicio, transmisión responsable de la propiedad, desarrollar una comunidad de personas, una familia unida y comprometida (González, 2010).

CONCLUSIONES

El poder pasó de ser un concepto represivo al concepto de las relaciones de poder. En el campo organizacional se le observa como influencia.

En los procesos de cambio organizacional, el poder toma fuerza, dado los movimientos que genera en el interior de la organización, en donde, posiblemente, unos tendrán más poder, y, otros lo verán disminuir. Los cambios, dan lugar a juegos de poder en los que los grupos o coaliciones pretenden satisfacer sus intereses.

En la empresa familiar, el poder se particulariza dada sus características -propiedad, familia, negocio-. Los juegos de poder son muy complejos por la estructura presente. Incluso la empresa es utilizada como un instrumento de poder.

Aspecto crucial en la empresa familiar es el momento de la sucesión y el relevo generacional, en el cual el poder tiende a ser un obstáculo para darle paso a la siguiente generación. En la segunda generación se da una crisis de legitimización del poder. El éxito o no del cambio generacional, dependerá del modo en cómo se aborde el ejercicio del poder. Para un relevo exitoso los autores recomiendan, entre otras técnicas, el uso del protocolo familiar, y

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Gibson, J., Ivancevich, J., Donnelly, J., Kono-paske, R. (2006). Organizaciones. Comportamiento, estructura, procesos. Mexico: McGraw Hill

Morgan, Gareth (1998). Imágenes de la Organización. Alfaomega

Stoner, J., Freeman, R., Gilbert, D. (1996). Mexico: Administración. Prentice Hall

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Acosta, C. (2002). Cuatro preguntas para iniciarse en cambio organizacional. Revista Colombiana de psicología, 11, 9-24. Recuperado de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/psicologia/article/view/1194>

Andrade, J. (2002). Sucesión en la empresa familiar: su futuro cuando la muerte se acerca. Revista Venezolana de Gerencia, 7, (19), 375-389. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29001903>

Albuquerque, Ayuzabet; Lozano, Oscar; Ramírez, Juan (2009). Organización, empresa y familia: de la empresa familiar a la organización familiar. Gestión y Estrategia, 36, 17-36. Recuperado de <http://administracion.azc.uam.mx/descargas/revistagye/rv36/rev36art01.pdf>

Araya, A. (2012). El proceso de sucesión en la empresa familiar y su impacto en la organización. Tec Empresarial, 6, (2), 29-39. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4004912.pdf>

Arras, A., Jáquez, J., Fierro, L. (2008). Comunicación y cambio organizacional. Revista Latina de Comunicación Social, 63, 418-434. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/08/35_792_51_Chihuahua/

Ana_Maria_Arras.html

Ayala, J., Manzano, G. (2006). ¿La empresa familiar punto de partida o punto final en la aventura del emprendedor? Boletín de Estudios Económicos, 61 (181), 451-469. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1348763359/fulltextPDF/595D5EA86E82425BPQ/36?accountid=49118>

Blanco, V., De Quevedo, E., Delgado, J. (2009). La estructura financiera de la empresa y el cambio generacional. Revista española de financiación y contabilidad, 38 (141), 57-73. Recuperado de <http://search.proquest.com/business/docview/920394192/fulltextPDF/237A7DEBFBB148A1PQ/4?accountid=49118>

Bolaños, S., Pantoja, M., Jiménez, Á. (2009). Emprendimientos locales: El caso de las empresas familiares en el Sur Occidente colombiano. Tec Empresarial, 3, (3), 27-37. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3202474.pdf>

Cabrera, K., Déniz, M., Martín, J. (2011). Consejos de administración y potencial para el desarrollo de la Responsabilidad Social en las empresas familiares no cotizadas españolas. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 17 (3). Recuperado de <http://search.proquest.com/business/docview/1323957762/fulltextPDF/237A7DEBFBB148A1PQ/151?accountid=49118>

Cabrera, M., Martín, J. (2010). La influencia de las relaciones intergeneracionales en la formación y compromiso del sucesor: efectos. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 19 (2), 111-118. Recuperado de <http://search.proquest.com/business/docview/859874613/fulltextPDF/34C5103D23A5448APQ/1?accountid=49118>

Chaux, C. (2006). Una mirada a las relaciones de

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

poder en las organizaciones con una perspectiva compleja (Trabajo de grado de maestría). Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/1229/1/carmenelisachauxmayorga.pdf>

De la Garza, M., Melchor, J., Jiménez, L. (2008). El poder en la empresa familiar. VI Congreso internacional de análisis organizacional. Nuevo Vallarta, Nayarit. Recuperado de http://www.uacya.uan.edu.mx/VI_CIAO/ponencias/7_familia/7_4.pdf

De la Torre, A., Juanes, R. (2002). La naturaleza de la empresa familiar y su continuidad. Boletín de Estudios Económicos, 57 (177), 451-466. Recuperado de <http://search.proquest.com/business/docview/1348762457/fulltextPDF/2C30744E588142A6PQ/120?accountid=49118>

Díaz, H., Fuentes, E. (2013). La comunicación en la empresa familiar, principal elemento en la preservación de la armonía familiar. Revista Internacional Administración y Finanzas, 6, (3), 95-114. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1459655317/fulltextPDF/595D5EA86E82425BPQ/33?accountid=49118>

Díaz, H., Fuentes, E. (2014). Las reglas de convivencia y su incidencia en la continuidad de las empresas familiares de Tehuacan. Revista Internacional de Administración & Finanzas, 7 (6), 63-73. Recuperado de <http://search.proquest.com/business/docview/1446439044/fulltextPDF/237A7DEBFB148A1PQ/172?accountid=49118>

Díaz, M. (2011). La empresa familiar y su organización en forma de sociedad mercantil, con especial referencia a la sociedad de responsabilidad limitada. Pevnia, 12, 1-70. Recuperado de <http://>

search.proquest.com/business/docview/1288085705/fulltextPDF/CAAF23D89E1432FPQ/15?accountid=49118

Egea, J. (2007). Protocolo familiar y pactos sucesorios. La proyectada reforma de los heredamientos. Indret, julio. Recuperado de http://www.indret.com/pdf/455_es.pdf

Font, I., Gudiño, P., Sánchez, A. (2001). Poder y conflicto: aristas del cambio organizacional. Gestión y Estrategia, 20, 62-73. Recuperado de <http://administracion.azc.uam.mx/descargas/revistagyerv20/rev20pres.pdf>

Galve, C., Salas, V. (2011). ¿Determinan la propiedad familiar diferencias en las relaciones entre preferencias, comportamientos y resultados en las empresa españolas cotizadas? Revista de Economía Aplicada, 19, (57), 5-34. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=96922243001>

Gaona, L. De la Garza, S., Hernández, R. (2014). El sucesor, figura clave en el éxito de la empresa familiar. Revista Internacional Administración & Finanzas, 7 (3), 57-67. Recuperado de <http://search.proquest.com/business/docview/1445489192/fulltextPDF/841D6F0931FC4432PQ/10?accountid=49118>

García, J., Sánchez, I. (2009). Amenazas y oportunidades. El reto de emprender la empresa familiar. Amenazas y oportunidades. Partida Doble, 212, 66-77. Recuperado de http://revistacontable.dev.nuatt.es/noticias_base/el-reto-de-emprender-en-la-empresa-familiar-amenazas-y-oportunidades

García, R., García, M. (2011). Estructura del consejo de administración en la empresa familiar versus no familia. Revista Española de Financiación y Contabilidad, 40 (149), 35-64. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/920387909/>

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

fulltextPDF/595D5EA86E82425BPQ/38?accountid=49118

García, V. (2002). El cambio organizacional. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, año 8, (21), 85-96. Recuperado de http://www.ucapanama.org/ovasdo/cambio_organizacional.pdf

Gimeno, A. (2004). El desempeño en la empresa familiar: un estudio causal de los factores y variables internas (Tesis de posgrado) Recuperado de www.biblioferrersalat.com/media/.../TESIS%20A%20GIMENO.pdf

Giménez, J. (2002). Riesgos y eficiencia de la empresa familiar. *Boletín de Estudios Económicos*, 57 (177), 395-432. Recuperado de <http://search.proquest.com/business/docview/1348763611/fulltextPDF/2C30744E588142A6PQ/127?accountid=49118>

González, M., Guzmán, A., Pombo, C.,; Trujillo, M. (2011). Revisión de la literatura de empresas familiares. Una perspectiva financiera. *Academia, revista latinoamericana de administración*, 47, 18-42. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71618917003>

González, R. (2010). La continuidad de la empresa familiar. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 43, 401-410. Recuperado de <http://search.proquest.com/business/docview/864728324/fulltextPDF/2C30744E588142A6PQ/109?accountid=49118>

Goyzueta, S. (2013). Modelo de gestión para las empresas familiares con perspectivas de crecimiento y sostenibilidad. *Perspectivas*, año 6 (31), 87-132. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_pdf&pid=S1994-37332013000100003&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Jiménez, G. (2009). La empresa familiar. Su importancia y vigencia. IEFAC. 137p. Recuperado de <http://www.ceipa.edu.co/sitio/sites/default/files/images/Copia%20de%20Descargar%20Libro1.pdf>

Kaye, K. (2005). Cuando la empresa familiar es una enfermedad. Traducción de Macías, Javier. En: *Family Business Review*, 1996, 9, 347-368, (Reprinted in *The Dynamics of Family Business*.) Editorial: iUniverse, Inc. Recuperado de <http://ceajournal.metro.inter.edu/spring10/rodriguezcastillo0601.pdf>

López, M., Restrepo, L., López, G. (2013). Resistencia al cambio en las organizaciones modernas. *Scientia et Technica*, 18 (1), 149 – 157. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4269616.pdf>

Lozano, M. (2003). Las relaciones intrafamiliares en la empresa familiar. *Pensamiento & Gestión*, 15, 83-110. Recuperado de http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/15/5_LAS%20RELACIONES%20INTRAFAMILIARES%20EN%20LA%20EMPRESA%20FAMILIAR_PENSAMIE.pdf

Lozano, M. (2000). El protocolo en las empresas de propiedad familiar. *Estudios Gerenciales*, vol 16, 74, 49-67. Recuperado de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/235/1/mlozano_proto-emp-familiar.pdf

Lozano, M., Urbano D. (2010). Pertenencia inicial de descendientes la empresa familiar. *Revista venezolana de gerencia*, año 15, (50), 183-206. Recuperado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_pdf&pid=S1315-99842010000200002&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Macías, V., Ramírez, D. (2011). Sucesión en empresas familiares. Análisis desde la teoría de la

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

agencia. Caso: Caldas. *Criterio Libre*, 9 (15), 193-212. Recuperado de <http://search.proquest.com/business/docview/1010350538/fulltextPDF/CC4F89BBFBFD40E7PQ/18?accountid=49118>

Martínez, N. (2013). La planificación sucesoria en las empresas familiares. Aspectos jurídicos (Trabajo de grado). Universidad Politécnica de Cartagena. Recuperado de <http://repositorio.bib.upct.es/dspace/bitstream/10317/3609/1/tfm310.pdf>

Montealegre, J., Calderón, G. (2007). Relaciones entre actitud hacia el cambio y cultura organizacional. Estudio de caso en medianas y grandes empresas de confecciones en Ibagué. *Innovar*, 17 (29), 49-70. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802904>

Navarro, A., Ramírez, J., Sánchez, J., Vaca, G. (2008). La empresa familiar y el conflicto intergeneracional. *Auge* 21 (1). Recuperado de <http://www.auge21.net/documentos/articulos/economia.administracion/la-empresa-familiar.pdf>

Novaes, S., Maccari, E., Carneiro, J., Jordan, J. (2010). Sucessao em empresas familiares e seus impactos na estrategia empresarial: estudo de caso em empresas do setor de fabricantes de produtos médicos. *Revista iberoamericana de estrategia*, 9 (3), 88-111. Recuperado de <http://search.proquest.com/business/docview/900652517/36BA00054E6E4C94PQ/9?accountid=49118>

Núñez, P., Grande, F., Pedrosa, C. (2012). El reto de la dirección de los recursos humanos para las empresas familiares: estado de la cuestión. *Revista Negotium*, 23, 139-162. Recuperado de <http://www.revistanegotium.org.ve/>

Osorio, L., Ravelo, E. (2011). Percepción del impacto del cambio organizacional en trabajadores de una institución universitaria de Bogotá: Una aproximación hermenéutica. *Psychologia. Avances de la*

disciplina, 5 (1), 81-94. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2972/297224114008.pdf>

Rodríguez, A. (1992). Poder y política en las organizaciones. *Psicología Política*, 5, 99-115. Recuperado de <http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N5-5.pdf>

Rodríguez, A. (2000). El poder. Una circunstancia en el pensamiento de Foucault. *Revista de Ciencias Humanas*, 24. Recuperado de <http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev24/rodriguez.htm>

Rodríguez, L. (2010). Empresas familiares, ante la crónica de una muerte anunciada. En: *Revista Empresarial Inter Metro*, primavera, 6 (1), 62-88. Recuperado de <http://ceajournal.metro.inter.edu/spring10/rodriguezcastillo0601.pdf>

Rodríguez, P., Pico, B., Méndez, F. (2013). Capacidad innovadora en la empresa familiar como área de oportunidad hacia el desarrollo de México. *Economía, sociedad y territorio*, 13 (43), 779-794. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1448806078/fulltextPDF/595D5EA86E82425BPQ/42?accountid=49118>

Sanabria, R., Trujillo, M., Guzmán, A. (2008). Poder y estrategia. *Investigación y Reflexión*, 16 (2), 11-30. Recuperado de www.redalyc.org/pdf/909/90916202.pdf

Savarse, C. (2013). Arquitectura estratégica ¿cómo alinear la estrategia con la organización? *Orbis*, 25, 21-32. Recuperado de <http://www.revistaorbis.org.ve/>

Solomon, A., Breunlin, D., Panattoni, K., Gustafson, M., Ransburg, D., Ryan, C., Hammerman, T., Terrien, J. (2011). Don't lock me out: life-story interviews of family business owners facing succession. *Family Process*, 50 (2), 149-166. Recuperado

UNA REVISIÓN AL EJERCICIO DEL PODER Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA FAMILIAR

de <http://search.proquest.com/socialsciences/docview/870837796/fulltextPDF/7421F4EDE2EB498DPQ/44?accountid=49118>

[docview/1348762452/fulltextPDF/2C30744E588142A6PQ/101?accountid=49118](http://search.proquest.com/business/docview/1348762452/fulltextPDF/2C30744E588142A6PQ/101?accountid=49118)

Tapies, J. (2011). Empresa familiar: un enfoque multidisciplinar. *Universia Business Review*, cuarto trimestre. Recuperado de <http://search.proquest.com/business/docview/964026666/fulltextPDF/2C30744E588142A6PQ/108?accountid=49118>

Vallejo, M.C. (2005). Cuando definir es una necesidad. Una propuesta integradora y operativa del concepto de empresa familiar. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 11 (3), 151-171. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1357983.pdf>

Vélez, D., Holguin, H., De la Hoz, H., Durán, Y., Gutiérrez, I. (2008). Dinámica de la empresa familiar PYME. Estudio exploratorio en Colombia. *Fundes*. Recuperado de <http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&ved=0CGUQFjAJ&url=http%3A%2F%2Fwww.mundopymeabm.org.mx%2Fpdf%2FDinamicaEmpresaFamiliarFUN-DES.pdf&ei=mRANU6quOqfMsATLvoCgCA&usg=AFQjCNHW4ue7hK0BCvsrebDIOZcnIj5Oog&bv=bv.61725948,d.cWc>

Zuluaga, P. (2010). Una perspectiva de las empresas de familia. El caso de las empresas de familia manizaleñas (Trabajo de posgrado). Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/1803/1/paulazuluagaarango.2010.pdf>

Manzano, G., Ayala, J. (2002). Sucesión en la empresa familiar: algunas claves del éxito. *Boletín de Estudios Económicos*, 57 (177), 433-449. Recuperado de <http://search.proquest.com/business/>

7

LA CULTURA Y LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

Autores: Santander De La Ossa¹ Heraldo Alviz Beltrán² Kevin David González Martínez³

RESUMEN

La iniciativa de este artículo surge con la necesidad de comprender ¿Cómo incide la cultura en la estrategia de internacionalización de la empresa? Para dar respuesta a la pregunta planteada, se utilizó el método hipotético-deductivo, el cual se inició con la selección de la bibliografía pertinente con el estudio del concepto de cultura, su incidencia en la decisión de entrada a los mercados internacionales y su incidencia en la elección de la estrategia de internacionalización de la empresa. En el desarrollo del artículo se estudió el concepto de complejidad y su relación con la cultura. En el mismo sentido se dilucidaron los diferentes elementos de la cultura que tienen incidencia en la internacionalización de los negocios, buscando evidenciar su efecto en los modos de entradas a los nuevos mercados y su incidencia en las estrategias que las empresas usan para competir en los mercados internacionales.

Palabras claves: Cultura en la Estrategia, Internacionalización de las empresas, mercados

Abstract

The initiative of this article arises with the need to understand how does culture affect the strategy of internationalization of the company? To answer the question posed, we used the hypothetico-deductive method, which began with the selection of the relevant literature with the study of the concept of culture, its incidence in the decision to enter international markets and its impact on the choice of the strategy of internationalization of the company. In the development of the article, the concept of complexity and its relationship with culture was studied. In the same sense the different elements of the culture that have incidence in the internationalization of the businesses were elucidated, looking for evidencing their effect in the entrance ways to the new markets and their incidence in the strategies that the companies use to compete in the markets international

Keyword: Culture in Strategy, Internationalization of companies, markets

1. MBA Universidad de Medellín, MSc. en Educación SUE Caribe. Especialista en Gerencia de Marketing, Universidad EAN, Administrador de Empresas, Universidad de Sucre. Docente de planta Universidad de Sucre. santander.delaossa@unisucre.edu.co
2. MBA Universidad de Medellín. Administrador de Empresas, Universidad de Cartagena, Docente de cátedra Universidad de Sucre.
3. MBA Universidad de Medellín; Especialista en Gerencia de Proyectos, Universidad de Sucre. Zootecnista Universidad de Sucre. Profesor, Facultad de Ciencias agropecuarias, Universidad de Sucre. Kevin.gonzalez@unisucre.edu.co

LA CULTURA Y LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

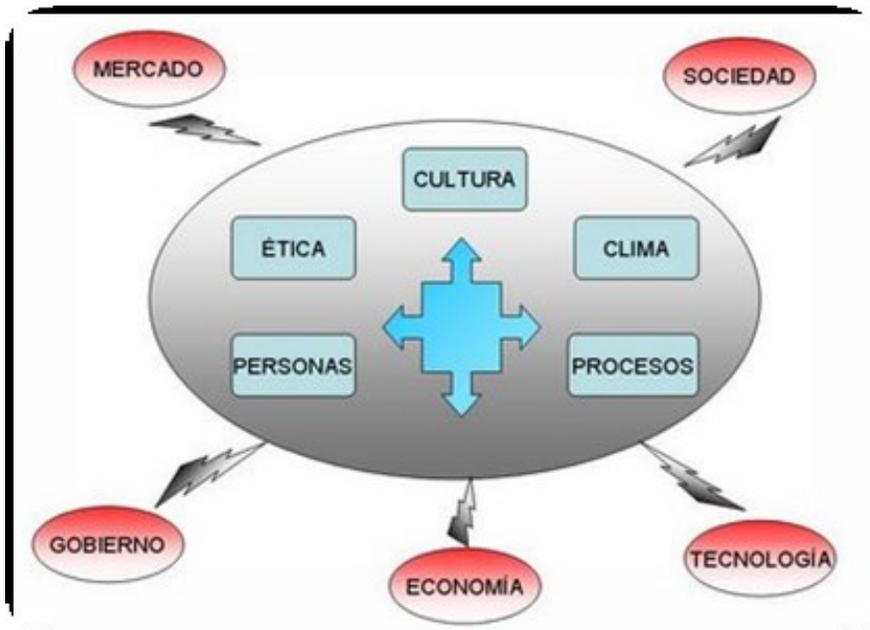
INTRODUCCIÓN

Uno de los elementos sui generis del proceso de planeación estratégica de una organización es el análisis situacional, en dicho análisis lo que generalmente se hace es mirar hacia el interior de la organización e identificar las competencias internas (debilidades y fortalezas) que ostenta la misma en sus áreas funcionales, es decir, se miran las debilidades y fortalezas del área de Marketing, Finanzas, Producción y/o procesos y la gestión del Talento Humano; además de mirar hacia afuera para analizar las variables macro ambientales del entorno empresarial (David, 2003).

Cuando se habla de variables macro-ambientales del entorno de la empresa, se hace referencia a esa serie de variables que afectan en mayor o menor medida a todas las organizaciones de una región, un país, continente o el mundo en general y que son elementos no controlables por la organización, pero relevantes para su funcionamiento, crecimiento y desarrollo (David, 2003).

Entre las variables externas que afectan el desempeño empresarial se identifican las siguientes: económicas, socioculturales, globales, tecnológicas, políticas/legales, y demográficas. (Hitt, Duane, & Hoskisson, 1999).

I Ilustración 1. Variables del macro-entorno empresaria



Tomado de <http://fundamentosdemercadotecnia.blogspot.com/2009/05/el-macroentorno.html>

LA CULTURA Y LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

En ese contexto de múltiples variables externas, que están por fuera del control de la empresa, toma sentido la teoría de la complejidad cuando afirma que una empresa busca organizarse en torno a su mercado y describe el mercado como un fenómeno a la vez ordenado, organizado y aleatorio. Aleatorio porque no hay seguridad absoluta sobre las oportunidades y posibilidades de alcanzar los objetivos que se persiguen, muy a pesar, de la planeación organizada y rigurosa que se desarrolle (Morin, 2007), en un sentido amplio, el mercado viene a ser entonces el contexto externo de toda organización y todas las variables externas podrían ser consideradas como elementos de ese mercado.

En el análisis del contexto externo de la organización, cobra especial relevancia, el estudio y comprensión de la cultura, entendida ésta, “como el conjunto de normas, creencias y valores implícitos en un colectivo humano que lo dota de identidad y dan sentido a las conductas de sus integrantes”. La cultura puede generar conflictos, porque hechos y acciones que podemos considerar habituales en un colectivo, pueden ser distintos en otro y en ese sentido la empresa multinacional que busca establecer relaciones comerciales, duraderas y exitosas, con personas de diversos orígenes culturales, tiene que valorar de qué modo van a ser interpretadas sus acciones por personas que se mueven en marcos culturales diferentes (León, 2004).

Al respecto, Mead, (2005) citado por Bustamante, Arboleda & Gutierrez, (2010), define la gestión intercultural, como desarrollo y aplicación del conocimiento sobre culturas en la práctica de la gerencia internacional, en ese sentido, la teoría de la complejidad en su postulado sobre la “causalidad circular retroactiva” afirma que toda empresa debe ser regulada y además debe llevar a cabo su producción en función de necesidades exteriores y de su fuerza de trabajo (necesidades interiores) (Morin, 2007); por lo tanto, se podría considerar que una de las variables más importantes en la gestión de organizaciones internacionales, sin desconocer por su puesto la importancia de las demás variables macro-ambientales, es la variable cultural, debido a su doble incidencia en la gestión del negocio, desde la visión de sus clientes y empleados. Por lo expresado anteriormente, cobra relevancia comprender la siguiente inquietud: ¿Cómo incide la cultura en la estrategia de internacionalización de la empresa?

LA CULTURA Y LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

Si se analiza el comportamiento cultural de nuestro país y se reflexiona sobre la cultura que predomina en las diferentes regiones que componen su geografía, se tiene un referente para demostrar las inmensas diferencias culturales que pueden existir entre pueblos, incluso entre pueblos hermanos. Se nota con claridad, que no todos los seres humanos ven el mundo igual y desean vivir de la misma forma (León, 2004). Por lo tanto, esa multiculturalidad que predomina a nivel mundial hace que las empresas que operan en varios países tengan la necesidad de comprender como las diferencias culturales de estos países puedan influir sobre la estrategia de negocio. Para que la empresa pueda tener una buena preparación transcultural necesita conocer cuales son los elementos que influyen sobre la cultura y comprender el significado de los mismos.

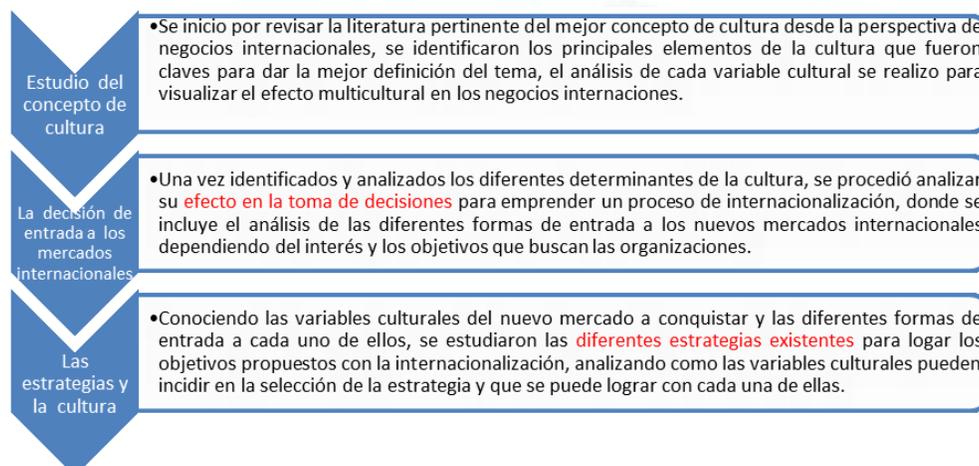
Es claro entonces, que al momento de tomar la decisión de entrar a los mercados internacionales, una de las variables fundamentales a considerar para seleccionar aquellos donde se llevará a cabo la operación del negocio, vienen a ser las diferencias culturales (León, 2004).

METODOLOGÍA

Dar respuesta a la pregunta planteada, implica el uso del método hipotético-deductivo, la forma como está planteada la pregunta, lleva implícito el supuesto o la afirmación, de que efectivamente la cultura, como variable macro-ambiental de la empresa, incide en su estrategia de internacionalización, con el artículo no se pretende falcear dicho supuesto, sino más bien, comprender y evidenciar cómo o de qué manera se da esa incidencia.

Para darle cumplimiento al objetivo de estudio, el cual consiste en comprender cómo la cultura incide en la estrategia de internacionalización de la empresa, se hace una revisión bibliográfica, se seleccionan los documentos que se consideran coherentes con la pregunta a responder y se estructura su estudio de acuerdo al esquema que se presenta a continuación:

Ilustración 2. Pasos metodológicos.



LA CULTURA Y LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

RESULTADOS

Estudio del concepto de cultura.

Para comprender, de que manera incide la cultura en la estrategia de internacionalización de la empresa, es preciso comenzar por comprender en un primer momento, el concepto de Cultura, al respecto Leon & Leslie, (2005) plantean que por su naturaleza amplia y dominante, el estudio de la cultura requiere de un examen detallado del carácter de una sociedad en su conjunto, donde se analicen factores como el idioma, las leyes, las manifestaciones religiosas, las manifestaciones musicales, las manifestaciones artísticas, sus costumbres alimenticias, sus patrones de trabajo, sus valores y normas de conducta entre otros elementos, los cuales, dan a una sociedad un sello distintivo, dicho de otra forma, la cultura viene ser la personalidad de una sociedad por lo tanto, no resulta sencillo definir sus fronteras.

A pesar de la dificultad que implica definir el concepto de cultura, para el objeto del presente artículo, entenderemos la cultura como el conjunto de normas, creencias y valores que delimitan la identidad de un colectivo humano y dan sentido a las conductas de sus integrantes. Esta definición presenta a la cultura como un contexto de acción, donde tienen sentido las actuaciones de los miembros de un grupo social (León, 2004)

En la definición de cultura, es preciso aclarar, ¿qué se entiende por valores?; ¿qué se entiende por normas? y ¿que se entiende por creencias?, con respecto al concepto de valores es razonable definir que se trata de aquello que un colectivo considera adecuado, correcto y deseable, por lo tanto se convierte en valioso o estimable por una cultura, generalmente los valores se concretan en normas que recogen las reglas y patrones de conducta producto de la construcción social; las creencias están constituidas por las declaraciones mentales o verbales en las cuales se refleja el conocimiento y las valoraciones particulares de un individuo o grupo de individuos, en relación con otra persona, u otro objeto, sujeto de valoración (León, 2004).

En el campo de los negocios internacionales, la diversidad cultural se manifiesta como un problema administrativo, en la medida en que hace de lo administrativo un proceso complejo. Como pilares de análisis y gestión cobran relevancia, en el abordaje del problema, los determinantes culturales o variables culturales, los cuales representan elementos comunes a todas las culturas, pero con manifestaciones diferentes en cada grupo humano (Bustamante & Arboleda, 2010); por lo tanto, en el proceso de gerencia de la empresa internacional deberán identificarse estas variables y analizar su incidencia en el ambiente de negocio (Rodal J. , 2005).

A continuación se hace una revisión de algunos determinantes culturales de países como china, Japon, Alemania, Francia y Estados Unidos, con el objeto de evidenciar las diferencias culturales que presentan estos países, en función de tres dimensiones de la cultura como lo son los valores, las normas y las creencias. La tabla 1, refleja una serie de características predominantes en

LA CULTURA Y LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

RESULTADOS

Cada una de las culturas de los países objeto de análisis, esas características asociadas a la misma dimensión, dan una idea de las marcadas diferencias culturales que se pueden presentar entre países, por ejemplo, en la dimensión creencia, la visión de trabajo extra entre la cultura alemana y la cultura estadounidense es completamente opuesta, mientras los estadounidenses consideran que siempre debe haber trabajo extra, los alemanes lo ven como falta de organización, en ese sentido muchas otras diferencias se podrían destacar del ejercicio de confrontar las características de la cultura entre países, a la luz de la tres dimensiones consideradas.

Tabla N.1 Determinates culturales

DETERMINANTES/PAISES	VALORES	NORMAS	CREENCIAS
China	La familia, por encima del individuo y los negocios. Defensa al interés de los allegados Continuo intercambio de favores (guaxi) Perspectiva de largo plazo	Desprecio a los derechos de propiedad intelectual	El engaño, la trampa y la estafa, son valorados como comportamientos extremadamente oportunistas.
Japón	Espíritu de consenso Respeto a las jerarquías Trabajo en equipo Lealtad con los proveedores Espíritu colectivo	No al regateo Evitar por encima de todo el conflicto y el enfrentamiento	Procesos de negociación significa intercambio de información La información es un preciado tesoro que no se comparte fácilmente
Alemania	Valoran la calidad de los bienes y servicios. Valoran la planeación rigurosa, desprecian la improvisación	Educación dirigida a lo técnico Los aspectos de una negociación deben ser claros y justificados Sentido de respeto por el rango y nivel académico	Creen en el método y la disciplina El trabajo fuera de horas laborales es sinónimo de mala organización. Alguien impuntual es incapaz de cumplir compromisos adquiridos
Francia	Valoran la igualdad Valoran el espíritu crítico de su sistema educativo Valoran el individualismo	En la empresa las responsabilidades se establecen en función al cargo y no a la persona que lo ocupa.	Creen y defienden sus derechos con firmeza
Estados Unidos	Valoran el trabajo y el sacrificio personal Se valora la apertura y la creatividad	El tiempo es oro	Se considera necesario hacer horas extras Suelen ser etnocéntricos

Fuente: Selección propia de características en función del documento *Diferencias culturales*, (León, 2004)

LA CULTURA Y LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

La Decisión de Internacionalización y la Cultura.

El gerente de una organización que pretende entrar en el rol de la internacionalización deberá analizar las diferentes variables culturales de los países que representan su mercado objetivo (León, 2004).

Las diferencias culturales juegan un papel trascendental en la estrategia internacional, en este sentido León, (2004) resalta la idea que cuanto más similares sean las culturas entre el país de origen de la organización y el país del mercado que se quiere conquistar, más fácil y menos arriesgado será realizar los negocios internaciones; por lo tanto, menos costos en estrategias demanda el proceso; es así como en los mercados alejados culturalmente la incertidumbre asociada al desconocimiento del mercado implica la necesidad de incurrir toda una serie de costos adicionales para adquirir el nivel de información necesaria que reduzca en parte los posibles errores que se podrían cometer en el planteamiento de estrategias inadecuadas.

Dentro de las estrategias de internacionalización está la decisión de entrada en los nuevos mercados; este paso demanda un análisis de tal modo que la correcta selección de los mercados permitirá dirigir los recursos y estrategias hacia aquellos mercados donde la empresa tiene mayores probabilidades de éxito y de mantenimiento en el largo plazo. Este análisis deberá contemplar las características del país de destino como son: La diversidad cultural en las características de demanda y el riesgo público y económico de cada país, este análisis brinda suficiente información para contemplar la entrada o no a dicho mercado, además a realizar ajustes de producto y la organización de la empresa en el exterior (León, 2004).

Entrar en un nuevo mercado como estrategia de internacionalización implica seleccionar las formas más adecuadas, estas formas pueden ser: a través de las exportaciones de productos, las licencias o la inversión directa, cada forma implica ventajas y desventajas dependiendo del riesgo que se esté dispuesto a asumir, el control del negocio que se pretenda obtener, los costos de transición, el capital requerido y la competitividad local en precios y costos de producción. Seleccionar el método dependerá de las directrices de la organización y de las principales variables que se identifiquen (León, 2004).

En el mismo sentido Hill & Jones, (2005) consideran que para ingresar a un mercado extranjero las empresas pueden elegir entre cinco alternativas o modalidades. Estas son: Exportación, licenciamiento, franquicia, Joint venture, y subsidiarias. Cada compañía, atendiendo a sus recursos y capacidades decide el modo de ingreso a los mercados internacionales, pero esta determinación se ve influenciada por factores culturales presentes en los países a incursionar.

LA CULTURA Y LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

La exportación es el modo de ingreso que presenta menos barreras culturales para incursionar a un mercado internacional, sin decir que son inexistentes. El licenciamiento y la franquicia son buenas opciones para las compañías que deseen ingresar a los mercados internacionales y que necesiten superar los grandes retos que presenta la cultura ya que en ambas opciones se les entrega la explotación del negocio a un licenciado y/o franquiciado, quienes conocen la cultura del país donde se operará permitiendo un conocimiento de los clientes y del ambiente general (Hill & Jones, 2005).

La elección del Joint venture como modo de entrada a los negocios internacionales puede verse influenciada considerablemente por los aspectos culturales debido a que una compañía se puede beneficiar del socio local por su conocimiento de la cultura, sistemas políticos y de negocios de un país anfitrión (Hill & Jones, 2005). El Joint venture se caracteriza por que brinda la posibilidad de romper barreras culturales.

Además de las anteriores, otra forma de ingreso a los mercados internacionales es la subsidiaria propia, esta modalidad consiste en que una compañía establece una unidad 100% propia, con el objeto de atender un mercado foráneo, los retos culturales aumentan e inciden mucho en la puesta en marcha de esta forma de operaciones en el extranjero, por ejemplo, se generan problemas porque la empresa debe unir las divergencias culturas corporativas entre las diferentes subsidiaras (Hill & Jones, 2005).

Las Estrategias y la Cultura.

Las compañías, en su afán por conseguir utilidades como producto de una internacionalización, pueden lograrlo mediante tres formas: a. Transfiriendo habilidades distintivas. b. Realizando economías de localización, y c. Por desplazamiento descendente de la curva de experiencia (Hill & Jones, 2005). En la realización de economías de localización es donde más se nota la intervención de factores culturales debido a que la empresa debe tener presente ciertos rasgos distintivos como las costumbres y maneras de pensamiento característicos del país al que se desea penetrar en pro de alcanzar rentabilidad por localización. Por ejemplo, cuando por este medio se consigue mano de obra a bajo costo en un país determinado.

Otros de los aspectos que permean el logro de la competitividad global está representado por las presiones para la reducción en costos y presiones para obtener mayor capacidad de aceptación local (Hill & Jones, 2005), los aspectos culturales inciden de manera más clara en el logro de la aceptación local puesto que dicha aceptación proviene de los clientes que se caracterizan por tener gustos y preferencias más o menos homogéneas.

LA CULTURA Y LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

Análogamente, en aspectos de marketing, la cultura influye en los canales de distribución seleccionados y en el mensaje de mercadeo que orienta la estrategia de comunicación. Además Hill & Jones, (2005) plantea que existen cuatro estrategias que las empresas usan para competir en los mercados internacionales, las cuales son: la estrategia internacional, la multidoméstica, la global y la transnacional. Es posible afirmar que cada empresa selecciona, aquella estrategia frente a la cual se siente más preparada para superar las barreras culturales presentes en los mercados internacionales.

Desde la estrategia internacional, la compañía no afronta de manera directa (face to face) el ambiente cultural, puesto que solo realiza operaciones de exportación y/o importación y no hace extensivas labores de adaptación de producto ni de mercadeo. Esta es una de las estrategias internacionales menos riesgosas para competir cuando hay limitaciones para abordar mercados con culturas desconocidas; no obstante, hay que aclarar que la empresa no queda exonerada al cien por ciento de su fuerte incidencia. Cuando la empresa selecciona la estrategia multidoméstica, sabe que deberá incursionar en varias naciones diferentes y lograr al máximo “la capacidad de aceptación local” (Hill & Jones, 2005), por lo tanto, menor será la distancia que va a tener la empresa con los elementos culturales propios de cada país donde se desarrolla el negocio. Esta elección, implica trabajarle al concepto de producto y a la función de marketing por cada país donde se participe.

Si la compañía se inclina por utilizar la estrategia global le apuesta a la reducción de costos; por lo tanto, las actividades en producción y marketing se dejan para sitios favorables (Hill & Jones, 2005). En la elección de esta estrategia la incidencia de los factores culturales disminuye, - respecto a la estrategia multidoméstica- porque la empresa no tiende a ofrecer un producto ajustado a las condiciones locales (gustos, preferencias, costumbres), sino que comercializan un producto estandarizado a nivel mundial como por ejemplo los semiconductores. Esta estandarización hace que, en cierta manera, las exigencias provenientes de factores culturales se moderen y disminuya su incidencia al momento de seleccionar esta estrategia de internacionalización.

Los elementos culturales, también está presentes en la elección de una estrategia transnacional. Las compañías que optan por ésta estrategia, como forma de internacionalización, bregan por alcanzar la capacidad de adaptación local, la cual depende, en gran medida, de las costumbres de los países objetivos; se debe resaltar el hecho que mediante esta estrategia las empresas persiguen, además de su adaptación local, ser eficientes en costos y gozar del aprendizaje global, lo genera problemas al interior de las organizaciones que deciden ponerla en práctica. Los elementos culturales por su complejidad, incidan considerablemente en la decisión de la estrategia para competir o no en determinada nación; porque trabajar en más y diferentes culturas, implica tener determinadas habilidades y capacidades amén de adecuados conocimientos específicos de la cultura en particular.

LA CULTURA Y LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

CONCLUSIONES

El análisis de elementos culturales internos y externos de una organización se convierten en una herramienta fundamental para la toma de decisiones a la hora de iniciar un proceso de internacionalización, a tal punto que permite seleccionar la mejor forma de entrada a un mercado internacional, que garantice el éxito del proceso; de no tenerse en cuenta estos elementos la organización podría incurrir en infructuosos esfuerzos que terminan en elevados costos y altas probabilidades de fracaso.

La incidencia de la cultura en la estrategia de internacionalización de la empresa, ha desatado en los directivos y gerentes empresariales, la necesidad de comprender de una manera sistemática y practica los determinantes culturales. Hasta hace algunos años el estudio de la cultura, era tema de sociólogos y antropólogos que trataban de explicar el comportamiento de algunos grupos sociales, especialmente a través de la observación directa, la necesidad de las empresas de salir a los mercados internacionales con estrategias coherentes y efectivas, han hecho de la cultura un objeto de estudio organizacional, lo cual implica además la necesidad de establecer métodos de estudio prácticos que permitan identificar de una manera ágil el perfil cultural que caracteriza algunos grupos en particular.

El proceso de internacionalización de las compañías es extremadamente complejo y demanda de las mejores capacidades y aptitudes gerenciales, este camino dificultoso se ve influenciado por los elementos culturales que imperan en cada nación receptora, por tal motivo los administradores y el resto del equipo de trabajo de una organización internacional, deben conocer y dominar estos elementos para que se puedan lograr buenos resultados.

Es mucho lo que queda por ahondar en este tema de la relación cultura y estrategia de internacionalización. Del artículo queda la necesidad de continuar con un proceso de revisión bibliográfica que permita tener una comprensión más profunda del concepto de cultura. Los mayores conocimientos quedan en el tintero y provienen de nuestra distancia con la experiencia práctica en la temática objeto de estudio, porque en el tránsito de la teoría a los hechos es donde verdaderamente se tasa la internacionalización de las empresas.

LA CULTURA Y LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

BIBLIOGRAFÍA

Bustamante, L., & Arboleda, A. &. (2010). Cultura, política industrial y competitividad internacional de PyMEs en Colombia. *Revista Ad-Minister* , 75-88.

David, F. R. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Mexico: Pearson.

Hill, c., & Jones, G. (2005). La estragia en el ambiente global. En c. Hill, & G. Jones, *Administración estratégica: un enfoque integrado* (págs. 227-257). Mexico: Mc Graw-Hill .

Hitt, M., Duane, I., & Hoskisson, R. (1999). *Administración estratégica. Conceptos, competitividad y globalización*. Mexico: Thomson.

Leon, G. S., & Leslie, L. K. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. Mexico: Pearson.

Morin, E. (2007). *La complejidad y la empresa*. Barcelona: Gedisa.

Pta, J., & León, F. (2004). Diferencias culturales. En J. Pta, & F. León, *Dirección de empresas internacionales* (págs. 229-259). Madrid: Pearson.

(2004). La estrategia de la filial exterior. En J. Pta, & F. León, *Dirección de empresas internacionales* (págs. 198-225). Madrid: Pearson.

Pta, J., & León, F. (2004). La decisión de entrada en los mercados internacionales. En J. Pta, & F. León, *Dirección de empresas internacionales* (págs. 60-99). Madrid: Pearson.

Rodal, J. (2005). La administración de la logistica internacional. En J. Rodal, *Perspectivas de la Administración* (págs. 130-145). México: Thomson.

Rodal, J. (2005). La administración multicultural. En J. Rodal, *Perspectivas de la Administración internacional* (págs. 2-15). México: Thomson.

Rodal, J. (2005). Marketing global y estrategia de marca. En J. Rodal, *Perspectivas de la Administración Internacional* (págs. 61-79). Mexico: Thomson.