

ISSN 0121-5051

# INNOVAR

E-ISSN 2248-6968



Enero-marzo del 2018, vol. 28 núm. 67. Valor \$25.000.

REVISTA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES  
SOCIAL AND MANAGEMENT SCIENCES JOURNAL

Escuela de Administración y Contaduría Pública  
Facultad de Ciencias Económicas  
Sede Bogotá



UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
DE COLOMBIA

# INNOVAR

Universidad Nacional de Colombia

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Ignacio Mantilla Prada  
Rector general/Chancellor

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Edgar Osvaldo Bejarano Barrera  
Decano/Dean

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
Y CONTADURÍA PÚBLICA

Liliana Chicaiza Becerra

Director/Head of the School

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

Edison Jair Duque Oliva

Coordinador académico/Academic Coordinator

MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

Germán Eduardo Espinosa Flores

Coordinador académico/Academic Coordinator

INNOVAR

REVISTA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

Dr. Mauricio Gómez Villegas

Director y editor general/Editor in Chief

PROCESO EDITORIAL  
/EDITING PROCESS

Editor asociado/Associate Editor

Juan David Ardila (revinnova\_bog@unal.edu.co)  
Coordinadora editorial/Editorial Coordinator

Deisy Carolina Gutiérrez Rozo (revinnova\_bog@unal.edu.co)

Asistente editorial/ Editorial Assistant

Daniel Santiago Malaver Rivera (revinnova\_bog@unal.edu.co)

Corrección de estilo/Copyediting and Proofreading

Edwin Algarra Suárez (edalgarras@unal.edu.co)  
Roanita Dalpiaz (roanitad@gmail.com)

Leonardo A. Paipilla Pardo (lapaipillap@unal.edu.co)

Traducciones/Translations

Leonardo A. Paipilla Pardo (lapaipillap@unal.edu.co)  
Mateo Cardona (mcardona@actti.org)

Roanita Dalpiaz (roanitad@gmail.com)

Diagramación y diseño/Typesetting and Design

Proceditor Ltda. (proceditor@yahoo.es)

Ilustraciones/Illustrations

Íván Benavides Carmona (ivanquio@hotmail.com)

Impresión y acabados./Printing and Final Art

Proceditor Ltda. (proceditor@yahoo.es)



Innovar Vol. 28 núm. 67 incluye en su portada la obra de César Augusto Bertel Ospina Comité Ejecutivo, 110 x 110 cm. Creada en el año 2014.

SUSCRIPCIONES Y CANJE INTERNACIONAL:

Por favor comuníquese con la Coordinación de INNOVAR al correo electrónico: revinnova\_bog@unal.edu.co

Página web: [www.innovar.unal.edu.co](http://www.innovar.unal.edu.co)

Teléfono (57) (1) 3165000 ext. 12308, 12367.

REVISTA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES · Vol. 28 · Núm. 67 · Enero-marzo del 2018 · ISSN 0121-5051 E-ISSN 2248-6968

3 Editorial

Marketing

- 11 ¿De quién es la culpa? Un estudio exploratorio de las causas de la espera en los servicios

MARIA DEL MAR PÀMIES, GERARD RYAN & MIREIA VALVERDE

- 25 Aproximación a la representación de la forma y apariencia del producto: estudio sobre los atributos de diseño

MAURICIO GUERRERO VALENZUELA, BERNABÉ HERNANDIS ORTUÑO & BEGOÑA AGUDO VICENTE

- 41 El clima y su relación con las actividades, la fidelidad y la satisfacción del turista náutico que visita la Ruta del Sol (Ecuador)

YEN E. LAM GONZÁLEZ, CARMELO J. LEÓN GONZÁLEZ & JAVIER DE LEÓN LEDESMA

Estrategia y Organizaciones

- 59 Internacionalização de PME no Continente Americano: Revisão da Literatura

CLÁUDIA PIRES RIBAU, ANTÓNIO CARRIZO MOREIRA & MÁRIO RAPOSO

- 75 ¿La capacidad de absorción es dinámica?

MARISELA VARGAS PÉREZ

Gestión y Organización

- 89 Organizational Studies in Latin America. A Literature Review (2000-2014)

DIEGO RENÉ GONZALES-MIRANDA, CARMEN ALEJANDRA OCAMPO-SALAZAR & MARIANO GENTILIN

- 111 Ética organizacional aplicada. Estudio de caso de una organización de servicios sociales en España

CARLA CUBILLOS VEGA

Aportes a la Investigación y Docencia

- 123 Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia)

EDWIN TARAPUEZ, MARÍA DOLLY GARCÍA & NÉLIDA CASTELLANO

- 137 ¿Ha cambiado el Plan Bolonia los resultados académicos en las asignaturas de estadística?

BEATRIZ GARCÍA-CARRO & MARÍA CARMEN SÁNCHEZ-SELLERO

- 147 Política pública, mercado y diversidad institucional: las complejidades de clasificar instituciones de educación superior. El ejemplo chileno

ENRIQUE FERNÁNDEZ DARRAZ

## DIRECCIÓN INNOVAR

**Director y editor general/Editor in Chief:** Dr. Mauricio Gómez Villegas

### COMITÉ EDITORIAL/EDITORIAL COMMITTEE

Dr. Mauricio Gómez Villegas, Escuela de Administración y Contaduría Pública, Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá  
Dr. Francisco Rodríguez Vargas, Universidad París VIII, Francia  
Dr. Óscar Castellanos, Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá  
Dra. Liliana Chicaíza, Escuela de Administración y Contaduría Pública, Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá  
Dr. Ernesto Sierra, Universidad Libre, Bogotá  
Dr. Carlos Alberto Rodríguez Romero, Escuela de Administración y Contaduría Pública, Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá  
Dr. Carlos Eduardo Maldonado, Universidad del Rosario, Bogotá  
Dr. Roberto Gutiérrez Poveda, Universidad de los Andes, Bogotá  
Dr. William Rojas Rojas, Universidad del Valle, Cali  
Dr. Carlos Hernán González, Universidad del Valle, Cali  
Dr. Inés García Fronti, Universidad de Buenos Aires, Argentina  
Dr. Diego Armando Marín Idárraga, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá  
Dr. Diego René Gonzales Miranda, Universidad EAFIT, Medellín

### COMITÉ CIENTÍFICO/SCIENTIFIC COMMITTEE

Dr. J. David Cabedo Semper, Universitat Jaume I de Castellón, España  
Dra. Amparo Cervera Taulet, Universidad de Valencia, España  
Dr. Sebastián Donoso, Universidad de Talca, Chile  
Dra. Irene Gil Saura, Universidad de Valencia, España  
Dr. Javier Sánchez, Universitat Jaume I de Castellón, España  
Dr. Eduardo Torres Moraga, Universidad de Chile, Chile  
Dr. Gregorio Martín de Castro, Universidad Complutense de Madrid, España  
Dr. Joaquín Alegre Vidal, Universidad de Valencia, España  
Dra. Teresa García Merino, Universidad de Valladolid, España  
Dra. Ma. Valle Santos Álvarez, Universidad de Valladolid, España  
Dra. Mónica Gómez Suárez, Universidad Autónoma de Madrid, España  
Dr. José Humberto Ablanedo Rosas, University of Texas at El Paso, USA  
Dr. Lorenzo Revuelto Taboada, Universidad de Valencia, España  
Dr. José Solana Ibáñez, Universidad de Murcia, España  
Dr. José Enrique Devesa Carpio, Universidad de Valencia, España  
Dr. Javier de León Ledesma, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España

## EDITORES CIENTÍFICOS /SCIENTIFIC EDITORS

### ESTRATEGIA Y ORGANIZACIONES

Ali Smida, Universidad Paris 13, Francia  
José Ernesto Amorós, Universidad del Desarrollo, Chile  
José Gabriel Aguilar Barceló, Universidad Autónoma de Baja California, México  
Luis M. Silva Domingo, Universidad ORT, Uruguay  
Víctor Raúl López, Universidad de Castilla La Mancha, España  
Ricardo Gouveia Rodrigues, University of Beira Interior, Portugal  
Pablo Rodrigo Ramírez, Universidad Adolfo Ibáñez, Chile  
Luis Arturo Rivas Tovar, Instituto Politécnico Nacional, México  
Gregorio Calderón, Universidad Nacional de Colombia (Sede Manizales), Colombia  
Francisco López Gallego, Universidad EAFIT, Colombia

### CONTABILIDAD Y FINANZAS

Crawford Spence, United Arab Emirates University, Emiratos Árabes  
Javier de León Ledesma, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España  
José Juan Déniz Mayor, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España  
María Concepción Verona, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España  
Miguel Ángel Martínez Sedano, Universidad del País Vasco, España  
Ramón Alfonso Ramos, Universidad de Santiago de Chile, Chile  
Mary A. Vera, Universidad Nacional de Colombia, Colombia  
Marysela Coromoto Morillo Moreno, Universidad de Los Andes, Venezuela

### ECONOMÍA Y ORGANIZACIONES

Arturo Vásquez Párraga, University of Texas- Pan American, Estados Unidos de América  
Francisco José Delgado Rivero, Universidad de Oviedo, España

### GESTIÓN DE OPERACIONES

Gabriel Aramouni, Universidad de San Andrés, Argentina  
Manuel Francisco Suárez Barraza, Tecnológico de Monterrey, México

### GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Lorenzo Revuelto Taboada, Universidad de Valencia, España

### MARKETING

Amparo Cervera Taulet, Universidad de Valencia, España  
Ana Isabel Jiménez Zarco, Universidad Oberta de Catalunya, España  
Hernán Talledo Flores, Universidad San Ignacio de Loyola, Perú  
Joaquín Sánchez Herrera, Universidad Complutense de Madrid, España  
María del Pilar Martínez Ruiz, Universidad de Castilla La Mancha, España  
Sergio Olavarrieta, Universidad de Chile, Chile  
Sergio Moreno Gil, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España  
Héctor Augusto Rodríguez Orejuela, Universidad del Valle, Colombia  
Don Sexton, Columbia Business School, Estados Unidos de América

## COLABORADORES EN ESTE NÚMERO/CONTRIBUTING AUTHORS FOR THIS ISSUE:

Maria del Mar Pàmies • Gerard Ryan • Mireia Valverde • Mauricio Guerrero Valenzuela • Bernabé Hernandis Ortuño • Begoña Agudo Vicente • Yen E. Lam González • Carmelo J. León González • Javier de León Ledesma • Cláudia Pires Ribau • António Carrizo Moreira • Mário Raposo • Marisela Vargas Pérez • Diego René Gonzales-Miranda • Carmen Alejandra Ocampo-Salazar • Mariano Gentilin • Carla Cubillos Vega • Edwin Tarapuez • María Dolly García • Nélida Castellano • Beatriz García-Carro • María Carmen Sánchez-Sellero • Enrique Fernández Darraz.

**Resumida, indexada o referenciada /Summarized, indexed or referenced:** Sociological Abstracts (CSA) - USA • Public Affairs Information Service (PAIS) - USA • Thomson Gale. Informe Académico (Texto completo/Full text) - México • Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades (CLASE) - México • Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (Latindex) - México • Redalyc - México • Scielo Colombia - Colombia • Directorio Ulrich's - USA • Índice Nacional de Publicaciones Seriadas Científicas y Tecnológicas Colombianas (Publindex - C) - Colombia • Scopus (Elsevier B.V.) - USA • Web of Science – Scielo Citation Index • JSTOR.

El contenido de los artículos y reseñas publicadas es responsabilidad de los autores y no refleja el punto de vista u opinión de la Escuela de Administración y Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas o de la Universidad Nacional de Colombia. /The contents of all published articles and reviews are the authors' responsibility and do not reflect whatsoever the point of view or opinion of the School of Management and Public Accounting of the Faculty of Economic Sciences or of the National University of Colombia.

El material de esta revista puede ser reproducido o citado con carácter académico, citando la fuente. /All published contents can be quote or reproduce for academic purposes, acknowledging the source.

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirlGual 3.0 Unported.



**A** lo largo de su trayectoria, la revista INNOVAR ha venido ganando un reconocimiento académico e institucional en el campo de la gestión de las organizaciones, la administración, el *marketing*, la estrategia, la contabilidad, las finanzas y, en general, las ciencias sociales vinculadas con sus problemas conexos. El camino recorrido es fruto de un esfuerzo sostenido de la Escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública, sus profesores, los equipos y comités editoriales, los colaboradores nacionales e internacionales, los revisores y los autores. El acompañamiento y el apoyo en la infraestructura institucional de la Facultad de Ciencias Económicas y de la Universidad han sido definitivos en este cometido.

Nuestro primer número vio la luz en 1991, de la mano de su primer director, el profesor Francisco Rodríguez, quien señaló en aquel primer editorial:

La revista INNOVAR (...) constituye una de las múltiples expresiones académicas de la Universidad Nacional (...). Aspira a establecer un puente entre la Universidad y la sociedad, esta vez, en el campo del conocimiento de la Gestión y de las Finanzas. La sociedad colombiana vive una época de grandes transformaciones (...). La superación del conjunto de enormes desigualdades sociales, económicas y políticas es entonces una condición necesaria para la construcción de una nueva sociedad. El país no puede confiar en la ilusión de consolidar una paz duradera con un 20% de la población con capacidad de consumo y bienestar, y un 80% en la marginalidad del mercado" (Rodríguez, 1991, p. 3).

Transcurridos 26 años, 27 volúmenes y 66 números, INNOVAR ha promovido reflexiones y debates, y ha difundido avances académicos e investigativos de la comunidad de la administración y la gestión de las organizaciones, no solo de la Universidad Nacional de Colombia, sino del país, de Iberoamérica y del mundo. Con ello, ha estado a la altura de sus tiempos, liderando en muchas ocasiones la publicación académica, lo que le ha valido el reconocimiento de múltiples actores nacionales e internacionales. Sin embargo, existe un gran trecho de trabajo por realizar, no solo manteniendo e incrementando su visibilidad e impacto académico, sino potenciando y materializando la relevancia de la investigación en ciencias de gestión, en la constante búsqueda del impacto en el contexto socioeconómico.

Pese a los cambios experimentados en el contexto nacional e internacional, la situación contemporánea se muestra también compleja y desafiante, tal y como lo anotó Rodríguez en 1991. Para esa época, la desmovilización de otra guerrilla fue uno de los ingredientes que llevó a la convocatoria de una asamblea nacional constituyente y que desembocó en una nueva carta constitucional. En la actualidad, los acuerdos alcanzados para la desmovilización de la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), que pretenden poner fin a un conflicto de más de cinco décadas, aún no logran su implementación. Por diversas razones, actores políticos y sociales han dilatado las posibilidades reales de participación de las víctimas en las corporaciones legislativas del ámbito nacional. En materia de restitución de tierras y de reinserción a la vida civil de desmovilizados y víctimas, los logros no son halagüeños. La crisis fiscal que enfrenta el país por los niveles aberrantes de corrupción y la dependencia en la última década del modelo extractivista de recursos naturales no renovables, particularmente el petróleo, han generado una ausencia de los recursos necesarios para promover cambios estructurales que soporten la paz. Esto nos deja ver que los problemas de aquel entonces, en el plano nacional, se asemejan a los actuales, aunque con cambios sensibles en los guarismos que describen nuestra situación.

En el ámbito internacional, los últimos años han visto multiplicar la inequidad estructural, situación que genera problemas sociales similares a los vividos en Colombia y Latinoamérica en las décadas precedentes. El proceso de profundización de la injusticia y la inequidad socioeconómicas ha implicado un retroceso en los estados de bienestar europeos y en el *new deal* estadounidense. La inequidad y la insostenibilidad ecológica se configuran como dos de los problemas medulares en la actualidad mundial (Itermon-Oxfam, 2016). Todos estos problemas guardan una relación directa con las organizaciones, sean estas empresariales, públicas, sociales e, incluso, familiares. La gestión tiene un papel y un amplio campo de acción para conseguir un mayor impacto en la transformación de estas tendencias. INNOVAR ha venido participando del proceso académico en la región, para abordar estas problemáticas y seguro continuará, con el apoyo de sus colaboradores, entregando luces sobre posibles vías para su comprensión e intervención, buscando así su superación.

Durante estos últimos trece números he tenido el inmenso honor de ser el director y editor general de la revista. Nuestro trabajo ha sido encomiable y solo ha sido posible gracias al acompañamiento y al trabajo del equipo editorial y de una extensa red de colaboradores, evaluadores y autores. A todas las personas que han participado en este proceso les expreso mi gratitud, no solo como director, sino como un académico consciente de la importancia y del enorme trabajo que una publicación de calidad encarna. Estoy convencido de que INNOVAR continuará una senda de aportes académicos muy relevantes. Espero —como lo hizo Rodríguez (1991)— que en el futuro nuestro impacto social sea más significativo y profundo, para conseguir un mundo mejor.

El presente número de INNOVAR está conformado por cuatro de sus tradicionales secciones. La primera de ellas, *Marketing*, recoge tres artículos de investigación.

Desde la Universidad Rovira i Virgili, España, los profesores María del Mar Pàmies, Gerard Ryan y Mieia Valverde aportan la investigación titulada "¿De quién es la culpa? Un estudio exploratorio de las causas de la espera en los servicios". El trabajo examina las percepciones que tienen los consumidores sobre las causas de la espera, para identificar los generadores de las demoras y promover su gestión en las empresas. Con una metodología cualitativa y basándose en la teoría fundada, por medio de entrevistas semiestructuradas y con diarios personales de campo, el trabajo estudia las percepciones de consumidores de 19 países diferentes, a partir de datos recolectados entre el 2011 y el 2012. El trabajo concluye que, complementando los hallazgos previos en la literatura, los consumidores perciben que las empresas no son las únicas causantes de la espera en servicios. Cuando la espera es percibida como responsabilidad de la empresa, los problemas identificados son debido a la gestión y al desempeño de los propios trabajadores. Por su parte, los consumidores también son responsables de la espera, bien por la forma en que concurren a su adquisición, bien porque no se encuentran preparados en el momento de la compra.

En una colaboración internacional, el profesor Mauricio Guerrero Valenzuela, de la Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile, y los profesores Bernabé Hernandis y

Begoña Agudo, de la Universitat Politècnica de València, España, nos aportan el artículo "Aproximación a la representación de la forma y apariencia del producto: estudio sobre los atributos de diseño". Esta investigación se planteó como objetivo agrupar los atributos en la definición formal del producto, atendiendo a las demandas del mercado y de los propios participantes en la fase de diseño. La investigación es de carácter exploratorio y consistió en la aplicación de un cuestionario a 400 estudiantes de los últimos niveles de Diseño Industrial e Ingeniería de productos en Chile, España y México. El instrumento busca identificar y clasificar por grupos los atributos de los productos que son retomados en la fase de diseño. Los resultados son analizados a partir de análisis factorial. Se identifica que los principales grupos de atributos son utilitarios, de apariencia y perceptivos. También se concluye que existe un alto grado de complejidad al asignar atributos al producto, bien por la interpretación que tenga en diferentes usuarios, o bien por la manera de expresar el atributo en el producto.

Los profesores Yen Lam González, Carmelo León González y Javier de León Ledesma, de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria, España, suscriben el trabajo "El clima y su relación con las actividades, la fidelidad y la satisfacción del turista náutico que visita la Ruta del Sol (Ecuador)". El propósito de este trabajo es proponer un modelo para determinar el impacto del clima en la cantidad de actividades náuticas, el número de visitas al destino y la satisfacción global del turista, comparando tal impacto con el resto de los atributos. La metodología utilizada es cuantitativa. Por medio de una encuesta a 201 turistas náuticos de la Ruta del Sol en Ecuador, se consiguieron datos sobre los atributos de satisfacción, para luego analizarlos a partir de una regresión logística. Los resultados de la investigación muestran la importancia de considerar el clima en el diseño de productos y servicios a partir de información climática y meteorológica. Aunque la utilización de este tipo de información es actualmente usada, aún es necesario el desarrollo de experiencias turísticas en el diseño de la oferta de destinos y servicios.

En esta edición de INNOVAR, la sección de Estrategia y Organizaciones está constituida por dos trabajos de investigación de autores iberoamericanos.

Desde Portugal, los profesores Cláudia Pires Ribau y António Carrizo Moreira, de la Universidade de Aveiro, y Mário Raposo, de la Universidade da Beira Interior, aportan el artículo titulado: "Internacionalização de PME no Continente Americano: Revisão da Literatura". El trabajo constituye una revisión de la literatura empírica sobre la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas en el continente americano. Para el desarrollo de esta revisión de la literatura se tomaron las principales bases académicas (Ebsco, Emerald, Web of Knowledge y Science Direct), identificado 329 artículos publicados entre 1999 y el 2014, en el campo de la internacionalización de la pyme. Se determina que el mayor volumen de publicación se centra en Estados Unidos y Canadá, es de corte cuantitativo y se focaliza en cuatro temas: estrategia, desempeño, teorías de la internacionalización y perspectiva internacional de las empresas.

La profesora Marisela Vargas Pérez, vinculada con la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, aporta el trabajo "¿La capacidad de absorción es dinámica?". Esta investigación se planteó como un objetivo responder a la pregunta que lleva por título el trabajo, a partir de la identificación de los mayores avances conceptuales relativos a las capacidades dinámicas. El trabajo realiza una revisión sistemática de la literatura entre el 2000 y el 2015, enfocándose en la producción académica que considera la capacidad de absorción como una capacidad dinámica. Para responder a la pregunta, luego de una caracterización de la literatura y de la confrontación de diversas concepciones de la capacidad de absorción, la autora propone un retorno a la noción original, incorporando los avances que se han presentado en la discusión, pero reconociendo su carácter dual: tanto dinámica como operativa, lo que implica que hace parte de las capacidades organizacionales.

La sección de Gestión y Organización se conforma por dos trabajos de investigación de autores iberoamericanos.

Con el título "Organizational Studies in Latin America. A Literature Review (2000-2014)", los profesores Diego René Gonzales-Miranda, Carmen Alejandra Ocampo-Salazar y

Mariano Gentilin, de la Universidad EAFIT, Colombia, participan en el presente número de nuestra publicación. El objetivo del trabajo es analizar el estado actual del estudio de las organizaciones, a partir de la revisión de las diez principales revistas latinoamericanas en este campo de conocimientos, durante el periodo 2000-2014. La metodología implicó la categorización de las principales revistas indexadas en las bases de datos Web of Knowledge y Scopus y, posteriormente, la búsqueda y valoración crítica de los artículos, clasificados en cuatro fuentes teóricas o temáticas: teoría administrativa, teoría de la organización, estudios organizacionales y educación e investigación en administración y organizaciones. El trabajo se constituye en una revisión bibliométrica y analítica importante para la investigación futura en el campo organizacional en el contexto latinoamericano.

La investigadora Carla Cubillos Vega, vinculada con la Universidad Complutense de Madrid, España, es la autora del artículo "Ética organizacional aplicada. Estudio de caso de una organización de servicios sociales en España". El trabajo presenta un estudio de caso en el que se analiza la ética organizacional y sus implicaciones en la estructura y el comportamiento de una organización de servicios sociales. El trabajo sigue un enfoque de investigación cualitativo y adoptó como estrategia el estudio de caso. Se realizó observación participante, análisis de fuentes documentales y entrevistas en profundidad. El trabajo concluye que, en la toma de decisiones, se enfrentan valores de cada profesional con los valores de la organización. Las relaciones e interacción con dichos valores configuran en gran medida la cultura ética de una entidad. En el caso estudiado se identifica y caracteriza una ética del cuidado en la gestión de la entidad de servicios sociales analizada, lo que contrasta con la ausencia de referentes explícitos de gestión ética.

La sección de Aportes a la Investigación y la Docencia de esta edición está conformada por tres artículos.

Fruto de una colaboración internacional, los profesores Edwin Tarapuez y María Dolly García, de la Universidad del Quindío, Colombia, y Nélida Castellano, de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, participan en el presente número con el artículo "Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del

Quindío (Colombia)". La investigación buscó identificar la relación entre variables socioeconómicas y la intención emprendedora de estudiantes universitarios de último semestre en el Quindío. Por medio de un cuestionario aplicado a 297 estudiantes, se recolectó información que fue analizada siguiendo un modelo de regresión logística y un análisis de correspondencias múltiples. Se identificó que el género de los estudiantes no tiene una relación, ni una influencia significativa, en la intención emprendedora. Por su parte, el tipo de universidad –pública o privada– y tener un amigo empresario son aspectos socioeconómicos que influyen en la intención emprendedora. El trabajo también identifica asociaciones importantes entre variables cualitativas.

Desde la Universidad Da Coruña, España, las profesoras Beatriz García-Carro y María Carmen Sánchez-Sellero suscriben el artículo titulado "¿Ha cambiado el Plan Bolonia los resultados académicos en las asignaturas de estadística?". El objetivo del trabajo fue comprobar si las metodologías implementadas con ocasión del sistema educativo promovido por el Plan Bolonia están generando cambios en los resultados académicos de los estudiantes. Se estudiaron los resultados de 2.857 estudiantes de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de la Coruña, concretamente en la asignatura Estadística, antes y después de la entrada del Espacio Europeo de Educación Superior y de la implantación de nuevas metodologías en las asignaturas. Por ello, se analizan datos de los resultados de estudiantes de los cursos 2006-2007 a 2011-2012. Los resultados muestran que las metodologías implementadas con la entrada del Plan Bolonia incentivan al estudiante, generando un mayor involucramiento en los sistemas de aprendizaje, que se evidencia gracias al aumento del porcentaje de estudiantes que se presenta a las pruebas de evaluación y al incremento del porcentaje de alumnos aprobados en relación con aquellos que se matricularon, ambos fenómenos por cuenta del cambio del sistema en cuestión.

El profesor Enrique Fernández Darraz, de la Universidad de Tapapacá, Chile, es el autor del trabajo titulado "Política pública, mercado y diversidad institucional: las complejidades de clasificar instituciones de educación superior. El

ejemplo chileno". Este trabajo es una reflexión académica, que incluye además la caracterización de un caso, cuyo objetivo es abordar algunas de las dificultades para enfrentar la diversidad de los sistemas de educación superior desde la política pública. Fruto de la revisión de la literatura, el autor caracteriza el concepto de diversidad institucional y las dimensiones complejas que implica; asimismo, analiza la estructura del sistema de educación superior como un mercado, enfatizando en su carácter reputacional. Por otra parte, discute los aspectos centrales de las clasificaciones y presenta, como caso, la experiencia chilena de implementación de una clasificación de las universidades por parte del Ministerio de Educación en el 2012. El trabajo plantea que las políticas públicas y las dinámicas del mercado de la educación están promoviendo incentivos y sistemas que no valoran adecuadamente la diversidad institucional, lo que es palpable en el caso chileno.

Como siempre, confiamos en que esta nueva edición resulte interesante para nuestros lectores. Reiteramos nuestra invitación a los profesores e investigadores, nacionales e internacionales, para que sometan sus colaboraciones a evaluación en nuestra revista para su difusión en los idiomas oficiales de INNOVAR: español, portugués, inglés y francés.

## Referencias

- Intermon-Oxfam. (2016). *Una economía al servicio del 1%. Acabar con los privilegios y la concentración del poder para frenar la desigualdad extrema*. Recuperado el 11 de diciembre del 2017, de [https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file\\_attachments/bp210-economy-one-percent-tax-havens-180116-es\\_0.pdf](https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp210-economy-one-percent-tax-havens-180116-es_0.pdf)
- Rodríguez, F. (1991). Es tiempo de innovar. *Innovar*, 1(1), 3-4.

MAURICIO GÓMEZ VILLEGAS, PhD.

Director y Editor General - INNOVAR

Profesor Asociado

Escuela de Administración y Contaduría Pública

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Nacional de Colombia

Throughout its history, INNOVAR journal has been gaining academic and institutional recognition in the fields of organizational management, administration, marketing, strategy, accounting, finance and the Social Sciences that bear a connection with its main study subjects. All the ground covered is the result of a steady effort by the School of Management and Public Accounting, its faculty members, the journal's working teams and Editorial Committees, our national and international partners, reviewers and authors. The accompaniment and support on the institutional infrastructure of the Faculty of Economic Sciences and the National University of Colombia have been decisive in this mission.

Our first issue was released in 1991 with the guide of Professor Francisco Rodríguez, the first Director of INNOVAR, who pointed out the following in the very first editorial:

"INNOVAR Journal (...) constitutes one of the multiple academic expressions of the National University (...). It aspires to establish a bridge between society and the University upon the knowledge in the field of Management and Finances. Colombian society experiences a time of big changes (...). Overcoming the set of enormous social, economic and political inequalities is then a necessary condition for the construction of a new society. The country cannot rely on the illusion of consolidating a long-lasting peace with just 20% of its population having consumption and welfare capacities, while the remaining 80% is within the marginality of the market" (Rodríguez, 1991, p. 3).

In 26 years, 27 volumes and 66 issues, INNOVAR has promoted reflections and debates. This journal has also disseminated academic and research advances belonging to the community of administration and organizational management studies, not only from the National University of Colombia, but also from the entire country, Ibero-America and the world. By doing that, INNOVAR has lived up to its times, leading the field of academic publishing on several occasions, for which it has gained the recognition of many national and international actors. However, there is a great deal of work to be done, not only for maintaining and increasing its visibility and academic impact, but also for enhancing and materializing the relevance of Management

Sciences research as part of a continuous quest for impact generation in the socioeconomic context.

Despite the changes in the national and international context, the contemporary situation still complex and challenging, just as Rodriguez noted in 1991. At that time, the demobilization of another guerrilla group was one of the ingredients that led to the convening of a National Constituent Assembly, resulting in a new constitutional charter. Currently, the agreements reached for the demobilization of the guerrilla group known as the Revolutionary Armed Forces of Colombia (FARC, in Spanish), aimed at finishing a conflict of more than five decades, have not been implemented yet. For various reasons, some political and social players have delayed the real possibilities of victims' participation in the legislative bodies of national order. In terms of land restitution and the reintegration into the civilian life of the demobilized combatants and the victims, achievements are not encouraging. The fiscal crisis faced by the country due to the perverse levels of corruption and the high dependency on the extractionist model of non-renewable natural resources, particularly oil, during the last decade, have generated an absence of the necessary means for promoting the structural changes required for a real peace. This shows us that problems back then, at the national level, were similar to the current issues affecting the country, although with sensible changes in the figures that describe our situation.

In the international arena, recent years have testified the proliferation of structural inequality, a situation that spawns social glitches similar to those experienced in Colombia and Latin America in previous decades. The process of deepening socioeconomic injustice and inequity has implied a setback in the European welfare states and in the American new deal. Inequity and ecological unsustainability are two of the main problems in today's world (Itermon-Oxfam, 2016). All of these situations have a direct link with organizations, be they private, public, social, and even family businesses. Management has a role and a wide field of action in achieving greater impact on the transformation of these trends. INNOVAR has been participating in the academic process of the region to address these problems, and will continue providing insights, with the support of its

collaborators, on possible ways to understand and intervene, seeking to overcome such difficulties.

In the last thirteen issues I have had the immense honor of being the Editor and General Director of the journal. Our work has been commendable and possible due to the support and work of the editorial team and an extensive network of collaborators, reviewers and authors. I manifest my gratitude, not only as a Director, but as an academician who is aware of the importance and the enormous work that a high quality publication embodies, to all the people who have participated in this process. I am convinced that INNOVAR will continue a path of relevant academic contributions. I hope –as Rodríguez did in 1991– that our social impact will be more significant and profound in the future, so we can achieve a better world.

The current issue of INNOVAR is made up of four of our traditional sections. The first of them, Marketing section, gathers three research papers.

From the Rovira i Virgili University, in Spain, Professors María del Mar Pàmies, Gerard Ryan and Mieia Valverde present the research paper "Whose Fault is it? An Exploratory Study of the Causes of Waiting Times for Services". This work studies consumers' perceptions about the causes of waiting times, in order to identify the origin of the delays and promote their adequate management. By means of a qualitative methodology and based on the grounded theory, authors used semi-structured interviews and personal logs for studying the perceptions of a group of 19 consumers in different countries. Data for the study was collected in the period 2011-2012. Complementing previous research findings, this work concludes that consumers perceive that companies are not the only cause of waiting times in services. Additionally, when waiting times are perceived as the company's responsibility, the main problems identified are due to the management and performance of the staff. Moreover, the study states that sometimes consumers themselves are the cause of the delays, either because they all arrive at the same time to the place of purchase, or because they are not ready for making a specific purchase.

In an international collaboration, Professor Mauricio Guerrero Valenzuela, from the Metropolitan Technological University, Chile, and Professors Bernabé Hernandis and Begoña Agudo, both from the Polytechnic University of Valencia, in Spain, add the paper "An Approach to the Representation of a Product's Form and Appearance: Study on Design Attributes". This research was aimed at grouping the attributes in the formal definition of a product, meeting the demands of the market and the participants during its design phase. The research is exploratory in nature and consisted of the application of a questionnaire to 400 students in the last courses of Industrial Design and Product Engineering in Chile, Spain and Mexico. Data collection instrument sought to identify and classify those attributes of products that are retaken in the design phase. Results are analyzed using factor analysis. It is identified that the main groups of attributes are utilitarian, appearance and perceptual. It is also concluded there is a high degree of complexity when assigning attributes to the product, either because of the interpretation of different users or because of the way the attribute is expressed in the product.

Professors Yen Lam González, Carmelo León González and Javier de León Ledesma, affiliated to the University of Las Palmas de Gran Canaria, in Spain, sign the paper titled "The Weather and its Relation to the Activities, Loyalty and Satisfaction of the Nautical Tourist who visits *La Ruta Del Sol* (Ecuador)". The purpose of this study is to propose a model to determine the impact of the weather on the number of nautical activities, the number of visits to a destination and the overall satisfaction of tourists, comparing such impact with other destination attributes. Following a qualitative approach and using a survey to 201 nautical tourists visiting *La Ruta del Sol* (Ecuador), data on satisfaction attributes was collected and then analyzed by logistic regression. The results of this research show the importance of considering the weather, based on accurate climatic and meteorological information, for the design of products and services. Results also demonstrate that, although the use of this type of information is currently popular, it is still necessary to develop tourism experiences in the design of the destinations and services offered.

The section Strategy and Organizations in our current issue is made up by two research works by Ibero-American authors.

From Portugal, Cláudia Pires Ribau and António Carrizo Moreira, Professors at the University of Aveiro, and Mário Raposo, Professor at the University of Beira Interior, bring the paper "SMEs' Internationalization in the American Continent: A Literature Review". The study is a review of empirical literature on the internationalization of small and medium enterprises in the American continent. For the development of this review the main academic databases were considered (Ebsco, Emerald, Web of Knowledge and Science Direct), which allowed identifying 329 articles in the field of SMEs internationalization published between 1999 and 2014. Results determined that the largest volume of publications follows a quantitative approach that is United States-and-Canada centered, and focuses on four main themes: internationalization theories, strategy, performance and international perspectives of companies.

Marisela Vargas Pérez, Professor at the Pontifical Xavierian University, in Bogota-Colombia, introduces her research work "Is the Absorptive Capacity Dynamic?", whose main objective is to answer the question formulated in its title from the identification of the major conceptual advances on the study of dynamic capabilities. This work involved a systematic review of the literature for the period 2000-2015, focusing on the academic production that considers absorptive capacity as a dynamic capability. In order to answer the question of the title, after characterizing the reviewed literature and confronting different conceptions about the absorptive capacity, the author proposes a return to the original notion, incorporating the advances presented in its discussion and recognizing its dual character: dynamic and operational, which implies it is part of the organizational capabilities

The section Management and Organization also comprises two research studies by Ibero-American authors.

Professors Diego René Gonzales-Miranda, Carmen Alejandra Ocampo-Salazar and Mariano Gentilin, from EAFIT University, Colombia, participate in this issue with the paper "Organizational Studies in Latin America. A Literature Re-

view (2000-2014)". The objective of this research was to evaluate the current status of organizational studies from the review of the ten major Latin American journals in this field of knowledge for the period 2000-2014. The methodology used in this work involved the categorization of the main journals indexed in the Web of Knowledge and Scopus databases and, subsequently, the search and critical assessment of papers, which were classified into four theoretical or thematic sources: Administrative theory, organization theory, organizational studies and research and education in administration and organizations. This study is an important bibliometric and analytical review for future research in the organizational field in the Latin American context.

Researcher Carla Cubillos Vega, affiliated to the Complutense University of Madrid, Spain, authored the paper "Applied Organizational Ethics. Case Study of a Social Services Organization in Spain". The paper presents a case study in which organizational ethics and its implications on the structure and behavior of a social services organization are analyzed. This research work followed a qualitative approach under the case study methodology, using participant observation, analysis of documentary sources and in-depth interviews for data collection. The work concludes that the values of professional individuals are confronted with the values of the organization in decision-making. The relationships and interaction with these values shape to a great extent an organization's ethical culture. In the case under scrutiny, robust ethical principles in the management of a social services organization are identified and characterized, which contrasts with the absence of explicit ethical management referents in the field.

The section Research and Teaching Contributions for this issue includes three research papers.

As a result of an international cooperation, Edwin Tarapuez and María Dolly García, Professors at the Quindío University, Colombia, and Nélida Castellano, Professor at the National University of Cordoba, Argentina, contribute to our current issue with the paper titled "Socioeconomic Aspects and Entrepreneurial Intention of University Students in Quindío (Colombia)". This research sought to iden-

tify the relationship between socioeconomic variables and the entrepreneurial intention of university students in the Department of Quindío who are enrolled in the last term of their degree. Data for the study was collected by means of a questionnaire applied to 297 students, and then evaluated following a logistic regression model and multiple correspondences analysis. It was identified that students' gender does not have a relation, nor a significant influence, with their entrepreneurial intention. In contrast, the type of university –private or public– and having an entrepreneur friend are socioeconomic variables that do influence their entrepreneurial intention. This work also identifies important associations between some qualitative variables.

From the Universidade da Coruña, in Spain, Professors Beatriz García-Carro and María Carmen Sánchez-Sellero present the paper titled "Has the Bologna Plan Changed Academic Results in Statistics Subjects", whose main goal is to prove if the methodologies implemented in the educational system promoted by the Bologna Plan are really generating changes in students' academic results. The academic results of 2.857 students taking the subject of Statistics in the Business and Economic School at the University of A Coruña were studied. The analysis considered student's results before and after the implementation of the European Higher Education Area and the establishment of new methodologies for education; therefore, 2006-2007 and 2011-2012 academic terms were included in the analysis. The results of this study show that methodologies implemented with the entry in force of the Bologna Plan have encouraged students, generating a greater involvement in learning systems that is supported by increases in the percentage of students who take part in evaluation tests and the percentage of students who pass the tests, in relation to those who enrolled. Both of these outcomes on account of the changes in the specified system.

Closing our current issue, Enrique Fernández Darraz, Professor at the University of Tapapacá, Chile, is the author of the work "Public Policy, Market and Institutional Diversity: the Complexity of Classifying Higher Education Institutions.

The Chilean Case". This work is an academic reflection that includes the characterization of a case, whose objective is to address some of the difficulties of public policy in facing the diversity of higher education systems. As a result of the literature review for this study the author characterizes the concept of institutional diversity and the complex dimension it entails. In the same way, Professor Fernández examines the structure of the higher education system as a market, emphasizing its reputation. Additionally, he discusses the core aspects of classifications and presents the Chilean experience in the implementation of a classification for universities led by the Ministry of Education in 2012. The paper proposes that public policies and the dynamics of the education market are currently promoting incentives and systems that do not value institutional diversity properly, which is noticeable in the case of Chile.

As usual, we trust this new issue will be interesting for our readers. We also reassert our invitation to Professors and researchers, in the country and abroad, to submit their works in the official languages of INNOVAR: Spanish, Portuguese, English and French, so they can be published and disseminated.

## References

- Intermon-Oxfam (2016). *Una economía al servicio del 1%. Acabar con los privilegios y la concentración del poder para frenar la desigualdad extrema*. Retrieved on December 11<sup>th</sup> 2017 from: [https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file\\_attachments/bp210-economy-one-percent-tax-havens-180116-es\\_0.pdf](https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp210-economy-one-percent-tax-havens-180116-es_0.pdf)
- Rodríguez, F. (1991). Es tiempo de innovar. *Innovar*, 1(1), 3-4.

MAURICIO GÓMEZ VILLEGAS, Ph. D.

General Director and Editor - INNOVAR

Full-time and Associate Professor

School of Management and Public Accounting

Faculty of Economic Sciences

National University of Colombia, Bogotá

## WHOSE FAULT IS IT? AN EXPLORATORY STUDY OF THE CAUSES OF WAITING TIMES FOR SERVICES

**ABSTRACT:** The purpose of this study is to provide an innovative view to the persistent problem of waiting times, analyzing consumers' perceptions, in order to identify its possible causes. Waiting time is a common phenomenon linked to the delivery of goods and services that may have negative consequences for both companies and consumers. Generally, it has been thought that companies are to blame for waiting times. To study this issue we have used a qualitative methodology collecting data by means of 19 in-depth interviews and 7 personal logs. The results of this research show that companies are not the only ones to blame for waiting times. In many cases, consumers themselves are the cause of the problem, because, as an example, they are not prepared to receive the service or they all arrive at the same time. Additionally, it has been found that when the waiting time is caused by the company this may be due, on the one hand, to a poor management (because there is a lack of staff or because reducing waiting times is not a priority for the company), or due to the workers of the company (they are not well prepared for the job or they are absent), on the other. These results have a series of practical implications for companies, since they represent an extra challenge for waiting time management. Therefore, companies not only have to strive to manage and reduce waiting times, but also worry these are not caused by issues beyond their control, such as behaviors or attitudes of their workers or their customers.

**KEYWORDS:** Waiting time, waiting time management, waiting time causes, qualitative methodology.

## DE QUEM É A CULPA? UM ESTUDO EXPLORATÓRIO DAS CAUSAS DA ESPERA NOS SERVIÇOS

**RESUMO:** O propósito deste estudo é oferecer uma visão inovadora ao problema persistente da espera, examinando as percepções dos consumidores, com o objetivo de identificar quais podem ser suas causas. A espera é um fenômeno comum associado à provisão de bens e serviços que tem consequências negativas tanto para as empresas quanto para os consumidores. De maneira geral, pensa-se que as empresas são as culpadas pela espera. Para isso, utiliza-se metodologia qualitativa; os dados foram coletados por meio de 19 entrevistas em profundidade e 7 diários pessoais. Os resultados do estudo demonstram que as empresas não são as únicas culpadas pela espera, mas também que, em muitas ocasiões, são os próprios consumidores seus causadores, porque, por exemplo, não estão preparados para receber o serviço ou chegam todos ao mesmo tempo. Além disso, constata-se que, quando a espera é culpa da empresa, esta pode ter ocorrido, por um lado, a uma má gestão (por falta de pessoal ou por redução do tempo de espera não ser a prioridade para a organização) ou, por outro, aos trabalhadores da empresa (por não estarem preparados ou por não estarem pelo trabalho). Esses resultados têm consequências práticas para as empresas, já que implicam uma complicação a mais na gestão da espera. As empresas não somente têm que se esforçar para administrar e reduzir a espera, mas também têm que se preocupar para que esta não seja por causas que fogem de seu controle, como comportamentos ou atitudes de seus trabalhadores ou de seus clientes.

**PALAVRAS-CHAVE:** causas da espera; gestão da espera; metodologia qualitativa tempo de espera.

## À QUI LA FAUTE? UNE ÉTUDE EXPLORATOIRE DES CAUSES DE L'ATTENTE DANS LES SERVICES

**RÉSUMÉ:** Le but de cette étude est d'offrir un regard novateur sur le problème persistant de l'attente, en examinant les perceptions des consommateurs, afin d'identifier ses causes. L'attente est un phénomène commun associé à l'approvisionnement de biens et de services, qui a des conséquences négatives pour les entreprises comme pour les consommateurs. En général, on a pensé que les entreprises étaient responsables de l'attente. Pour ce faire, on a utilisé une méthodologie qualitative dont les données furent collectées à l'aide de 19 entretiens approfondis et de sept journaux personnels. Les résultats de l'étude ont montré que les entreprises ne sont pas les seules coupables de l'attente, mais souvent les consommateurs eux-mêmes, parce que, par exemple, ils ne sont pas prêts à recevoir le service, ou bien ils arrivent tous à la fois. En outre, il a été constaté que lorsque l'attente est la faute de l'entreprise, cela peut se dévoir, d'une part, à une mauvaise gestion (parce qu'il y a un manque de personnel ou parce que la réduction du temps d'attente n'est pas la priorité pour l'organisation) ou, d'autre part, aux travailleurs de l'entreprise (parce que, par exemple, ils ne sont pas bien préparés ou ne sont pas au travail). Ces résultats ont une série d'implications pratiques pour les entreprises, car ils impliquent une complication supplémentaire dans la gestion de l'attente. Les entreprises doivent non seulement s'efforcer de gérer et de réduire l'attente, mais aussi s'inquiéter pour qu'elle ne se doive à des causes qui échappent à son contrôle, telles que les comportements ou les attitudes de ses employés ou de ses clients.

**Mots-clé:** temps d'attente, gestion de l'attente, causes de l'attente, méthodologie qualitative.

**CITACIÓN:** Pàmies, M., Ryan, G., & Valverde, M. (2018). ¿De quién es la culpa? Un estudio exploratorio de las causas de la espera en los servicios. *Innovar*, 28(67), 11-23. doi: 10.15446/innovar.v28n67.68610.

**ENLACE DOI:** <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68610>

**CLASIFICACIÓN JEL:** M30, M31, M39.

**RECIBIDO:** octubre 2015. **APROBADO:** agosto 2016.

**DIRECCIÓN DE CORRESPONDENCIA:** Maria del Mar Pàmies Pallisé. Universitat Rovira i Virgili, Facultat d'Economia i Empresa, Avda. Universitat, 1. (43204). Reus, España.

# ¿De quién es la culpa? Un estudio exploratorio de las causas de la espera en los servicios

## Maria del Mar Pàmies

Ph. D. en Economía y Empresa

Profesora lectora de la Universitat Rovira i Virgili

Reus, España

Grupo de investigación "Factor Humano, Organización y Mercados"

[mar.pamies@urv.cat](mailto:mar.pamies@urv.cat)

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2648-7673>

## Gerard Ryan

Ph. D. en Sociedad de la Información

Profesor titular de la Universitat Rovira i Virgili

Reus, España

Grupo de investigación "Factor Humano, Organización y Mercados"

[gerard.ryan@urv.cat](mailto:gerard.ryan@urv.cat)

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5008-9862>

## Mireia Valverde

Ph. D. en Economía y Empresa

Catedrática de la Universitat Rovira i Virgili

Reus, España

Grupo de investigación "Factor Humano, Organización y Mercados"

[mireia.valverde@urv.cat](mailto:mireia.valverde@urv.cat)

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0174-3207>

**RESUMEN:** El propósito de este estudio es ofrecer una mirada innovadora al problema persistente de la espera, examinando las percepciones de los consumidores, con el fin de identificar cuáles pueden ser sus causas. La espera es un fenómeno común asociado a la provisión de bienes y servicios, que tiene unas consecuencias negativas tanto para las empresas como para los consumidores. De manera general, se ha pensado que las empresas son las culpables de la espera. Para ello, se utiliza una metodología cualitativa y los datos se han recogido a través de 19 entrevistas en profundidad y 7 diarios personales. Los resultados del estudio han demostrado que las empresas no son las únicas culpables de la espera, sino que en muchas ocasiones son los propios consumidores sus causantes, porque, por ejemplo, no están preparados para recibir el servicio o llegan todos al mismo momento. Además, se ha encontrado que cuando la espera es culpa de la empresa, esta puede deberse, por una parte, a una mala gestión (porque hay una falta de personal o porque la reducción del tiempo de espera no es la prioridad para la organización) o, por otra, a los trabajadores de la empresa (porque, por ejemplo, no están bien preparados o no están por el trabajo). Estos resultados tienen una serie de implicaciones prácticas para las empresas, ya que implican una complicación más en la gestión de la espera. Las empresas no solo tienen que esforzarse para gestionar y reducir la espera, sino que también tienen que preocuparse para que esta no se deba a causas que escapan de su control, como comportamientos o actitudes de sus trabajadores o de sus clientes.

**PALABRAS CLAVE:** tiempo de espera; gestión de la espera; causas de la espera; metodología cualitativa.

## Introducción

A pesar de los esfuerzos que hacen las empresas para crear una imagen favorable, en muchas ocasiones, la primera impresión que se llevan los

consumidores es una cola en la que tienen que esperar para recibir el servicio (McDonnell, 2007), cola que les genera una serie de sentimientos negativos como ansiedad, frustración, enfado o nerviosismo (Nie, 2000).

La espera es un fenómeno común asociado a la provisión de bienes y servicios que forma parte de la vida cotidiana de todos los consumidores (Fraser, Zahari y Othman, 2008). Diariamente, los consumidores se encuentran en situaciones en las que tienen que esperar para recibir bienes o servicios (Koo y Fishbach, 2010), por ejemplo, en la parada del autobús, en el banco, en la sala de espera del médico, en el supermercado, en el aeropuerto, en Internet y al teléfono, entre muchas otras (Friman, 2010; Watkins, Ferris, Borning, Rutherford y Layton, 2011; Robinson y Chen, 2011; Lee, Chen e Ilie, 2012; Demoulin y Djellassi, 2013; Hong, Hess y Hardin, 2013; Ryan, Pàmies y Valverde, 2016). Por tanto, los consumidores destinan una parte importante de su tiempo a esperar (Kostecki, 1996).

Pero ¿qué se entiende exactamente por *espera*? Según Taylor (1994) la espera "hace referencia al momento desde el que el cliente está preparado para recibir el servicio hasta el momento en el que el servicio empieza" (p. 56), por ejemplo, desde que el consumidor entra a un banco hasta que es atendido o desde que llega a la cola del supermercado hasta que le cobran.

En un contexto en el que el tiempo es un bien cada vez máspreciado (Hill y Joonas, 2006), los consumidores perciben la espera como una pérdida de tiempo (Sheu, McHaney y Babbar, 2003) y como un sacrificio para conseguir el servicio (Bielen y Demoulin, 2007), por lo que la gran mayoría afirma que no le gusta esperar.

En este sentido, podemos afirmar que la espera es un problema para los consumidores, pero también tiene consecuencias negativas para las empresas. Por un lado, para los consumidores la espera tiene un coste psicológico (Hui, Thakor y Gill, 1998; Nie, 2000; Groth y Gilliland, 2006; Voorhess, Baker, Bourdeau, Brocato y Cronin, 2009) y un coste económico (Osuna, 1985), ya que pierden parte de un activo muy valioso para ellos. Por otro lado, la espera también es negativa para las empresas (East, 1997), porque puede llevarles a perder clientes (Bielen y Demoulin, 2007) y porque, en el caso de que estos decidan esperar, afecta su satisfacción (Evangelist, Johnson y Kizer, 2002; Fraser *et al.*, 2008; McGuire, Kimes, Lynn, Pullman y Lloyd, 2010; Van Riel, Semeijn, Ribbink y Bomert-Peters, 2012; Fullerton y Taylor, 2015) y a su posterior evaluación del servicio (Taylor, 1994, 1995; Houston, Bettencourt y Wenger, 1998; Unzicker, 1999). Por tanto, en este contexto es necesario que las empresas sean conscientes de la importancia de destinar una parte de sus esfuerzos a gestionar la espera.

A pesar de los 30 años que se lleva estudiando la espera, esta sigue siendo un problema latente, y los consumidores continúan esperando diariamente. Por tanto, es un problema que sigue sin solucionarse, lo que puede deberse al hecho de que las investigaciones se han centrado, principalmente, en intentar solucionar el problema de la espera, pero no en examinar sus causas o responsables. Por este motivo, el objetivo de este estudio es examinar las percepciones de los consumidores en cuanto a las causas de la espera, con el fin de identificar quiénes pueden ser los culpables y concienciar a las empresas de la importancia de gestionar y ocuparse del problema de la espera desde su raíz.

## Revisión de la literatura

Desde los primeros estudios de la espera, publicados por Hornik (1984) y Maister (1985), los autores se han centrado, principalmente, en examinar la eficacia de las estrategias tanto de gestión de la espera como de reducción del tiempo de espera real y percibido. En este sentido, se ha encontrado que las empresas pueden gestionar y organizar la espera, con el objetivo de reducirla, disponiendo a los consumidores en colas (Rafaeli, Barron y Haber, 2002; Bekker, Koole, Nielsen y Nielsen, 2011), implementando sistemas como *tickets* con número (Moran, 2007) o sistemas de autoservicio (Kokkinou y Cranage, 2013).

Asimismo, dado que la espera es el resultado de un desajuste entre la oferta y la demanda, las empresas también pueden adoptar estrategias para adecuar la capacidad a la demanda (por ejemplo, aumentando el número de trabajadores) o para regular la demanda (por ejemplo, motivando a los consumidores a comprar en períodos de menos afluencia) (Bielen y Demoulin, 2007). No obstante, hay situaciones en las que las empresas no pueden reducir el tiempo de espera real, porque, por ejemplo, existen limitaciones de capacidad, con lo que estas se centran en reducir el tiempo de espera percibido por los consumidores.

Muchos estudios se han centrado en examinar cómo las empresas pueden hacer que los consumidores sientan que la espera ha sido más corta (Kellaris y Mantel, 1994; Antonides, Verhoef y Van Aalst, 2002; Dabholkar y Sheng, 2008). En línea con el principio de que "el tiempo ocupado parece más corto que el tiempo desocupado" (Maister, 1985, p. 3), las empresas intentan reducir el tiempo de espera percibido llenando la espera con elementos como música (Baker y Cameron, 1995; Cameron, Baker, Peterson y Braunsberger, 2003; Chebat, Salem, Poirier y Gélinas-Chebat, 2010) o videos (Larson, 1987), con el objetivo de distraer la atención de los consumidores sobre el paso del



tiempo (Antonides *et al.*, 2002). Asimismo, las empresas también pueden manipular algunos elementos del diseño (Chien y Lin, 2015) y ambientales, como la luz (Delay y Richardson, 1981; Baker y Cameron, 1996) o la temperatura (Bell y Baron, 1977; Baker y Cameron, 1996), con el objetivo de crear un entorno confortable para los consumidores y, en consecuencia, reducir el tiempo de espera percibido (Maister, 1985).

Por tanto, la mayoría de los estudios se han centrado en buscar soluciones al problema de la espera, pero se han olvidado de abordar el problema desde la raíz: ¿de quién es la culpa? ¿Quién causa la espera? ¿Cuáles son las causas de la espera?

Cuando un consumidor experimenta una espera intenta descubrir el motivo de esta (Folkes, Koleksy y Graham, 1987; Chebat, Filiatrault, Gélinas-Chebat y Vaninsky, 1995) y atribuirla a alguien (Taylor, 1994). En este sentido, hay que tener en cuenta que la satisfacción de los consumidores se ve influenciada no solo por la duración de la espera, sino también por sus razones o motivos (Tom y Lucey, 1995). Los consumidores examinan si la causa de la espera es interna o externa, si esta es controlable o no por la empresa y si es puntual o es estable a lo largo del tiempo (Taylor, 1994). De acuerdo con Chebat *et al.* (1995), "los consumidores pueden ser tolerantes si los incidentes no están bajo

el control o la responsabilidad de los trabajadores o si los incidentes no son recurrentes" (p. 195).

Maister (1985) propuso que "las esperas no explicadas parecen más largas que las explicadas" (p. 5). Es decir, si cuando los consumidores están esperando, la empresa les explica los motivos de la espera, estos la perciben como más corta que cuando no tienen ninguna información. Además, hay que destacar que no hay acuerdo en cuanto a la influencia que estas explicaciones tienen sobre la atribución de la causa de la espera por parte de los consumidores. Por un lado, se ha encontrado que el hecho de no recibir información sobre la causa de la espera hace que los consumidores la atribuyan como controlable por parte de la empresa (Hui, Tse y Zhou, 2006). Pero, por otro lado, si la empresa les proporciona una explicación del motivo de la espera, los consumidores perciben que esta es controlable por parte de la empresa y, por tanto, se la atribuyen (Groth y Gilliland, 2006). No obstante, dar información sobre el motivo de la espera, aunque esta no exculpe a la empresa, siempre es mejor que no dar ningún tipo de información (Groth y Gilliland, 2006).

Una de las reacciones o respuestas que pueden tener las empresas ante una situación de espera es la de pedir disculpas a los clientes. Sin embargo, cabe destacar que los resultados en cuanto al efecto de las disculpas no son

consistentes. Por un lado, algunos estudios concluyen que las disculpas no tienen efecto sobre la percepción del tiempo de espera (Munichor y Rafaeli, 2007), ni reducen las reacciones negativas de los consumidores respecto a la espera si estos no perciben un esfuerzo por parte de la empresa (Sarel y Marmorstein, 1999). En cambio, otros autores (Yan y Lotz, 2006) proponen que los consumidores que reciben una disculpa y una compensación de la empresa por la espera tienen unos sentimientos más positivos sobre ella y una mayor satisfacción.

Por tanto, aunque, de manera general, se ha pensado que las empresas son las culpables de la espera, ya sea por un proceso lento de entrega del servicio o por unos empleados poco entrenados (Fraser *et al.*, 2008), no siempre es así. La empresa no siempre es la única culpable de la espera. A pesar de que se ha llevado a cabo un gran número de estudios centrados en la atribución y en los motivos de la espera (Folkes *et al.*, 1987; Taylor, 1994; Groth y Gilliland, 2006), ninguno de ellos ha examinado a quién atribuyen los consumidores la responsabilidad de la espera. Por este motivo, el objetivo de este artículo es examinar las causas de la espera desde el punto de vista de los consumidores y, por tanto, la pregunta de investigación que se plantea es: ¿cuáles son las causas de la espera desde el punto de vista de los consumidores?

## Metodología

Dada la falta de evidencias empíricas sobre las percepciones de los consumidores en cuanto a las causas de la espera, el presente estudio ha adoptado un enfoque exploratorio y, por tanto, inductivo (Layder, 1993). El enfoque inductivo y la naturaleza exploratoria del estudio sugieren que la metodología más adecuada es la cualitativa.

La recolección y el análisis de los datos se han llevado a cabo de acuerdo con los principios de la teoría fundamentada (Glaser y Strauss, 1967). Esta metodología es apropiada cuando el objetivo de la investigación es el de estudiar un fenómeno determinado desde una nueva perspectiva (Goulding, 1998), con poca investigación empírica previa. En este caso, el objetivo es examinar las causas y los culpables de la espera desde el punto de vista de los consumidores.

## Muestra

La muestra está formada por 19 consumidores, tanto hombres como mujeres, de entre 24 y 48 años de edad. A pesar de que el estudio se ha llevado a cabo en España, este se ha basado en una muestra internacional formada por consumidores de 19 países diferentes, que llevan viviendo en España entre 6 meses y 2 años. La muestra incluye

participantes de América Latina, Asia, Europa, África y Norteamérica. La decisión de basar el estudio en una muestra internacional se ha tomado porque, de acuerdo con el concepto de aculturación, las personas de diferentes países son más conscientes de las diferencias entre su propia cultura y la cultura de acogida (Oberg, 1960). Al principio se da un choque cultural que lleva a los individuos a ser más sensibles y estar más atentos a las diferencias culturales respecto a su cultura de origen (Bhaskar-Srinivas, Harrisson, Shaffer y Luk, 2005). De acuerdo con Ehn y Lögfren (2010), en el día a día existen fenómenos que se pasan por alto, porque se consideran insignificantes, ordinarios o invisibles. La espera podría considerarse como uno de estos fenómenos que forman parte del día a día de los consumidores, que acaba casi convirtiéndose en algo rutinario.

En este sentido, los consumidores de otras culturas están más atentos a las características y peculiaridades de la experiencia de espera en una cultura diferente a su cultura de origen, lo que facilita un enfoque exploratorio en profundidad de las percepciones de los consumidores en cuanto a los culpables de la espera. Cabe tener en cuenta que el objetivo del estudio no es examinar la espera en España, sino profundizar en la percepción de las causas de la espera con base en las experiencias vividas por consumidores de diferentes culturas.

## Recolección de datos

La recolección de los datos se ha llevado a cabo entre el 2011 y el 2012, en dos fases, a través de dos métodos cualitativos: entrevistas semiestructuradas y diarios personales.

En la primera fase, se han llevado a cabo 19 entrevistas semiestructuradas en las que se ha empezado preguntando sobre temas generales, relacionados con el hecho de vivir en un país nuevo (en el que los entrevistados llevan viviendo entre 6 meses y 2 años), y sobre las diferencias de vivir en España respecto a su país de origen. Si ha salido algún tema relacionado con el tiempo o la espera, el entrevistador ha dirigido la entrevista hacia esa dirección. Si no, el entrevistador ha guiado al entrevistado hacia el tema de interés del estudio, la espera (anexo I).

En la segunda fase, se han recogido los datos a través de diarios personales con siete de los participantes de la primera fase, que han estado de acuerdo en participar en esta segunda fase. Se propuso a todos los entrevistados la opción de participar en esta segunda fase, pero teniendo en cuenta la dedicación que ello implica (Alaszweski, 2006) solo siete de ellos aceptaron. Los participantes, basándose en unas instrucciones facilitadas por los investigadores, han ido recogiendo información sobre todas las situaciones de espera que han ido experimentado durante seis

semanas. Para cada situación de espera experimentada se ha pedido a los participantes que anotaran el día, el lugar y la duración de la experiencia de espera, así como el motivo del retraso, cómo estaba organizada la espera, qué hicieron y cómo se sintieron durante ella (anexo II). Cabe destacar que la principal ventaja de los diarios personales es que, al anotar sus experiencias de espera al poco rato de que estas ocurran, se reducen al máximo los errores de memoria de los diaristas (DeLongis, Hemphill y Lehman, 1992). En definitiva, se han registrado 41 situaciones de espera que han generado un total de 74 páginas de descripciones cualitativas. A pesar de que no es un elevado número de situaciones de espera, se ha pedido a los participantes que facilitaran descripciones en profundidad de un número más pequeño de situaciones de espera, en lugar de describir brevemente un gran número de situaciones de espera similares entre sí.

### Análisis de los datos

Todas las entrevistas han sido grabadas. Los datos cualitativos recogidos, tanto de las entrevistas como de los diarios personales, han sido transcritos y luego analizados por dos investigadores diferentes, con el objetivo de conseguir diferentes perspectivas sobre estos (Morse, 1994). En este sentido, el investigador 1 y el investigador 2 han empezado a codificar los datos de manera separada para después reunirse y comparar los códigos creados. Los codificadores han identificado que la mayoría de sus códigos coincidían. Para ocuparse de los códigos diferentes, han vuelto a los datos y han encontrado que, aunque los temas a los que se referían esos códigos eran los mismos, los codificadores los habían agregado de forma diferente, cosa que es común en el análisis cualitativo (Armstrong, Gosling, Weinman y Marteau, 1997). Por tanto, antes de continuar, ambos investigadores se han puesto de acuerdo en un esquema de codificación común.

El análisis de los datos se ha llevado a cabo con la ayuda del programa informático NVivo. En primer lugar, y siguiendo los principios de la teoría fundamentada, se han analizado los datos línea por línea en la fase de codificación abierta (Strauss, 1987), con el objetivo de identificar los principales conceptos y categorías que emergen de los datos. En esta fase se ha creado un gran número de códigos abiertos no relacionados entre sí. En la segunda fase de codificación axial, se han refinado las categorías, unificando los códigos abiertos de la fase anterior en categorías, y se han explorado las relaciones entre estas categorías (Gibbs, 2002). Finalmente, en la última fase de codificación selectiva, se ha definido la categoría "central" que representa el fenómeno central del estudio (Corbin y Strauss, 1990), que en el presente

estudio se refiere a la percepción de los consumidores sobre los culpables de las situaciones de espera. A lo largo del proceso de codificación, todas las categorías se han comparado constantemente con los datos (Glaser, 2001). Un tercer investigador ha participado en el análisis, asumiendo el papel de "revisor" para asegurar el rigor (Lincoln y Guba, 1985). Conocido como "triangulación de investigadores" (Knafl y Breitmayer, 1989), el tercer investigador, que no ha participado en la recogida de datos ni en las etapas previas del proceso, puede ayudar a identificar sesgos por parte de los investigadores que han estado estrechamente vinculados con el proyecto.

Finalmente, después de analizar los datos, se ha invitado a ocho de los participantes a asistir a una presentación de las principales conclusiones, después de la que se ha llevado a cabo una discusión de grupo con el objetivo de recabar sus opiniones acerca de las interpretaciones inferidas de los datos. Este es un procedimiento adicional para asegurar el rigor (Guba y Lincoln, 1989).

### Resultados

De manera general, las investigaciones previas han considerado las empresas como las principales culpables de la espera (Fraser *et al.*, 2008), y han centrado sus esfuerzos en encontrar formas y definir estrategias para que estas puedan gestionarla y reducir tanto el tiempo de espera real como el percibido (Rafaeli *et al.*, 2002; Bielen y Demoulin, 2007; Moran, 2007). No obstante, el análisis de los datos ha mostrado que los consumidores perciben que las empresas no son las únicas culpables de la espera, sino que en muchas ocasiones son ellos mismos los causantes. Asimismo, se ha encontrado que cuando la espera es culpa de la empresa, la causa se debe a una mala gestión de su parte o a los propios trabajadores de la empresa.

A continuación, se presentan los resultados del estudio, identificando los diferentes motivos de la espera percibidos por los participantes en función de si se deben a una mala gestión por parte de la empresa, a los trabajadores o a los propios consumidores. Con el fin de ilustrar los resultados obtenidos, se presenta una selección de citas de los participantes, tanto de las entrevistas como de los diarios personales, que se han escogido porque son las que mejor ejemplifican cada uno de los puntos analizados.

#### La espera se debe a una mala gestión por parte de la empresa

El análisis de los datos ha revelado que, en numerosas ocasiones, los entrevistados atribuyen la espera a una mala

gestión por parte de la empresa, tal y como se detalla a continuación. Estos resultados coinciden con la creencia general de que la principal culpable de la espera es la empresa, por ejemplo, por un proceso lento de entrega del servicio (Fraser *et al.*, 2008).

### *Falta de personal*

En muchas ocasiones, la espera se debe a una falta de personal que hace que no haya empleados suficientes para atender toda la demanda. Esto, por tanto, implica que la causa de la espera sea desajuste entre la oferta y la demanda.

Además de funcionar una sola caja, no había ninguna otra persona en las mesas que hay en el banco. Es decir, solo había un hombre para atender a 8 personas (sujeto 1).

Aun siendo "hora punta" solo había dos cajas abiertas (sujeto 10).

### *Problemas técnicos*

Algunos de los problemas técnicos identificados como causantes de la espera son ordenadores que no funcionan, etiqueta del precio incorrecta, etc.

...uno de los cajeros anunció que los ordenadores se habían colgado, que se tenían que reiniciar y que el servicio se reanudaría en quince minutos (sujeto 12).

Tuvimos que esperar un buen rato porque el precio del código de barras no coincidía con el precio marcado en la estantería del producto (sujeto 16).

### *La puntualidad no es una prioridad*

Hay algunas situaciones en las que las empresas no se preocupan por la espera, ya sea porque piensan que no es un asunto prioritario, porque reducirla les genera costes, porque el hecho de tener más clientes les supone más ingresos, o porque, por ejemplo, en el caso de un servicio obligatorio, saben que los clientes se quedarán aunque tengan que esperar.

Intentan hacerlo lo mejor posible, pero no creo que la espera sea uno de los objetivos principales de la empresa (sujeto 8).

Parece que les da igual que estemos esperando, sólo piensan en ganar dinero (sujeto 7).

### *Concertación de citas poco realista*

El hecho de no calcular de forma realista el intervalo de tiempo necesario para atender a cada cliente hace que la

acumulación de pequeños retrasos se convierta en una espera importante al final de día.

Concieren las citas calculando un tiempo para cada cliente. Pero no siempre se tarda exactamente lo mismo con cada cliente lo que lleva a que si dedican más tiempo a uno a los demás nos atiendan más tarde de lo previsto (sujeto 3).

En el médico dan citas cada 8 minutos, pero en realidad tardan más rato en atender a cada paciente, con lo cual la espera va creciendo y creciendo durante la mañana (sujeto 13).

### *Falta de organización*

Los entrevistados coinciden en que uno de los motivos es la falta de organización por parte de la empresa a la hora de entregar el servicio.

A lo mejor si las cajeras se coordinaran mejor... A veces ves trabajadores en el supermercado que están ociosos mientras hay largas colas para pagar y cajas sin nadie atendiendo (sujeto 4).

Parecía que nadie sabía qué tenía que hacer, lo cual hacía que la entrega de los productos fuera caótica y el tiempo de espera fuera largo (sujeto 2).

### *Excesiva centralización del proceso*

La excesiva centralización del servicio alarga el tiempo necesario para entregarlo, lo que provoca esperas a los consumidores.

Por otra parte, entiendo que la llave tardara 2 meses, porque si tienen que venir de Madrid... Claro, si en Madrid se tiene que tramitar lo de toda España, pues evidentemente toca esperar (sujeto 13).

Me dijeron que los pedidos solo se tramitaban desde la sede central y que tardarían un tiempo en mandarme el producto (sujeto 9).

### *No diferenciación de servicios*

El hecho de que las empresas atiendan conjuntamente a clientes que precisan de servicios diferentes hace que el tiempo de espera sea más largo para todos los consumidores.

Estaba en la cola esperando simplemente para recoger un billete, mientras el empleado ha estado atendiendo a varias personas que tenían problemas y dudas a las que ha dedicado 5 minutos. ¡Y yo solo quería recoger el billete e irme! (sujeto 11).

La persona de delante de mí se tiró 15 minutos comprando todo tipo de embutido y pidiendo que se lo envasaran al vacío. Yo solo quería un poco de jamón. ¡Me podrían haber atendido antes! (sujeto 15).

## Los trabajadores causan la espera

El análisis de los datos ha permitido identificar una serie de situaciones en las que los entrevistados están de acuerdo en que los culpables de la espera pueden ser los trabajadores. Esto implica que, por mucho que la empresa se esfuerce para reducir la espera, esta se sigue presentando por culpa de los empleados. Por tanto, de acuerdo con Fraser *et al.* (2008), la empresa también puede ser la culpable de la espera a causa de, por ejemplo, unos empleados poco entrenados.

### *No están por el trabajo*

Una de las causas de la espera se debe a que los trabajadores no están por el trabajo, ya sea porque hablan entre ellos o con aquellos clientes a los que conocen, están haciendo otra actividad o hablan por teléfono de asuntos no relacionados con el trabajo, mientras los clientes están esperando para ser atendidos.

Era el primero de la fila, con los productos ya depositados para que me cobraran, y la cajera en lugar de atenderme se puso a contar monedas durante 2 o 3 minutos, durante los cuales la cola se hizo cada vez más larga (sujeto 1).

Mientras estaba esperando en la cola, la chica que estaba atendiendo se puso a hablar por su móvil personal, riéndose, durante bastante rato (sujeto 8).

### *Están poco preparados*

Hay ocasiones en las que la espera se debe a la poca preparación o la poca experiencia de los trabajadores, que hace que la entrega del servicio sea más larga de lo normal.

Hay demasiados factores que se te escapan. Si la persona que te está atendiendo está habituada o no. Miras la otra cola y ves que va muy rápido, porque la persona está habituada, pero tu cola va más lenta, porque la persona no tiene claro cómo funciona (sujeto 2).

Se notaba que era su primer día, porque para cambiar la talla de una pieza de ropa estuvimos 15 minutos, con lo que cuando terminamos la cola era larguísima (sujeto 14).

### *Están poco incentivados*

La espera también puede estar provocada por la falta de incentivos de los trabajadores, ya que si, por ejemplo, recibieran más propinas, ofrecerían un mejor servicio, lo que se traduciría en una espera menor.

Claro, la mayoría de los camareros se ponen las pilas porque saben que si dan un servicio bueno y rápido se llevarán una buena propina (sujeto 9).

Se notaba que los trabajadores estaban desmotivados y les daba igual que hubiera cola (sujeto 18).

## *Dejan pasar a determinados clientes*

Hay situaciones en las que el motivo de la espera es que los trabajadores dejan pasar a determinados clientes por delante de los otros, porque los conocen o porque saben que tienen prisa.

... a la chica que trabaja en la tienda de al lado, que viene a menudo a buscar cambio y que tiene que hacerlo rápido porque tiene la tienda abierta, la pasan por delante de todos los demás clientes (sujeto 8).

Mientras estaba esperando en la cola para comprar el pan, vino una clienta habitual y le dieron su barra de pan y le cobraron haciéndola pasar por delante de todos nosotros (sujeto 6).

## Los consumidores causan la espera

El análisis de los datos sugiere que los consumidores creen que ellos también pueden ser los culpables de la espera, en contra de la idea general de que la espera siempre es culpa de la empresa. En el esfuerzo por averiguar el motivo de la espera (Folkes *et al.*, 1987; Chebat *et al.*, 1995) y atribuirla a alguien (Taylor, 1994), los consumidores descubren que en muchas ocasiones son ellos mismos los causantes de esta.

### *No están preparados*

Hay situaciones en las que el motivo de la espera es que los clientes no están preparados para recibir el servicio, ya sea porque no tienen suficiente dinero, no encuentran la tarjeta, no preparan el dinero antes o se han olvidado de comprar un producto.

Por ejemplo, cuando estás en el supermercado y tienes que estar esperando un rato más, porque la persona de delante no encuentra la tarjeta de fidelidad por ningún lado (sujeto 8).

La gente mayor, pobres, tienen muchos problemas para pagar con las monedas pequeñas con lo que los demás tenemos que esperar que terminen de pagar (sujeto 17).

### *Tienen dudas*

Las dudas de los consumidores pueden ser las causantes de la espera. Estas dudas pueden hacer referencia a que no saben qué quieren o a que no tienen claro el funcionamiento del servicio.

Si todo el mundo supiera cómo funcionan las cajas de autopago sería mucho más rápido. Pero claro, si no

apoyas los productos no te deja continuar. Entonces acabas esperando más rato que si hubieras ido a una caja normal (sujeto 5).

La gente muchas veces duda sobre lo que quiere y esto hace que los que estamos detrás tengamos que esperar más rato (sujeto 4).

### *La provisión del servicio es más larga*

En determinadas ocasiones, la provisión del servicio para algunos consumidores es más larga, ya sea porque estos hablan con los trabajadores y los distraen, o porque precisan un servicio cuya provisión requiere más tiempo.

...tuvimos que esperar un buen rato para que nos tocará el turno, queríamos todos lo mismo, el pescado o el marisco limpio, y eso lleva tiempo a las empleadas que no daban abasto (sujeto 7).

El chico de delante mío estaba explicándole su vida al dependiente, quien no paraba de repetirle que sin los papeles no podía hacerle el cambio de nombre que solicitaba (sujeto 19).

### *Momento en que llegan al servicio*

El momento en el que los consumidores llegan al servicio puede provocar esperas, ya sea porque estos llegan más tarde de la cita que tenían concertada, porque acuden al servicio todos a la misma hora o porque empiezan a hacer cola cada vez más pronto para asegurarse de que recibirán el servicio.

A lo mejor el primer paciente ha llegado tarde a su cita. Entonces, como hay una lista, pues todo va tarde (sujeto 18).

El día que empiezan las rebajas, todos queremos ser los primeros en entrar a las tiendas y muchas veces se forman colas en las puertas desde primera hora de la mañana (sujeto 10).

## **Conclusiones e implicaciones**

Los consumidores pasan sus días realizando muchas actividades (por ejemplo, cogiendo autobuses, utilizando el teléfono o esperando) de las que casi no saben nada (Moran, 2007). El presente estudio se ha centrado en la actividad rutinaria de esperar pidiendo a los consumidores que reflexionen sobre esta actividad que forma parte de su día a día (Koo y Fishback, 2010), con el objetivo de examinar sus percepciones sobre las causas de la espera. El hecho de basar el estudio en una muestra internacional ha permitido aprovechar la mayor conciencia de los participantes en cuanto a las características y

peculiaridades de una actividad tan rutinaria como es la espera (Oberg, 1960).

La principal contribución de este estudio es el hallazgo de que, en contra de lo que se ha pensado hasta ahora (Fraser *et al.*, 2008), la empresa no es la única culpable de la espera. Las consecuencias negativas que la espera tiene sobre los consumidores tanto a nivel psicológico (Nie, 2000; Voorhees *et al.*, 2009) como a nivel económico (Osuna, 1985) les lleva a intentar averiguar cuál es el motivo de esta (Folkes *et al.*, 1987; Chebat *et al.*, 1995; Pàmies, Ryan y Valverde, 2016) y atribuirla a alguien (Taylor, 1994). De acuerdo con los resultados obtenidos en este estudio, en esta búsqueda de información sobre las causas de la espera, los consumidores se dan cuenta que la espera no siempre es culpa de la empresa.

En este sentido, los resultados del estudio han permitido identificar que la espera también puede ser culpa de los propios consumidores. Asimismo, cuando la empresa es la culpable de la espera, la causa no tiene por qué estar siempre relacionada con una mala gestión, sino que puede deberse también a las acciones llevadas a cabo por los empleados. Por lo tanto, las empresas deben ser conscientes de que tanto los consumidores (Pàmies *et al.*, 2016) como los trabajadores de la empresa (Fraser *et al.* 2008) juegan un papel importante como causantes de la espera y que, por tanto, en ocasiones, la espera se puede dar por causas que escapan de su control.

## **Implicaciones prácticas**

Desde un punto de vista práctico, los resultados de este estudio implican una complicación más en la gestión de la espera por parte de las empresas, ya que, mientras que hasta ahora las estrategias para gestionar la espera estaban centradas, generalmente, en mejorar los procedimientos y estrategias de las empresas (Maister, 1985; Rafaeli *et al.*, 2002; Bekker *et al.*, 2011), los resultados del presente estudio sugieren que estas tendrían que tener en cuenta también a los consumidores. Esto dificulta la gestión de la espera, porque por muchos esfuerzos que destinen las empresas a reducir la espera esta puede continuar dándose por culpa de los consumidores. En este sentido, las empresas deberían implementar una serie de estrategias para evitar que los consumidores causen la espera, por ejemplo, centrando sus esfuerzos en ayudar a los consumidores a prepararse para recibir el servicio de forma rápida y eficiente, u organizándolos en diferentes grupos en función de la tipología de servicio que precisan, entre otras.

Asimismo, las empresas, además de preocuparse por gestionar la espera diseñando estrategias desde la dirección, tienen que estar pendientes de que estas sean aplicadas

en todos los niveles de la organización, de tal forma que los trabajadores sean conscientes de los esfuerzos que realiza la empresa para reducir la espera y también trabajen para conseguirlo. En este sentido las empresas deben concienciar a sus trabajadores de la importancia que la espera tiene para la empresa, por ejemplo, a través de cursos de formación sobre técnicas para atender correcta y rápidamente a los clientes o premiando a aquellos que sean más eficientes sin descuidar la calidad del servicio.

Con todo esto en mente, las empresas deben ser conscientes de la importancia de identificar las causas de la espera, para así poder proporcionar información veraz y realista a los consumidores y evitar que estos les atribuyan injustamente la espera (Groth y Gilliland, 2006). En este sentido, es importante que las empresas controlen todas las fases de provisión del servicio, con el fin de garantizar un tiempo de espera real a los consumidores (Lin y Chan, 2011). De esta forma, el hecho de explicar a los clientes que los motivos de la espera escapan del control de la empresa, como cuando se debe a los consumidores, puede llevarles a ser más tolerantes (Chebat *et al.*, 1995).

Por lo tanto, teniendo en cuenta las consecuencias negativas que tiene la espera para las empresas –pérdida de clientes, insatisfacción, mala evaluación del servicio, etc. (Taylor, 1994; Unzicker, 1999; Lee y Lambert, 2000; Evangelist *et al.*, 2002; Bielen y Demoulin, 2007; Fraser *et al.*, 2008)–, es importante que estas analicen e intenten solucionar el problema desde la raíz, con el objetivo de evitar que se produzcan situaciones de espera por causas externas a su gestión. Para hacerlo, las empresas deberían no solo controlar el tiempo real de espera, sino también identificar las causas de esta, por ejemplo, a través de cuestionarios a los clientes o a los trabajadores, ya que estos son los que sufren las esperas.

### Implicaciones teóricas

Los estudios previos se han centrado, principalmente, en examinar las estrategias que las empresas pueden llevar a cabo para gestionar y solucionar la espera (Maister, 1985; Antonides *et al.*, 2002; Rafaeli *et al.*, 2002). Asimismo, algunos autores se han centrado en examinar la importancia de las causas de la espera para los consumidores (Folkes *et al.*, 1987; Taylor, 1994; Chebat *et al.*, 1995; Tom y Lucey, 1995). No obstante, las investigaciones previas no han examinado las causas de la espera. En este sentido, la contribución teórica de este estudio ha sido la identificación de los culpables y las causas de la espera desde el punto de vista de los consumidores, abordando el problema de la espera desde la raíz.

### Limitaciones del estudio y futuras líneas de investigación

El estudio se ha basado en una muestra internacional y se ha llevado a cabo en España, con lo que muchas de las idiosincrasias identificadas son sobre la espera en este país. No obstante, como ya se ha indicado, el objetivo del estudio no era examinar la espera en España, sino el de profundizar en la percepción de las causas de la espera con base en las experiencias vividas por consumidores de diferentes culturas. En este sentido, en futuras investigaciones se podría llevar a cabo el estudio en contextos culturales diferentes, con el objetivo de examinar si las causas de la espera pueden variar en función del contexto cultural.

Asimismo, el estudio no ha examinado cuáles son las reacciones de los consumidores cuando descubren que los culpables de la espera son otros consumidores. En este sentido, los futuros trabajos se podrían centrar en profundizar, utilizando una metodología cualitativa, en los sentimientos, reacciones y comportamientos de los consumidores cuando descubren que la espera no es culpa de la empresa.

### Referencias bibliográficas

- Alaszweski, A. (2006). *Using Diaries for Social Research*. (1<sup>a</sup> Ed.). Londres: SAGE.
- Antonides, G., Verhoef, P. C., & Van Aalst, M. (2002). Consumer Perception and Evaluation of Waiting Time: A Field Experiment. *Journal of Consumer Psychology*, 12(3), 193-202. doi:10.1207/S15327663JCP1203\_02
- Armstrong, D., Gosling, A., Weinman, J., & Marteau, T. (1997). The place of interrater reliability in qualitative research: An empirical study. *Sociology*, 31(3), 597-606. doi:10.1177/0038038597031003015
- Baker, J., & Cameron, M. (1996). The Effects of the Service Environment on Affect and Consumer Perception of Waiting Time: An Integrative Review and Research Propositions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(4), 338-349. doi:10.1177/009207396244005
- Bekker, R., Koole, G. M., Nielsen, B. F., & Nielsen, T. B. (2011). Queues with waiting time dependent service. *Queueing systems*, 68(1), 61-78. doi:10.1007/s11134-011-9225-2
- Bell, P. A., & Baron, R. A. (1977). Aggression and ambient temperature: The facilitating and inhibiting effects of hot and cold environments. *Bulletin of Psychonomic Society*, 9(6), 443-445. doi:10.3758/BF03337050
- Bhaskar-Shrinivas, P., Harrison, D. A., Shaffer, M. A., & Luk, D. M. (2005). Input-based and time-based models of international adjustment: Meta-analytic evidence and theoretical extensions. *Academy of Management Journal*, 48(2), 257-281. doi:10.5465/AMJ.2005.16928400
- Bielen, F., & Demoulin, N. (2007). Waiting time influence on the satisfaction-loyalty relationship in services. *Managing Service Quality*, 17(2), 174-193. doi:10.1108/09604520710735182

- Cameron, M. A., Baker, J., Peterson, M., & Braunsberger, K. (2003). The effects of music, wait-length evaluation, and mood on a low-cost wait experience. *Journal of Business Research*, 56, 421-430. doi:10.1016/S0148-2963(01)00244-2
- Chebat, J. C., Filiatrault, P., Gélinas-Chebat, C., & Vaninsky, A. (1995). Impact of Waiting Attribution and Consumer's Mood on Perceived Quality. *Journal of Business Research*, 34, 191-196. doi:10.1016/0148-2963(95)98346-4
- Chebat, J. C., Salem, N. H., Poirier, J. F., & Gélinas-Chebat, C. (2010). Reactions to waiting online by men and women. *Psychological Reports*, 106(3), 851-869. doi:10.2466/pr0.106.3.851-869
- Chien, S. Y., & Lin, Y. T. (2015). The effects of the service environment on perceived waiting time and emotions. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 25(3), 319-328. doi:10.1002/hfm.20542.
- Corbin, J., & Strauss A. L. (1990). Grounded Theory Research: Procedures, Canons, and Evaluative Criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3-21. doi:10.1007/BF00988593
- Dabholkar, P. A., & Sheng, X. (2008). Perceived download waiting in using web sites: a conceptual framework with mediating and moderating effects. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 16(3), 259-270. doi:10.2753/MTP1069-6679160306
- Delay, E. R., & Richardson, M. A. (1981). Time estimation in humans: effects of ambient illumination and sex. *Perceptual and Motor Skills*, 53(3), 747-750. doi:10.2466/pms.1981.53.3.747
- DeLongis, A., Hemphill, K. J., & Lehman D. R. (1992). A Structured Diary Methodology for the Study of Daily Events. En F. B. Bryant, J. Edwards, R. S. Tindale, E. J. Posavac, L. Heath, E. Henderson-King et al. (Ed.), *Methodological Issues in Applied Social Psychology* (pp. 83-109). Nueva York: Plenum Press.
- Demoulin, N. T. M., & Djelassi, S. (2013). Customer responses to waits for online banking service delivery. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(6), 442-460. doi:10.1108/09590551311330825
- East, R. (1997). *Consumer behaviour. Advances and applications in marketing*. Hampstead: Prentice Hall Hemmel.
- Ehn, B., & Löfgren, O. (2010). *The Secret World of Doing Nothing*. California: University of California Press.
- Evangelist, S., Johnson, J., & Kizer, R. (2002). Linking Marketing and Operations: An Application at Blockbuster, Inc. *Journal of Service Research*, 5(2), 91-100. doi:10.1177/109467002237489
- Folkes, V. S., Kolestsky, S., & Graham, J. L. (1987). A Field Study of Causal Inferences and Consumer Reaction: The View from the Airport. *Journal of Consumer Research*, 13(4), 534-539. doi:10.1086/209086
- Fraser, R. A., Zahari, M. S., & Othman, Z. (2008). Customer reaction to service delays in Malaysian ethnic restaurants. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 1(1), 20-31.
- Friman, M. (2010). Affective dimensions of the waiting experience. *Transportation Research Part F*, 13(3), 197-205. doi:10.1016/j.trf.2010.04.006
- Fullerton, G., & Taylor, S. (2015). Dissatisfaction and violation: two distinct consequences of the wait experience. *Journal of Service Theory and Practice*, 25(1), 31-50. doi:10.1108/JSTP-10-2013-0237
- Gibbs, G. R. (2002). *Qualitative Data Analysis. Explorations with NVivo*. Buckingham: Open University Press.
- Glaser, B. G. (2001). *The grounded theory perspective: Conceptualization contrasted with descriptions*. Mill Valley: Sociology Press.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Hawthorne: Aldine de Gruyter.
- Goulding, C. (1998). Grounded theory: the missing methodology on the interpretivist agenda. *Qualitative Marketing Research: An International Journal*, 1(1), 50-7. doi:10.1108/13522759810197587
- Groth, M., & Gilliland, S. W. (2006). Having to Wait for Service: Customer Reactions to Delays in Service Delivery. *Applied Psychology: An International Review*, 55(1), 107-129. doi: 10.1111/j.1464-0597.2006.00238.x
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth Generation Evaluation*. London: SAGE.
- Hill, C. J., & Joonas, K. (2006). The Impact of Unacceptable Wait Time on Health Care Patients' Attitudes and Actions. *Health Marketing Quarterly*, 23(2), 69-87. doi:10.1300/J026v23n02\_05
- Hong, W., Hess, T. J., & Hardin, A. (2013). When filling the wait makes it feel longer: a paradigm shift perspective for managing online delay. *MIS Quarterly*, 37(2), 383-406.
- Hornik, J. (1984). Subjective vs Objective Time Measures: A Note on the Perception of Time in Consumer Behaviour. *Journal of Consumer Research*, 11(June), 615-618. doi:10.1086/208998
- Houston, M. B., Bettencourt, L. A., & Wenger, S. (1998). The Relationship Between Waiting in a Service Queue and Evaluations of Service Quality: A Field Theory Perspective. *Psychology & Marketing*, 15(8), 735-753. doi:10.1002/(SICI)1520-6793 (199812)15:8<735::AID-MAR2>3.0.CO;2-9
- Hui, M. K., Thakor, M. V., & Gill, R. (1998). The Effect of Delay Type and Service Stage on Consumers' Reactions to Waiting. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 469-479. doi:10.1086/209522
- Hui, M. K., Tse, A. C., & Zhou, L. (2006). Interaction between two types of information on reactions to delays. *Market Letter*, 17(2), 151-162. doi:10.1007/s11002-006-5927-3
- Kellaris, J. J., & Mantel, S. P. (1994). The Influence of Mood and Gender on Consumers' Time Perceptions, *Advances in Consumer Research*, 21, 514-518.
- Knafl, K., & Breitmayer, B. J. (1989). Triangulation in qualitative research: Issues of conceptual clarity and purpose. En J. Morse (ed.), *Qualitative nursing research: A contemporary dialogue* (pp. 193-203). Rockville: Aspen.
- Kokkinou, A., & Crange, D. A. (2013). Using self-service technology to reduce customer waiting times. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 435-445. doi:10.1016/j.ijhm.2012.11.003
- Koo, M., & Fishbach, A. (2010). A Silver Lining of Standing in Line: Queuing Increases Value of Products. *Journal of Marketing Research*, 47(4), 713-724. doi:10.1509/jmkr.47.4.713
- Kostecki, M. (1996). Waiting Lines as a Marketing Issue. *European Management Journal*, 14(3), 295-303. doi:10.1016/0263-2373(96)0009-6
- Larson, R. C. (1987). Perspectives on queues: social justice and the psychology of queueing. *Operations Research*, 35(6), 895-905. doi:10.1287/opre.35.6.895
- Layder, D. (1993). *New strategies in social research*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Lee, Y., Chen, A. N. K., & Ilie, V. (2012). Can online wait be managed? The effect of filler interfaces and presentation modes on perceived waiting time online. *MIS Quarterly*, 36(2), 365-394.
- Lee, W., & Lambert, C. U. (2000). Impact of waiting time on evaluation of service quality and customer satisfaction in foodservice operations. *Foodservice Research International*, 12(4), 241-254. doi:10.1111/j.1745-4506.2000.tb00021.x
- Lin, H. Y., & Chang, T. Y. (2011). The customer's perspective on waiting time in electronic marketing. *Social Behavior and Personality*, 39(8), 1053-1062. doi:10.2224/sbp.2011.39.8.1053

- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills: SAGE.
- Maister, D. H. (1985). The Psychology of Waiting Lines. En J. A. Czepiel, M. R. Solomon, y C. F. Surprenant (ed.), *The Service Encounter: Managing Employee/Customer Interaction in Service Businesses* (pp. 113-124). Lexington, MA: D. C. Heath.
- McDonnell, J. (2007). Music, scent and time preferences for waiting lines. *International Journal of Bank Marketing*, 25(4), 223-237. doi:10.1108/02652320710754015
- McGuire, K. A., Kimes, S. E., Lynn, M., Pullman, M. E., & Lloyd, R. C. (2010). A framework for evaluating the customer wait experience. *Journal of Service Management*, 21(3), 269-290. doi:10.1108/0956423101050760
- Moran, J. (2007). Cashier number one, please. En J. Moran (ed.), *Queuing for beginners. The story of daily life from breakfast to bedtime*. Londres: Profile Books Ltd.
- Morse, J. M. (1994). Emerging from the data: the cognitive process of analysis in qualitative enquiry. En J. M. Morse (ed.), *Critical Issues in Qualitative Research Methods* (pp. 23-43). Thousand Oaks: SAGE.
- Munichor, N., & Rafaeli, A. (2007). Numbers or Apologies? Customer Reactions to Telephone Waiting Time Fillers. *Journal of Applied Psychology*, 92(2), 511-518.
- Nie, W. (2000). Waiting: integrating social and psychological perspectives in operations management. *OMEGA-The International Journal of Management Science*, 28(6), 611-629. doi:10.1016/S0305-0483(00)00019-0
- Oberg, K. (1960). Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments. *Practical Anthropology*, 7(Julio-Agosto), 177-182. doi:10.1177/1475240905050289
- Osuna, E. E. (1985). The Psychological Cost of Waiting. *Journal of Mathematical Psychology*, 29, 82-105. doi:10.1016/0022-2496(85)90020-3
- Pàmies, M. M., Ryan, G., & Valverde, M. (2016). What is going on when nothing is going on? Exploring the role of the consumer in shaping waiting situations. *International Journal of Consumer Studies*, 40(2), 211-219.
- Rafaeli, A., Barron, G., & Haber, K. (2002). The effects of queue structure on attitudes. *Journal of Service Research*, 5(2), 125-139. doi:10.1177/109467002237492
- Robinson, L. W., & Chen, R. R. (2011). Estimating the implied value of the customer's waiting time. *Manufacturing & Service Operations Management*, 13(1), 53-57.
- Ryan, G., Pàmies M. M., & Valverde, M. (2016). WWW=Wait, Wait, Wait: Emotional reactions to waiting on the Internet. *Journal of Electronic Commerce Research*, 16(4), 261-275.
- Sarel, D., & Marmorstein, H. (1999). Managing the delayed service encounter: the role of employee action and customer prior experience. *International Journal of Bank Marketing*, 17(6), 286-294. doi:10.1108/02652329910300332
- Sheu, C., McHaney, R., & Babbar, S. (2003). Service process design flexibility and customer waiting time. *International Journal of Operations & Production Management*, 23(8), 901-917. doi:10.1108/01443570310486347
- Strauss, A. L. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. New York: Cambridge University Press,
- Taylor, S. (1994). Waiting for Service: The Relationship Between Delays and Evaluations of Service. *Journal of Marketing*, 58(2), 56-69. doi:10.2307/1252269
- Taylor, S. (1995). The Effects of Filled Waiting Time and Service Provider Control over the Delay on Evaluations of Service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(1), 38-48. doi:10.1007/BF02894610
- Tom, G., & Lucey, S. (1995). Waiting time delays and customer satisfaction in supermarkets. *Journal of Services Marketing*, 9(5), 20-29. doi:10.1108/08876049510100281
- Unzicker, D. K (1999). The Psychology of Being Put on Hold: An Exploratory Study of Service Quality. *Psychology & Marketing*, 16(4), 327-350. doi:10.1002/(SICI)1520-6793(199907)16:4<327::AID-MAR4>3.0.CO;2-G
- Van Riel, A. C. R., Semeijn, J., Ribbink, D., & Bomert-Peters, Y. (2012). Waiting for service at the checkout. Negative emotional responses, stores image and overall satisfaction. *Journal of Service Management*, 23(2), 144-169. doi:10.1108/09564231211226097
- Voorhess, C. M., Baker, J., Bourdeau, B. L., Brocato, E. D., & Cronin J. J. (2009). It Depends. Moderating the Relationship Among Perceived Waiting Time, Anger, and Regret. *Journal of Service Research*, 12(2), 138-155. doi:10.1177/1094670509336744
- Watkins, K. E., Ferris, B., Borning, A., Rutherford, G. S., & Layton, D. (2011). Where is my bus? Impact of mobile real-time information on the perceived and actual wait time of transit riders. *Transportation Research Part A*, 45(8), 839-848. doi:10.1016/j.tra.2011.06.010
- Yan, R. N., & Lotz, S. (2006). The Waiting Game: The Role of Predicted Value, Wait Disconfirmation, and Providers' Actions in Consumers' Service Evaluations. *Advances in Consumer Research*, 33, 412-418.

## Anexo I. Guión de entrevistas semiestructuradas

### Información del entrevistado

#### ¿Cuánto tiempo lleva viviendo aquí en España?

¿Ha vivido en algún otro lugar aparte de su país de origen y de España?

Cuando llegó a España, ¿qué fue lo que más le chocó de la gente de aquí (de su comportamiento, actitudes, etc.)?

¿Qué cosas le llamaron la atención de la gente, de su forma de hacer las cosas, etc.?

#### Ritmo de vida

Por ejemplo, si nos centramos en el ritmo de vida, ¿qué ritmo de vida cree que llevan los españoles? ¿Cómo se compara al de su país? ¿En qué se diferencia?

#### Tiempo

¿Qué valor da usted al tiempo? (¿lo valora mucho?)

¿En su vida cotidiana, cómo se siente más cómodo? ¿Haciendo varias tareas a la vez o prefiere hacer una cosa detrás de la otra?

¿Es usted una persona que cambia de planes fácilmente o los planes los toma en serio?

#### Puntualidad

¿Cree que los españoles son puntuales?

¿En su país la gente es puntual?

¿Por qué cree que hay estas diferencias?

#### Paciencia

¿Cree que los españoles somos pacientes? ¿Tenemos paciencia?

¿Y ustedes?

#### Efecto sobre los servicios

Respecto a todo lo que hemos comentado hasta ahora, ¿cree que todo esto le puede afectar a la hora de ir a hacer la compra, acudir al médico, al banco, etc.?

#### España en los servicios

Por ejemplo, centrémonos en la situación de esperar servicios (los que antes hemos mencionado).

Me gustaría que me explicara algunas **situaciones de espera** que ha experimentado desde que está en España. ¿Cuáles recuerda? ¿Por qué las recuerda?

¿Recuerda alguna **situación** de espera que haya experimentado aquí que sea **muy diferente en su país**? (no cree que ocurra jamás en su país, contexto, duración, estrategias de la empresa, etc.).

¿Cree que en **España se espera mucho**? ¿Cree que aquí se hacen muchas colas?

¿**Cómo (formas) se espera** para los servicios en España? ¿Es diferente o similar respecto a su país? ¿Por qué? (formas de esperar: colas, tanda, etc.).

¿**Cómo se siente** cuando tiene que esperar para un servicio? ¿**Qué hace** cuando tiene que esperar? ¿Cree que los españoles se **comportan** diferente durante la espera? ¿Ha detectado alguna diferencia en su comportamiento?

¿Cree que las **empresas son conscientes** de la espera en España? ¿Y en su país? ¿Qué **estrategias** llevan a cabo? ¿Cómo las ve?

Para terminar, a parte de su país de origen y España, ¿ha estado en otros países de **viaje**, por ejemplo, en donde ha visto algo que le haya llamado la atención en cuanto a la espera en los servicios?

## Anexo II. Guión diarios personales

NOMBRE:

ENTRADA NÚMERO:

Fecha de la espera: \_\_\_\_/\_\_\_\_/20\_\_\_\_

Fecha realización diario: \_\_\_\_/\_\_\_\_/20\_\_\_\_

Hora de la espera: \_\_\_\_:\_h

Hora realización diario: \_\_\_\_:\_h

País en el que se ha dado la situación de espera:

Contexto/lugar en el que se ha dado la situación de espera:

Duración de la situación de espera:

1.- Describe la situación de espera.

2.- ¿Había algún sistema para ordenar/organizar la espera (cola, coger número, pedir tanda, etc.)? En caso afirmativo, ¿cuál?

3.- ¿La empresa ha hecho algo para reducir la espera o para mejorar este momento? En caso afirmativo, ¿qué ha hecho? En caso negativo, ¿qué te gustaría que hubiera hecho?

4.- ¿Qué has hecho durante el tiempo de espera?

5.- ¿Cómo te has sentido? ¿Por qué?

6.- Reflexión cultural. ¿Esta situación hubiera ocurrido de la misma forma en tu país? ¿Por qué?

¿Habrías reaccionado diferente? ¿Por qué?

**Situaciones repetidas**

Número de veces que se ha repetido:

Diferencias:



# Aproximación a la representación de la forma y apariencia del producto: estudio sobre los atributos de diseño\*

AN APPROACH TO THE REPRESENTATION OF A PRODUCT'S FORM AND APPEARANCE: STUDY ON DESIGN ATTRIBUTES

**ABSTRACT:** Design is an activity where products' formal aspects and appearance are defined. The appropriate specification for the definition of a product's attributes and their subsequent implementation are of paramount importance for business success. In line with the demands of the market and those who participate in the design process, this research focuses on the possibility of grouping attributes in the usual dimensions for the formal definition of a product. Following an exploratory research approach, this study identifies and classifies groups of attributes used during the initial design stage. A questionnaire was applied to Industrial Design and Product Engineering students in Spain, Chile and Mexico, based on a list of attributes proposed by specialists in the subject. A factor analysis is applied to reduce the variables of the study, identifying three main components related to the fundamental design attributes: utilitarian, appearance and perceptual. This research proves the use of a common language between the areas of design and engineering when determining the attributes for giving shape to the product, showing a clear approach in understanding the definition of the product in relation to the consumer which makes possible to achieve greater compliance of the business objectives proposed in the briefing.

**KEYWORDS:** Product design, attributes, factor analysis.

APROXIMAÇÃO À REPRESENTAÇÃO DA FORMA E APARIÊNCIA DO PRODUTO: ESTUDO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DE DESENHO

**RESUMO:** O desenho é uma atividade na qual são definidos os aspectos formais e a apariência do produto. A correcta concreção para a definição das características do produto e sua posterior implantação nele são de vital importância para o sucesso empresarial. Esta pesquisa se foca na possibilidade de agrupar características nas dimensões habituais para a definição formal do produto, de acordo com as demandas do mercado e dos que participam do processo de desenho. A pesquisa, de tipo exploratório, identifica e classifica agrupações de características utilizadas na fase de desenho inicial. Aplicou-se um questionário a estudantes de Desenho Industrial e de Engenharia de Produtos da Espanha, do Chile e do México, a partir de uma lista de características propostas por especialistas. Aplica-se uma análise fatorial para reduzir as variáveis do estudo, identificando-se três componentes principais relacionados com as características fundamentais de desenho denominados utilitárias, de apariencia e perceptivas. O estudo evidencia o uso de linguagem comum entre a área do desenho e a da engenharia no momento de determinar as características para dar forma ao produto. Observa-se uma clara aproximação quanto à compreensão da definição do produto associada ao consumidor, cumprindo com os objetivos empresariais propostos no briefing.

**PALAVRAS-CHAVE:** desenho de produtos, atributos, análise fatorial.

UNE APPROCHE DE LA PRÉSENTATION DE LA FORME ET DE L'APPARENCE DU PRODUIT: UNE ÉTUDE DES ATTRIBUTS DE CONCEPTION

**RÉSUMÉ:** La conception est une activité dans laquelle sont définis les aspects formels et l'apparence du produit. La concrétisation correcte pour la définition des caractéristiques attribuées au produit et son ultérieur mise en œuvre sont d'une importance capitale pour la réussite de l'entreprise. Cette recherche se concentre sur la possibilité de regrouper les attributs dans les dimensions habituelles pour la définition formelle du produit, en fonction des exigences du marché et de ceux qui participent au processus de conception. La recherche exploratoire identifie et classe les groupes d'attributs utilisés dans la phase de conception initiale. On a appliquée un questionnaire aux étudiants en conception industrielle et en génie des produits en Espagne, au Chili et au Mexique, sur la base d'une liste d'attributs proposés par des spécialistes. On a appliquée une analyse factorielle pour réduire les variables de l'étude, en identifiant trois composantes principales liées aux attributs de conception fondamentaux appelés utilitaires, d'apparence et de perception. La recherche démontre l'utilisation d'un langage commun entre le domaine de la conception et de l'ingénierie lors de la détermination des attributs pour façonner le produit. Il y a un rapprochement clair en termes de compréhension de la définition du produit associée au consommateur, en parvenant à une plus grande conformité avec les objectifs commerciaux proposés dans le briefing.

**MOTS-CLÉ:** conception du produit, attributs, analyse factorielle.

**CITACIÓN:** Guerrero Valenzuela, M., Hernandis Ortúño, B., & Agudo Vicente, B. (2018). Aproximación a la representación de la forma y apariencia del producto: estudio sobre los atributos de diseño. *Innovar*, 28(67), 25-39. doi: 10.15446/innovar.v28n67.68611.

**ENLACE DOI:** <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68611>.

**CLASIFICACIÓN JEL:** L11, L22, M31.

**RECIBIDO:** enero 2016. **APROBADO:** enero 2017.

**DIRECCIÓN DE CORRESPONDENCIA:** Mauricio Guerrero Valenzuela. Facultad de Humanidades y Tecnologías de la Comunicación Social, Departamento de Diseño, Universidad Tecnológica Metropolitana, Dieciocho 161. Santiago, Chile.

**Mauricio Guerrero Valenzuela**

Ph. D. en Diseño, Fabricación y Gestión de Proyectos Industriales  
Profesor de la Universidad Tecnológica Metropolitana  
Santiago, Chile  
mguerrero@utem.cl  
Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0595-9849>

**Bernabé Hernandis Ortúño**

Ph. D. en Ingeniería en Organización Industrial  
Profesor titular de la Universitat Politècnica de Valencia  
Valencia, España  
Grupo de Investigación en Gestión del Diseño  
bhernand@upv.es  
Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5697-6382>

**Begoña Agudo Vicente**

Maestría en Estudios de Mercado  
Profesora de la Universitat Politècnica de Valencia  
Valencia, España  
Grupo de Investigación en Gestión del Diseño  
bego@gva.es  
Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3748-9455>

**RESUMEN:** El diseño es una actividad en la que se definen los aspectos formales y la apariencia del producto. La correcta concreción para la definición de los atributos que se atribuyen al producto y su posterior implementación en él son de vital importancia para el éxito empresarial. Esta investigación se enfoca en la posibilidad de agrupar atributos en las dimensiones habituales para la definición formal del producto, en concordancia con las demandas del mercado y de quienes participan del proceso de diseño. La investigación de tipo exploratoria identifica y clasifica agrupaciones de atributos utilizados en la fase de diseño inicial. Se aplicó un cuestionario a estudiantes de Diseño Industrial e Ingeniería de Productos de España, Chile y México, a partir de un listado de atributos propuestos por especialistas. Se aplica un análisis factorial para reducir las variables del estudio, identificándose tres componentes principales relacionados con los atributos fundamentales de diseño denominados *utilitarios, de apariencia y perceptivos*. La investigación evidencia el uso de un lenguaje común entre el área del diseño y la ingeniería al momento de determinar los atributos para dar forma al producto. Se observa un claro acercamiento en cuanto a la comprensión de la definición del producto asociada al consumidor, logrando un mayor cumplimiento de los objetivos empresariales propuestos en el briefing.

**PALABRAS CLAVE:** diseño de productos, atributos, análisis factorial.

\* Este artículo fue desarrollado dentro del proceso de elaboración de la tesis doctoral "Propósitos y argumentos en el proceso de diseño: el diseño conceptual en torno a la representación formal del producto", la cual fue presentada por Mauricio Guerrero Valenzuela para optar al título de Ph. D. en Diseño, Fabricación y Gestión de Proyectos Industriales por la Universidad Politécnica de Valencia en el 2016.

## Introducción

El presente trabajo analiza el entorno de los atributos utilizados habitualmente en el diseño. La posibilidad de agrupar términos y conceptos que ayuden a definir la forma y apariencia del producto facilitaría el proceso en la fase de diseño inicial desde las diferentes perspectivas de quienes participan del proceso: *marketing*, diseño e ingeniería.

Por lo general, las características y cualidades físicas que se asignan al producto se centran en dos aspectos. En primer lugar, están los relacionados con las personas, como factores sensoriales, psicosociales, perceptivos o hedónicos, que buscan la armonización e identidad entre el producto y el cumplimiento de las expectativas del consumidor. Lenau y Boelskifte (2003) los definen como *valores suaves*, ya que asignan las expresiones más estéticas, como diseño y estilo. Por su parte, Castelli (citado por Mitchell, 1995) los define como los aspectos "subjetivos" del diseño o factores "blandos". En la misma línea, Warell (2002) señala que, debido a su naturaleza subjetiva, el diseñador no tiene ninguna manera objetiva de evaluar o medir los atributos asignados en torno a la estética de un producto, pudiendo incluso definirse por el gusto u opinión personal de quien diseña.

En segundo lugar, están los valores más "duros", asociados a los aspectos y características funcionales y de utilidad de un producto. Según Guerrero, Hernandis y Agudo (2014), estos se definen a partir del cumplimiento de los objetivos y especificaciones prescritas por la empresa o el cliente, o percibidas por el diseñador en las etapas iniciales del proceso de diseño. Por lo general, estas se refieren a la calidad y materialidad, así como a la configuración del producto y todas las variables mensurables. Los atributos pueden referirse a lo físico (función), a lo estético (forma) o a la utilidad (ergonomía); de hecho, los atributos funcionales adquieren relevancia en la concepción del producto, como señalan Van Wie, Bryant, Bohm, Mc Adams y Stone (2005), desde el comienzo del proceso.

En la fase de diseño preliminar, las funciones representan al concepto de diseño, lo que implica una abstracción de la forma o la estructura física que se puede identificar en un atributo. Este tipo de atributos funcionales son los primeros en definirse durante el diseño preliminar, reduciendo la incertidumbre inicial en el diseño del producto. Sin embargo, se deben considerar otros aspectos importantes, como los comunicacionales (Bañó, 2010). Los aspectos visuales de un producto expresan condiciones significativas y simbólicas, otorgando distinciones personalizadas y únicas que deben satisfacer las expectativas y necesidades principalmente del usuario. En este sentido, el producto cumple el

rol de mediador entre el consumidor y las acciones útiles esperadas, es decir, que haga lo que debe hacer.

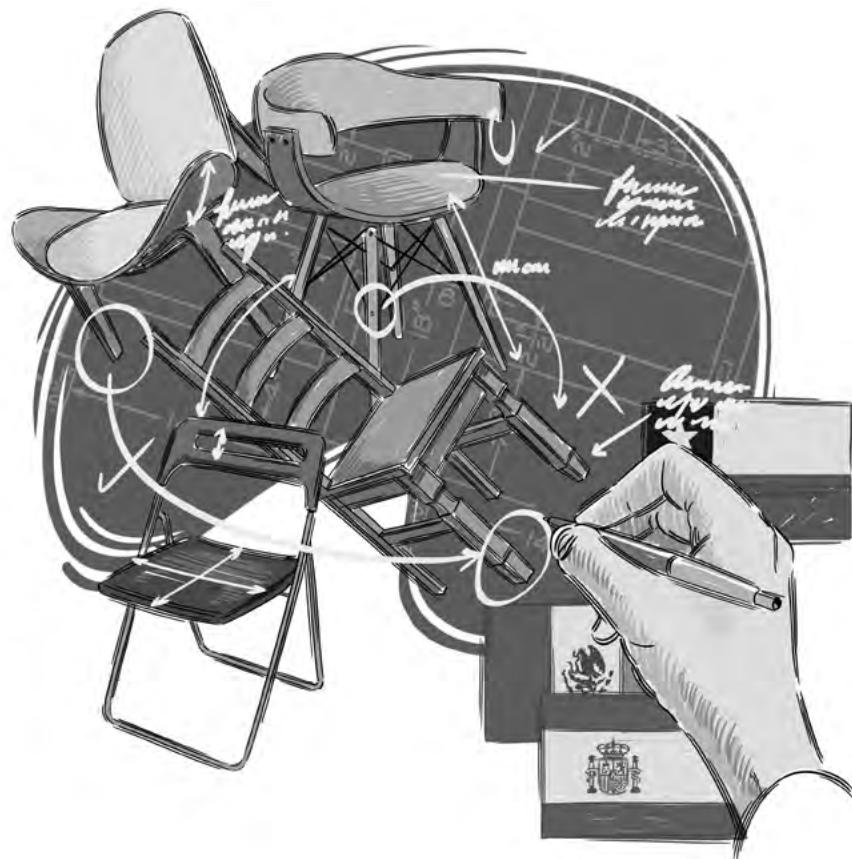
De ahí la importancia de una buena definición y asignación de atributos en la fase de diseño inicial. Los conceptos deben ser claros y lo mejor definidos desde el comienzo del proceso de diseño. Abordar la complejidad del diseño desde la experiencia del usuario y del diseñador de productos requiere configurar las características de contenido, estilo o funcionalidad que, combinados, expresan el carácter particular y previsto del producto o sistema de productos conformados por grupos de atributos pragmáticos y hedónicos, cuyo propósito es facilitar el manejo del producto y la complejidad cognitiva (Cardozo, Hernandis y Ramírez, 2015).

### La influencia de los atributos funcionales en el diseño del producto

Las funciones definen las relaciones entre el conjunto de necesidades, objetivos y estructura física de los componentes del producto. Asimismo, la base funcional será la transformación del flujo de entrada y su salida representada por la energía, la materialidad y las señales (Van Wie *et al.*, 2005). En la misma línea, Gero (2000) describe, en su modelado funcional (FBS), tres dimensiones fundamentales: *función, comportamiento y estructura*, considerando subespacios o abstracciones del proceso, cuyo objetivo principal es transformar los datos obtenidos en una *descripción básica del diseño*.

La función describe la finalidad del diseño; el comportamiento describe el funcionamiento, y la estructura describe la solución (Mulet, 2003). A su vez, en el modelado funcional, como exponen Otto y Wood (2001), se da comienzo a la transformación de las necesidades, convirtiéndolas progresivamente en especificaciones de diseño. De hecho, las acciones iniciales permiten la descripción precisa de los objetivos definidos para el producto en la etapa de análisis, como se muestra en la figura 1. Ulrich y Eppinger (2004) las denominan como "especificaciones objetivo", constituyéndose en una de las directrices que definen el propósito del diseño. En la misma línea, Lin y Chen (2002) sostienen que el objetivo principal del diseño de producto es cumplir con los requisitos funcionales, satisfacer las restricciones impuestas y definir los objetivos.

Durante el modelado funcional, el énfasis se centra en definir la configuración del producto (figura 2) y en determinar el comportamiento entre las partes que compondrán el diseño (Liang y Paredis, 2004). El modelado funcional representará, entonces, el significado del valor impuesto a cada acción para que esta ocurra (causa y efecto), produciendo



la energía y movimiento esperado. Inicialmente, el flujo hacia y desde el artefacto, como lo señalan Van Wie *et al.* (2005), requiere ser representado de manera funcional. Las características y aspectos del producto, desde el punto de vista del campo de la ingeniería, deben ser claros y precisos, e incluir las restricciones de la función y su correcto desempeño (Tochizawa, Nomura, Ujiie y Matsuoka, 2007).

La descripción del material, dimensiones y geometrías del diseño describen el valor funcional de los componentes y

el cumplimiento de la acción, por lo que la solución derivada de estas acciones son descritas mediante esquemas y volúmenes preliminares del diseño básico, visualizando mecanismos y materiales (Liang y Paredis, 2004; Tochizawa *et al.*, 2007; Chiang, Penathur y Mital, 2001). Por su parte, Liang y Paredis (2004) señalan que los valores tangibles, técnicos y duros del diseño estarán representados por los atributos funcionales en diferentes acciones descriptivas, tales como resistencia a altas temperaturas,

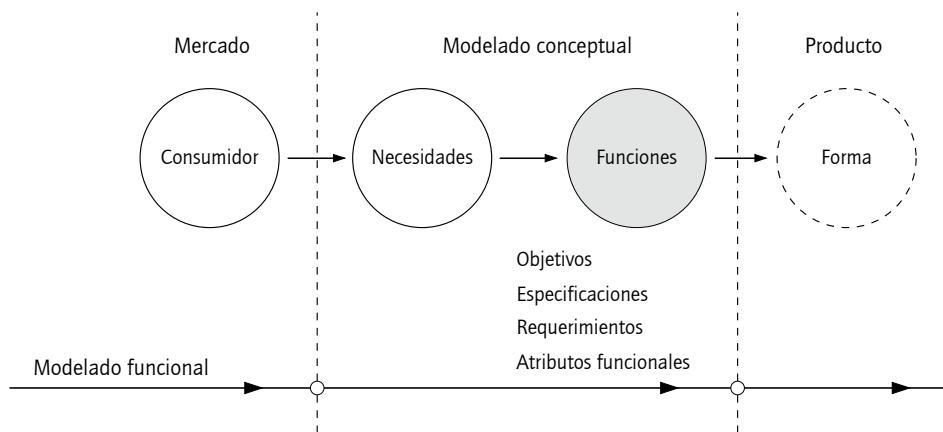


Figura 1. Modelado funcional del producto. Fuente: adaptada de Van Wie *et al.* (2005).

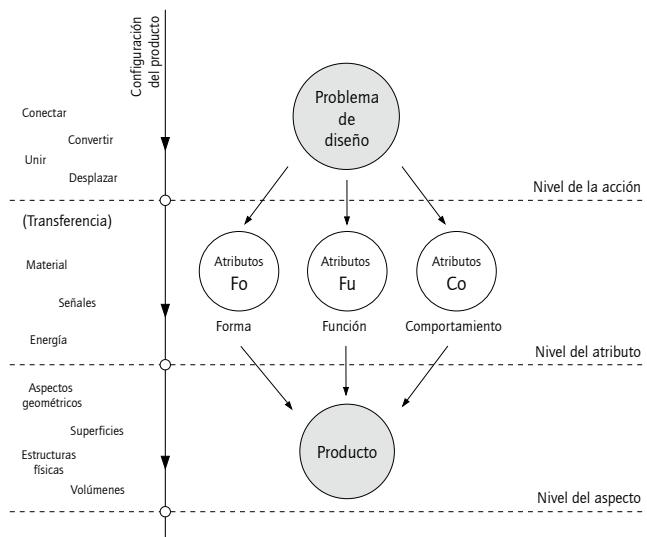


Figura 2. Configuración funcional del producto. Fuente: adaptada de Liang y Paredis (2004).

buenas características de seguridad eléctrica, durabilidad en el tiempo o iluminación con una bombilla, por mencionar algunas.

Las funciones, por tanto, se describen mediante el uso de términos (sustantivos medibles o verbos activos) que permiten modelar la función (Liang y Paredis, 2004; Hosnedl, Srp y Dvorak, 2008; Aurisicchio, Eng, Ortiz, Child y Bracewell, 2011). Las propiedades, atributos y características de un sistema técnico pueden definirse por el rendimiento, tamaño de la forma o la estructura funcional, de acuerdo con Hosnedl *et al.* (2008). Cada sistema en particular que influye en la configuración de un producto es un portador de propiedades y atributos que representan características, valores del parámetro o requerimientos funcionales (Cardozo *et al.*, 2015), permitiendo comparar o evaluar el diseño en cualquier momento del proceso. De hecho, los sistemas funcionales expresados no siempre son bien comprendidos por el consumidor, por lo que la relación entre el producto y la persona muchas veces no permite que este tipo de atributos faciliten la interacción producto-consumidor.

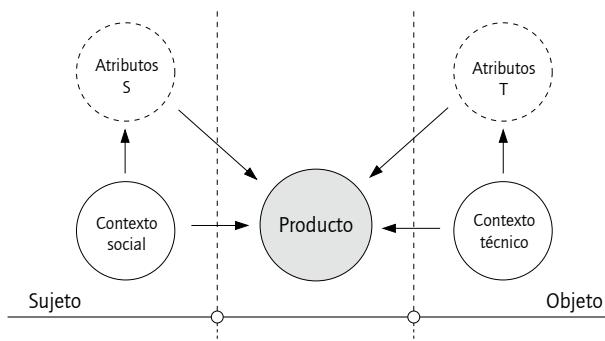
El sistema humano-producto debe ser clasificado en las áreas técnica e interactiva (Janhager, 2005), lo que permitirá al usuario la interacción por medio de la comprensión de las expresiones y representaciones visuales que conforman el producto al momento de utilizarlo. En este sentido, los atributos y valores utilitarios pueden ser utilizados también para definir y describir explícitamente los requisitos del producto desde el punto de vista del consumidor (Wikström, 1996, citado por Janhager, 2005). Por otro lado, el campo de la ingeniería debería ser capaz no solamente de definir atributos y conceptos que representen

las funciones, especificaciones y mediciones del objeto diseñado (Dym y Little, 2006), sino también de representar cualidades estéticas a través de los sentidos, contribuyendo a la identificación de las personas con el producto (Aurisicchio *et al.*, 2011).

## La comprensión del atributo para el diseño del producto

Godas (2006) señala que las características y cualidades que conforman el producto aportan utilidad a la percepción de este, estableciendo una clasificación de los atributos según su *naturaleza, utilidad y carácter diferenciador*. Por su parte, Cohran, Eversheim, Kubin y Sesterhenn (2000) clasifican los atributos según el *cliente, el mercado y el producto*. Mientras tanto, Lenau y Boelskifte (2003) los agrupan desde la perspectiva de la comunicación semántica del objeto, clasificándolos en *sensoriales, percibidos y estilísticos*. En la misma línea, Tong (2009) desarrolla su clasificación según la *utilidad, estilo, concepto y 'commodity'*, siendo estos últimos atributos básicos e inherentes al diseño de cualquier producto. Rindova y Petkova (2007) sugieren tres dimensiones para un atributo: *funcional, simbólico y estético*. Lee, Ha y Widdows (2011) conciben tres dominios de atributos del producto: *de rendimiento* (propósito y funciones), *de apariencia* (atractivo visual) y *de comunicación* (ayuda a la expresión).

Se observa en los hallazgos de la literatura que las dimensiones donde se posicionan las diferentes agrupaciones de atributos son la funcional/utilitaria (asociada con el objeto) y la de estilo/perceptiva, de carácter más humanizado (asociada al sujeto). Ambas dimensiones se asocian a los aspectos comunicativos y de uso de un producto, los que a su vez interpretan y representan la solución a las necesidades mediante la interacción sujeto-objeto, como lo señalan Ortiz, Schoormans y Aurisicchio (2011), ya que la tarea de traducir sentimientos, impresiones o emociones es difícil y, muchas veces, la intención de los mensajes representados en el producto suele ser especulativa. De hecho, una buena representación de los rasgos asociados a la personalidad del individuo tiene la potencialidad de influir favorablemente en la decisión de compra de un producto, como lo señalan (Desmet, Ortiz y Schoormans, 2008; Ortiz *et al.*, 2011). Este tipo de valores visuales, considerados humanizados, deben estar bien definidos desde el inicio del proceso y ser validados por el propio consumidor. En este sentido, los espacios contextuales adquieren relevancia en el modelado del producto (figura 3), ya que deben satisfacer los propósitos y expectativas tanto del consumidor como de la propia empresa. Por otra parte, Vergara, Mondragón, Sancho Bru, Company y Pérez (2006) señalan que adquiere gran importancia la etapa en la que se encuentre el desarrollo del producto.



**Figura 3.** Contexto del atributo para la definición del producto. Fuente: elaboración propia.

Las condiciones y características de un atributo lo hacen reconocible y único en un producto (Tong, 2009; León, 2009), pudiendo extraerse del pliego de condiciones, de las especificaciones de diseño, de las necesidades del mercado o de las demandas del consumidor. Uno de sus objetivos es establecer las bases para la definición del concepto y la puesta en marcha del proceso de diseño. Desde el punto de vista del diseño, los atributos se centran en los aspectos más humanizados y percibidos por el usuario; en cambio, los que se refieren al proceso de conformación del producto se relacionan a las acciones propias del campo de la ingeniería. Debido a esto, los factores sociocognitivos adquieren mayor relevancia y un alto valor de uso en el contexto social desde el punto de vista del diseñador y, sobre todo, del consumidor (figura 4).

En un experimento realizado por Lenau y Boelskifte (2003), entre alumnos de diseño industrial, de negocios e ingeniería, estos debían asignar términos expresivos y visuales a productos específicos que permitieran determinar alguna

relación entre ellos. Se concluyó que existía una tendencia asociativa entre los términos, que se identificaban con las dimensiones sensoriales y perceptivas de las personas, infiriendo que los atributos de un producto denotan y connotan estados de la experiencia personal cognitiva, psicológica y de la conciencia, que se traducían finalmente en estados emocionales en los consumidores, siendo aspectos y cualidades que influenciaban, por una parte, la definición del concepto de producto y, por otra, la del diseño y apariencia de este.

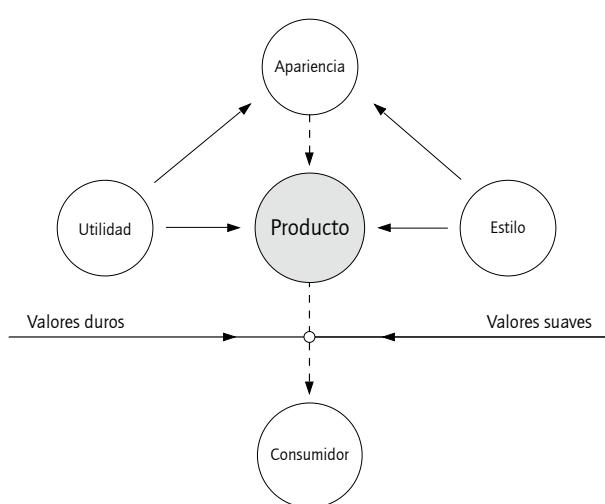
De acuerdo con Blijlevens, Creusen y Schoormans (2009), en la primera imagen del producto que enfrenta el consumidor, los valores visuales y comunicativos le permiten evaluar y valorar los atributos desde el punto de vista interactivo. De hecho, en la decisión de compra subyacen los factores de satisfacción y beneficio, cumplimiento de objetivos y valores agregados, que son considerados importantes por el consumidor (Gutman, 1982; Walker y Olson, 1991, citados por Van Kleef, 2006).

Los atributos simbólicos, psicológicos, funcionales, físicos, etc., muchas veces son conocidos una vez que el producto está en el mercado, en la etapa de comercialización y venta, pero sería mejor conocerlos anticipadamente. Los atributos se diferencian en su designación descriptiva por encontrarse en diferentes estados expresivos de un producto: por una parte, están los de evaluación preconcebida, que actúan sobre productos ya fabricados orientados a determinar posibles mejoras impuestas por el mercado o la empresa; por otra parte, también están los que intentan influir en los aspectos funcionales en una gran cantidad de productos, como lo señala Blijlevens *et al.* (2009), que tienen una alta valoración atribuible a los aspectos utilitarios y funcionales.

En general, el conjunto de características del producto está compuesto por diferentes clasificaciones y tipologías de agrupaciones, así como por tipos o categorías de atributos, como son los estético-morfológicos, que intervienen en el campo expresivo de la forma y apariencia; los hedónicos-de estilo, que se asocian a valores más cognitivos, como la percepción, o a aspectos sensoriales de índole abstracto que no pueden medirse directamente por tener una alta carga conceptual o metafórica, como la alegría, el agrado o lo atractivo; los funcionales-uitilitarios, asociados generalmente a las características técnicas-operativas, y de cumplimiento de parámetros y requerimientos más concretos del producto.

### Explorando los listados de atributos

La utilización de listados de atributos son técnicas de utilización recurrente. Estas técnicas pueden ser usadas para



**Figura 4.** Distinciones del atributo en el diseño del producto. Fuente: adaptada de Tong (2009).

diferentes maneras de identificar, agregar o mejorar los atributos asignados al diseño de un producto. La técnica propuesta por Crawford (1954) es ideal para el diseño de nuevos productos, pudiendo ser utilizada también para la evaluación y mejora de productos existentes (rediseño). Generalmente, los listados de atributos están compuestos por términos, palabras o sustantivos que describen y expresan conceptualmente características, cualidades físicas, de uso o estilo, representadas explícitamente en un producto. Este tipo de técnica se convierte en un buen método analítico-representativo en apoyo al proceso de diseño. Los listados prehechos, como el de Michalko (2006), permiten agrupar términos conceptuales desde la dimensión descriptiva, del proceso, del precio o de aspectos sociales. Este tipo de listados tienen su origen en las técnicas para la creatividad que identifican previamente los valores distintivos de atributos que se asignan a un producto. Su importancia radica en la pertinencia y utilización, como un método de diseño, por las diferentes áreas que participan en el proceso de diseño como el *marketing*, negocios, ingeniería o diseño.

También están los listados de atributos prehechos, que incorporan tímidamente combinaciones de palabras y conceptos asociados a las características funcionales, como lo describe Bedolla, Lloveras y Gil (2004). En este sentido, es importante considerar la etapa y el momento en que se confecciona y utiliza un determinado listado de atributos, sobre todo al momento de definir los conceptos y términos que integrarán dicho listado. Muchas veces, los términos empleados no cumplen con el propósito, o no logran describir claramente lo que intenta representar el diseñador. Hasta ahora la utilización de este tipo de técnicas ha surgido en torno al *marketing*, el mercado, o a la diferenciación de marca como herramienta estratégica (Karjalainen, Nikitas y Rahe, 2013), siendo el objetivo principal el describir y representar emociones, sensaciones y aspectos más humanizados y menos técnicos (Karjalainen, 2003; Ortiz y Hernández, 2008; Bedolla, Gil y Ruiz, 2009).

La existencia y utilización de listados de atributos con respecto a la función se refiere a las acciones que activan el diseño para que se produzca la interacción entre un componente y otro con su entorno (Liang y Paredis, 2004), así como a la transferencia de energía, al tipo de materialidad y a las señales. Wen-Chuan, Arunkumar y Anil (2001) sostienen que la información de los atributos de función transforma un proceso fenomenológico en principios físicos medibles. Este tipo de listados funcionales, como el de Hernandis (2004), podrían referirse también al pliego de condiciones del proyecto, a la adaptación ergonómica del concepto de producto, a la antropometría o a los atributos formales asociados a la estética y apariencia del producto.

## Metodología

### Modelo de investigación

El estudio a partir de un listado piloto de términos asociados a la definición de atributos, que se asignan habitualmente al producto en la fase inicial del proceso de diseño, apoya el propósito de este trabajo, que busca identificar la existencia de agrupaciones de atributos y su integración por afinidad y significancia, relacionados con los factores fundamentales reconocibles en el producto: formales, funcionales y ergonómicos, considerando que el producto se caracteriza formalmente por la manera en como se interpreta y relaciona en la interacción con el consumidor. Estos factores clave asignados al diseño hasta ahora están condicionados a la experiencia de quien diseña en diferentes etapas del desarrollo del producto. De lo anterior, se infiere la siguiente hipótesis:

*H. Los atributos definidos para dar forma y apariencia al producto se agrupan e integran por afinidad y significancia para el diseño del producto, considerando las diferentes perspectivas de quienes participan del proceso de diseño.*

La investigación es cualitativa, en su fase inicial, mediante la contextualización y conocimiento teórico de las variables definidas en el estudio, y cuantitativa, en una fase posterior, mediante la aplicación de un Análisis de Componentes Principales (ACP), como técnica estadística para reducción de datos, que permite explicar las correlaciones existentes entre las variables expuestas a partir del listado de términos, con el objeto de identificar grupos mínimos homogéneos relacionales de las variables. Esta técnica estadística permite sintetizar información o reducción de la dimensión de las variables, obteniendo nuevos componentes principales independientes entre sí.

Con ello, se pretende observar el comportamiento de los factores para el estudio que busca la afinidad y correlación entre las variables (Mejía, 2005). Los componentes principales bastan para describir las primeras combinaciones lineales ordenadas por la magnitud de la varianza. A pesar de que las variables integran cada componente principal, algunas son más importantes que otras, lo que determina la naturaleza de cada componente. En esta misma línea, Zikmund y Babin (2009) señalan que una investigación exploratoria se basa en la experiencia del encuestado para responder cuestiones en torno al constructo del estudio.

Partiendo de un listado de términos propuesto por especialistas, se identifican las variables iniciales del estudio. El listado está conformado por 25 términos conceptuales que se asocian normalmente a los subsistemas tradicionales

del diseño: *forma, función y ergonomía* (Hernandis, 2004). La aplicación del análisis factorial permitió identificar las agrupaciones en componentes principales. La investigación es del tipo exploratoria, a partir de la aplicación de un cuestionario a estudiantes ( $n = 400$ ) de Diseño Industrial e Ingeniería de Productos de Chile, España y México, de los últimos niveles formativos en sus respectivas disciplinas.

El instrumento de medición permitió identificar atributos que se utilizan tradicionalmente para la definición de características y expresiones formales, definidas habitualmente en la fase inicial de diseño conceptual para representar la forma y apariencia del producto. La literatura consultada evidencia la existencia de listados de términos comúnmente utilizados para estos fines en distintas etapas del proceso de diseño, por diferentes áreas de diseño, *marketing* o ingeniería. Se selecciona una serie de términos habituales, tomando como base listados de fuentes revisadas en Bedolla *et al.* (2004), Hernandis (2004), Michalko (2006), Desmet *et al.* (2008), Ortiz y Hernández (2008), y Karjalainen *et al.* (2013).

## Población

La población corresponde a estudiantes de la Universidad Politécnica de Valencia, la Universidad de Santiago de Chile y el Tecnológico de Monterrey sede Chihuahua, de las carreras de Diseño Industrial e Ingeniería de Productos.

## Muestra: perfil del encuestado

La muestra comprendió estudiantes de Chile, España y México ( $n = 400$ ) pertenecientes a los últimos años de sus respectivas carreras (tabla 1), todos ellos considerados como diseñador intermedio (Popovic, 2004), con experiencia en el desarrollo de proyectos de diseño, conocimiento de las etapas para el desarrollo del proceso de diseño y el diseño de productos en etapa formativa. Este proceso se desarrolló entre el 2012 y el 2014, durante los períodos académicos normales de los países incluidos en el estudio.

## Materiales

El listado de atributos se extrae como resultado de la revisión de la literatura, y está compuesto por términos conceptuales de uso común (tabla 2), con la finalidad de recabar datos a partir de la opinión de los estudiantes frente a la instrucción "Del siguiente listado, indique el grado de importancia para dar forma y apariencia al diseño". Los encuestados deben seleccionar todas las opciones de la instrucción genérica, con las 25 alternativas que ofrece el listado. Se opta por una instrucción genérica y no una

Tabla 1.

*Sumario de participantes del estudio.*

Datos del estudio		n=400	%
País	España	148	37,0%
	Chile	205	51,3%
	México	47	11,7%
Género	Hombre	200	50,0%
	Mujer	200	50,0%
Formación principal	Diseño industrial	209	52,3%
	Ingeniería de productos	191	47,8%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2.

*VARIABLES DEL ESTUDIO.*

Serie de variables del estudio: atributos n=25				
Estabilidad	Geometría	Línea	Hermeticidad	Capacidad
Volumen	Sustentación	Robustez	Cuadrado	Contorno
Portabilidad	Confort	Textura	Esbelta	Estructura
Resistencia	Color	Cilíndrico	Apoyo	Compacto
Superficie	Crecimiento	Fragilidad	Dimensión	Sinuoso

Fuente: elaboración propia.

pregunta específica asociada a un producto en particular, ya que el objetivo principal del estudio es identificar agrupaciones que conduzcan, a futuro, hacia la generación de categorizaciones generales de atributos y la modelación de una herramienta metodológica de uso común para el desarrollo de productos en el proceso de diseño.

Las variables del estudio serán calificadas por medio de la escala de Likert (Morales, 2011) de cuatro intervalos, que medirá el grado de importancia, en donde 1 es el valor más bajo (poco importante) y 4 el valor más alto (muy importante), de acuerdo con lo señalado por Elejabarrieta e Iñiguez (2008). La escala de Likert en el análisis estadístico busca encontrar el nivel de acuerdo o desacuerdo, así como la frecuencia y, en este caso, el grado de importancia que se atribuye a las variables del estudio en la opinión del encuestado.

## Análisis de datos

### Análisis de Componentes Principales (ACP)

Para el análisis de datos se utilizó el software SPSS Statistics V17. La prueba preliminar, de tipo exploratorio, agrupó la lista de variables en siete componentes. Se observa que la varianza total es superior a la unidad, como lo muestra la tabla 3. También se observa que, a partir del componente 4 y hasta el componente 7, el porcentaje de la varianza

**Tabla 3.**  
**Análisis de Componentes Principales Preliminar (ACP).**

Varianza total explicada: 7 componentes									
Comp.	Autovalores iniciales			Suma de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	3,651	14,602	14,602	3,651	14,602	14,602	2,855	11,419	11,419
2	3,420	13,682	28,284	3,420	13,682	28,284	2,479	9,917	21,337
3	2,577	10,309	38,593	2,577	10,309	38,593	2,195	8,780	30,117
4	1,810	7,240	45,833	1,810	7,240	45,833	2,117	8,469	38,585
5	1,332	5,377	51,160	1,332	5,377	51,160	1,895	7,581	46,166
6	1,232	4,929	56,088	1,232	4,929	56,088	1,813	7,253	53,419
7	1,063	4,251	60,339	1,063	4,251	60,339	1,730	6,920	60,339
8	0,963	3,851	64,191						
9	0,875	3,499	67,690						
10	0,852	3,409	71,099						
11	0,794	3,176	74,276						
12	0,739	2,958	77,234						
13	0,628	2,513	79,746						
14	0,607	2,428	82,174						
15	0,598	2,391	84,566						
16	0,537	2,148	86,714						
17	0,496	1,984	88,697						
18	0,487	1,946	90,644						
19	0,448	1,792	92,436						
20	0,402	1,609	94,045						
21	0,377	1,507	95,552						
22	0,342	1,366	96,918						
23	0,322	1,288	98,206						
24	0,237	0,948	99,154						
25	0,211	0,846	100,000						

a. Determinante = 0,000.  
Método de extracción: ACP.

Fuente: elaboración propia.

es muy bajo respecto de los tres primeros componentes, a pesar de que el análisis con siete componentes explica un 60,339%. Según las condiciones expuestas, se decidió reducir los componentes, con el propósito de identificar el menor número de componentes para el estudio, en concordancia con los factores fundamentales del diseño preferentemente.

### Reducción de componentes

Para la reducción de componente, se recogen los factores más representativos, asignando a cada uno de ellos su valor absoluto y se señala en la communalidad para valores que oscilan entre 0 y 1. Cuando el valor se aproxima a 1, la variable queda totalmente explicada, mientras que si se

acerca a 0 los factores no explicarán la variabilidad, disminuyendo así el número de variables (Rodríguez y Mora, 2001). Se analizan las cargas factoriales definidas en el listado sugerido. Además, se observa que la variable *color* (0,148) y la variable *textura* (0,177) serán descartadas del estudio (tabla 4), ya que, en el análisis de las comunidades del acp, las respectivas cargas factoriales son inferiores a 0,2.

Una vez realizada la reducción de términos, se realizó una nueva prueba de ACP, reduciendo la prueba a tres componentes. Según los resultados obtenidos, se aprecia que la varianza total explicada es válida (tabla 5), en la que los componentes 1, 2 y 3 explican el 41,172% de la varianza de los datos iniciales, lo cual es aceptable.

**Tabla 4.**  
*Reducción de variables.*

Comunalidades							
	Atributos	Inicial	Extracción		Atributos	Inicial	Extracción
1	Estabilidad	1,000	0,352	14	Cilíndrico	1,000	0,530
2	Volumen	1,000	0,430	15	Fragilidad	1,000	0,331
3	Portabilidad	1,000	0,417	16	Hermético	1,000	0,360
4	Resistencia	1,000	0,613	17	Cuadrado	1,000	0,650
5	Superficie	1,000	0,398	18	Establez	1,000	0,350
6	Geometría	1,000	0,380	19	Apoyo	1,000	0,350
7	Sustentación	1,000	0,375	20	Dimensión	1,000	0,477
8	Confort	1,000	0,468	21	Capacidad	1,000	0,454
9	Color	1,000	0,148	22	Contorno	1,000	0,365
10	Crecimiento	1,000	0,289	23	Estructura	1,000	0,329
11	Línea	1,000	0,251	24	Compacto	1,000	0,323
12	Robustez	1,000	0,306	25	Sinuoso	1,000	0,526
13	Textura	1,000	0,177				

Método de extracción: ACP.

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 5.**  
*Reducción de componentes del experimento.*

Varianza total explicada: 3 componentes									
	Auto valores iniciales			Suma de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
Comp.	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	3,647	15,858	15,858	3,647	15,858	15,858	3,316	14,416	14,416
2	3,278	14,252	30,111	3,278	14,252	30,111	3,167	13,770	28,186
3	2,544	11,061	41,172	2,544	11,061	41,172	2,987	12,986	41,172
4	1,572	6,834	48,172						
5	1,231	5,351	53,356						
6	1,066	4,637	57,993						
7	0,947	4,118	62,111						
8	0,900	3,913	66,023						
9	0,841	3,656	69,679						
10	0,792	3,443	73,122						
11	0,748	3,253	76,374						
12	0,640	2,784	79,158						
13	0,625	2,716	81,875						
14	0,580	2,521	84,396						
15	0,553	2,403	86,798						
16	0,536	2,330	89,128						
17	0,494	2,149	91,277						
18	0,441	1,916	93,194						
19	0,387	1,682	94,876						
20	0,360	1,565	96,440						
21	0,340	1,478	97,918						
22	0,267	1,161	99,079						
23	0,212	0,921	100,000						

a. Determinante = 0,000.

Método de extracción: ACP.

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los resultados del componente 1 (15,858%) de explicación, componente 2 (14,252%) y componente 3 (11,061%), se determina como opción válida, para los tres componentes. Por otra parte, para el estudio de las relaciones, se aplica el análisis factorial con rotación Varimax con Kaiser. Se observa que el kmo que se obtiene (0,728), como lo muestra la tabla 6, está dentro de los límites de los valores recomendados, en un nivel aceptable para la prueba.

**Tabla 6.**  
*Reducción de Componentes (kmo).*

KMO y Prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral De Kaiser-Meyer-Olkin		0,728
Prueba de esfericidad De Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	2343,771
	gl	253
	Sig.	0,000

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 7.**  
*Matriz de componentes rotados.*

Atributos	Matriz de componentes rotados (a)		
	Componente 1	Componente 2	Componente 3
Resistencia	0,753	-0,164	-0,089
Confort	0,660	-0,136	0,151
Estabilidad	0,608	-0,013	-0,041
Capacidad	0,593	0,394	-0,083
Portabilidad	0,546	-0,030	0,372
Sustentación	0,539	-0,008	0,265
Cuadrado	-0,491	0,461	0,444
Apoyo	0,463	0,122	0,388
Volumen	0,167	0,636	-0,106
Superficie	-0,006	0,612	0,062
Dimensión	0,305	0,608	-0,158
Estructura	-0,037	0,605	0,003
Geometría	-0,064	0,604	-0,002
Contorno	-0,130	0,594	-0,035
Cilíndrico	-0,296	0,510	0,435
Línea	-0,217	0,416	0,151
Sinuoso	-0,301	0,112	0,650
Ebeltez	-0,139	0,118	0,565
Hermético	0,165	-0,089	0,560
Robustez	0,046	-0,053	0,555
Compacto	0,168	-0,034	0,555
Crecimiento	0,125	0,045	0,509
Fragilidad	0,295	-0,176	0,456

Método de extracción: ACP.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

Fuente: elaboración propia.

## Las agrupaciones

En la Matriz de Componentes Rotados (tabla 7), se observa que en el componente 1 se agrupan los términos con un alto valor asociado a las características funcionales, uso y utilidad, consideradas de naturaleza técnica, como la resistencia, estabilidad o apoyo; en el componente 2, en cambio, la valoración del término se asocia a las características de expresión formal y apariencia del objeto,

como la superficie, la línea o el contorno, orientados principalmente a las cualidades morfológicas del producto; por último, en el componente 3, se evidencia una asociación visual centrada en los aspectos expresivos de la forma del diseño, con un alto valor metafórico y conceptual perteneciente al campo de las ideas y de las personas. Las agrupaciones para el estudio se clasificarán en componente 1: AG1 (utilitarios); componente 2: AG2 (apariencia), y componente 3: AG3 (perceptivos).

El experimento evidencia, hasta ahora, que las variables de la prueba efectivamente pudieron ser agrupadas, como lo muestra la tabla 8. El análisis realizado aclara bastante la influencia y pertenencia del atributo respecto de una u otra agrupación; no obstante, se observan particularidades en el análisis preliminar intergrupo sobre los ítems que integran cada agrupación, lo que requiere una explicación.

## Resultados

Se realizó un análisis factorial, mediante mapas de posicionamiento, basados en el análisis visual de naturaleza gráfica (Salvador y Gargallo, 2006), partiendo de los resultados obtenidos previamente por el ACP. Con este tipo de análisis gráfico, se pretende determinar el grado de acercamiento y pertenencia de la variable a una o más de las agrupaciones identificadas en forma de componentes principales, y su valor porcentual representado en los ejes de abscisas u ordenadas, con respecto a la agrupación que integra. Las variables con una mayor cercanía al eje factorial integrarán solo a la agrupación correspondiente y la correlación para cada factor.

## Análisis de la representación gráfica de los resultados

El estudio se presenta a partir del uso de un instrumento gráfico vectorial, que permitió visualizar las relaciones entre los atributos por cada agrupación identificada. Este análisis muestra si los términos sugeridos integran solo la agrupación sugerida, o si son influenciados por otra de las agrupaciones. En primer lugar, se muestra una distribución total de los 23 términos en un plano de ejes coordinados correspondientes a las agrupaciones AG1: utilitarios (15,858% de la varianza); AG2: apariencia (14,252% de la varianza), pero que también integra AG3: perceptivos (11,061% de la varianza), como lo muestra la figura 5 para observar el grado de influencia intergrupal.

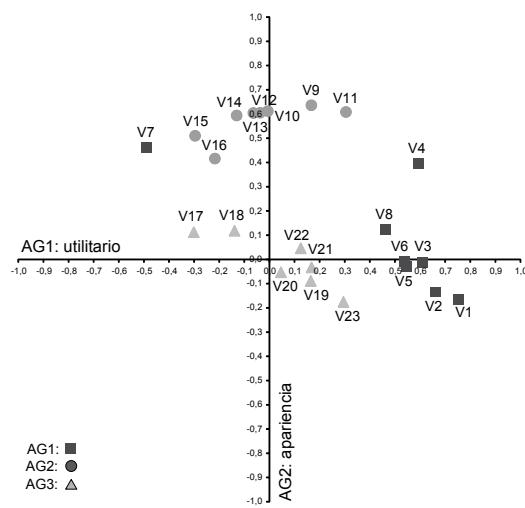


Figura 5. Representación gráfica, agrupaciones AG1 y AG2. Fuente: elaboración propia.

Tabla 8.

*Varianza de los componentes y cargas factoriales de las variables.*

Cargas factoriales / Varianzas					
% varianza del componente 1	15,858%	% varianza del componente 2	14,252%	% varianza del componente 3	11,061%
V1. Resistencia	0,753	V9. Volumen	0,636	V17. Sinuoso	0,650
V2. Confort	0,660	V10. Superficie	0,612	V18. Esbeltez	0,565
V3. Estabilidad	0,608	V11. Dimensión	0,608	V19. Hermético	0,560
V4. Capacidad	0,593	V12. Estructura	0,605	V20. Robustez	0,555
V5. Portabilidad	0,546	V13. Geometría	0,604	V21. Compacto	0,555
V6. Sustentación	0,539	V14. Contorno	0,594	V22. Crecimiento	0,509
V7. Cuadrado	0,491	V15. Cilíndrico	0,510	V23. Fragilidad	0,456
V8. Apoyo	0,463	V16. Línea	0,416		
Componente 1: AG1: utilitarios.					
Componente 2: AG2: apariencia.					
Componente 3: AG3: perceptivos.					

Fuente: elaboración propia.

Se observa en la agrupación AG1 (*utilitarios*) que la variable V4 (*capacidad*), y V7 (*cuadrado*) también influyen de manera importante a la agrupación AG2 (*apariencia*). Asimismo, se evidencia que, a pesar de tener una carga factorial muy alta e integrando la agrupación sugerida, la distinción del valor expresivo del término no aclara a qué agrupación pertenece. Esta tipología de términos conceptuales relacionados con las características funcionales y técnicas se asocia, por lo general, a los valores de la utilidad de un producto; por tanto, representan cualidades y propiedades medibles, como la capacidad que define un volumen, o una estructura que compone el sistema producto, o un cuadrado asociado a los aspectos morfológicos directamente. Sin embargo, es habitual encontrar atributos que se identifican con más de una agrupación. Por otra parte, las variables V1, V2, V3, V5, V6 y V8 solo integran la agrupación AG1, ya que su alta carga factorial y posicionamiento con respecto al eje denota su pertenencia a la agrupación identificada.

Se reconoce que los atributos como *resistencia*, *estabilidad*, *portabilidad* o *apoyo*, entre otros, por lo general se asocian a las especificaciones del diseño o a los aspectos funcionales. La influencia de variables pertenecientes a la agrupación AG2, con menor incidencia sobre la agrupación AG1, como V11 (*dimensión*) y V15 (*cilíndrico*), muestra que en este sentido los valores encontrados asociados a este tipo de atributos se pueden relacionar también con la dimensión funcional y utilitaria. Las variables V9, V10, V12, V13, V14 y V16 solo integran e influyen a la agrupación AG2, con una alta valoración de expresión morfológica, como *superficie*, *geometría* y *contorno*, o de los elementos constituyentes de una forma, como *línea*, por lo que se asocian a las expresiones más formales y de apariencia en el diseño del producto.

En el segundo análisis (figura 6), se muestra la representación de AG1 y AG3. En este caso, en las variables de la agrupación AG1, asociadas a los atributos utilitarios, se observa que los términos V5 (*portabilidad*), V6 (*sustentación*), V7 (*cuadrado*) y V8 (*apoyo*) influencian de manera importante a la agrupación AG3, a pesar de que no la integran. Este tipo de atributos no son tan solo de uso común desde la perspectiva de la ingeniería, sino que también tienen una clara influencia como terminología expresiva sobre las expresiones perceptivas de un producto; asimismo, tienen la capacidad de representar características conceptuales morfológicas cercanas a la percepción de las personas.

Por su parte, las variables V1, V2, V3 y V4 solo integran la agrupación AG1 por su alta carga factorial. Los términos de la agrupación AG3, que denotan su influencia sobre la agrupación AG1 e identifican las variables V17 (*sinuoso*) y V23 (*fragilidad*), tienen correspondencia con la dimensión

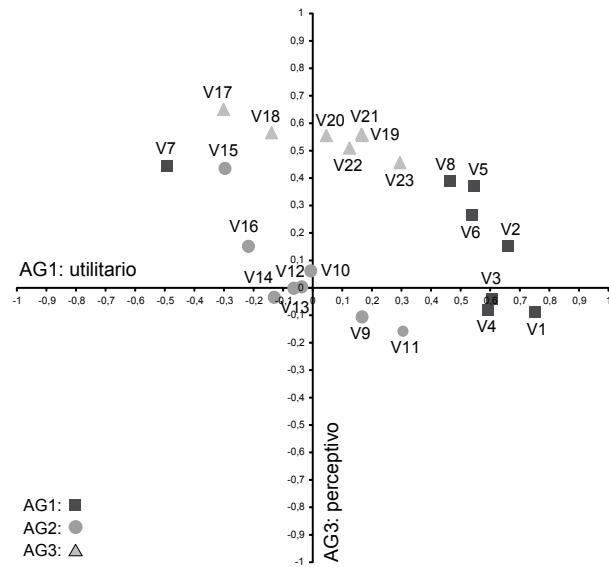


Figura 6. Representación gráfica, agrupaciones AG1 y AG3. Fuente: elaboración propia.

utilitaria, lo que no permite asegurar que solo pertenecen a una u otra agrupación exclusivamente. En cambio, V18, V19, V20, V21 y V22 influencian únicamente a la agrupación AG3, dando sentido de pertenencia a las expresiones con una alta carga conceptual, metafórica y de valores visuales más humanizados, centrando su definición y asignación en el diseño a la experiencia previa, a las expectativas del consumidor, a la personalización y a la satisfacción de las personas representadas en el producto.

## Discusión

La investigación identifica nuevas relaciones y agrupaciones que complementan los hallazgos en la literatura existente, en las que se observa el alto nivel de utilización desde el punto de vista social y del producto, más que del campo de la ingeniería. Por otra parte, el estudio permite identificar un grado de acercamiento relevante entre el diseño y la ingeniería, al momento de relacionar términos conceptuales con los atributos, para dar forma y apariencia al producto. A su vez, ciertos términos conceptuales, a pesar de estar permanentemente utilizados como un metaatributo (*familia de atributos*), quedan fuera del análisis, como el color y la textura, atributos que siempre están presentes en cualquier análisis o definición estratégica en el diseño de un producto. En este sentido, el estudio intenta descubrir si efectivamente los atributos pueden ser agrupados, y no si uno u otro específicamente es o no un atributo, descartando ciertos valores que pudieran estar considerados en un nivel superior o relevante, como pudieran ser el color y la textura.

La experiencia es un factor determinante al momento de diseñar productos. Considerar las agrupaciones de atributos como parte fundamental de la estrategia de diseño permite afirmar que estos deben ser propuestos como un buen método para definir el diseño del producto, puesto que la falta de sincronía de quienes participan del proceso de diseño es evidente a la hora de su utilización. Por otra parte, cada vez más las cualidades asociadas a los aspectos más humanizados pasan a ser relevantes. De hecho, deben ser considerados como factores diferenciadores y críticos para el diseño del producto. La marca, las emociones, las sensaciones y la identidad personalizada son cada vez más importantes; no así los atributos asociados a los aspectos funcionales o utilitarios, ya que de alguna manera estarán resueltos.

La investigación identifica agrupaciones compatibles y similares con los listados de la literatura revisada. Además, concuerda en varios aspectos con la terminología utilizada indistintamente por el diseño, *marketing* o el campo de la ingeniería, y valida la Hipótesis de la investigación que identifica agrupaciones por afinidad y significancia para definir la forma y apariencia del producto. Por otra parte, los metafactores fundamentales podrían estar en agrupaciones, clases o categorías particulares, tales como hedónicos, de estilo, perceptivos, sensoriales, formales, de apariencia, funcionales, utilitarios, ergonómicos o emocionales, entre otros, y su definición en el producto dependerá de quien esté llevando a cabo la etapa del proceso de diseño: marketing, diseño o ingeniería, y en qué etapa de desarrollo del producto se encuentre el proceso de diseño.

## Conclusiones

Se confirma el planteamiento de la hipótesis del estudio: los atributos pueden ser agrupados por afinidad y significancia expresiva. Los instrumentos y análisis de datos permitieron identificar agrupaciones consistentes de atributos asociados a los factores fundamentales del diseño. De manera consistente, se identifican tres agrupaciones: la primera agrupa los atributos asociados con las características funcionales y **utilitarios** del producto; la segunda concentra los atributos asociados a la **apariencia** y aspectos formales del producto, y la tercera está integrada por atributos **perceptivos** que caracterizan los factores cognitivos asociados a las personas, generalmente definidos por términos más abstractos y humanizados, como el estilo, la personalidad o el hedonismo, interviniendo en el diseño desde una perspectiva mucho más subjetiva e impulsados por las ideas, muchas veces con una fuerte connotación metafórica.

Esta investigación sugiere que se debe profundizar en el análisis y comprensión del nivel de origen de la información

y datos de entrada al proceso de diseño, así como a una buena definición de atributos iniciales del diseño, que surgen preliminarmente desde el área de *marketing*, y definidos mediante estudios de mercado, encuestas a consumidores, rediseño de productos, estrategia empresarial, etc. Se evidencia la vinculación intergrupos y asociaciones conceptuales interdisciplina. Las futuras aplicaciones para el diseño del producto al momento de la definición de uno u otro atributo se debe seguir explorando. Asimismo, resultaría de mucho interés realizar nuevos análisis y contrastar los resultados intragrupo: diseño e ingeniería, y observar concordancias y discrepancias a la hora de seleccionar tipologías de atributos identificados en el estudio.

En la revisión de la literatura se observa que los atributos de un producto muchas veces son determinados por las aspiraciones y expectativas de los consumidores, sobre todo al momento de la decisión de compra. De hecho, al ser definidos en las etapas tempranas del proceso de diseño, los atributos ya modelan el concepto de producto, dando como resultado un diseño básico preliminar sobre el que se sustenta el posterior desarrollo del producto. Este hecho trascendental, por lo general poco estudiado, se relaciona con la definición preliminar del concepto del producto. La investigación sugiere estudiar más en profundidad las acciones y tareas que se llevan a cabo en el proceso de diseño, lo que permitiría optimizar los pasos y acciones conceptuales que integran el desarrollo del proceso de diseño del producto, mediante acciones y tareas sincrónicas interdisciplinarias, lo que prevé un acortamiento de los tiempos de conceptualización y desarrollo, sobre todo en la determinación de la mejor trayectoria estratégica del proceso de diseño, orientado hacia resultados con más garantías de éxito empresarial.

La investigación también arroja resultados con respecto al significado del atributo empleado y de la complejidad del uso particular al momento de asignarlo, ya que pueden tener más de una interpretación o manera de expresarlo en el producto. Por ejemplo, el atributo *estable*, puede referirse a alguna calidad técnica del material, como también a una expresión visual de la forma del producto. Esto ocurre también al usar términos con valores más humanizados, como *frágil* o *robusto*, que pueden referirse tanto a las características y aspectos formales, como a alguna característica que se identifica con las personas. El hecho de utilizar términos o conceptos que se asocian indistintamente a la descripción de los rasgos de personalidad de las personas y a la vez pudieran referirse a características funcionales del objeto genera incertidumbre y confusión, pues no aclara muchas veces el propósito en la definición de un atributo u otro en el producto. En este sentido, la asociación y comportamiento del adjetivo (atributo) y su

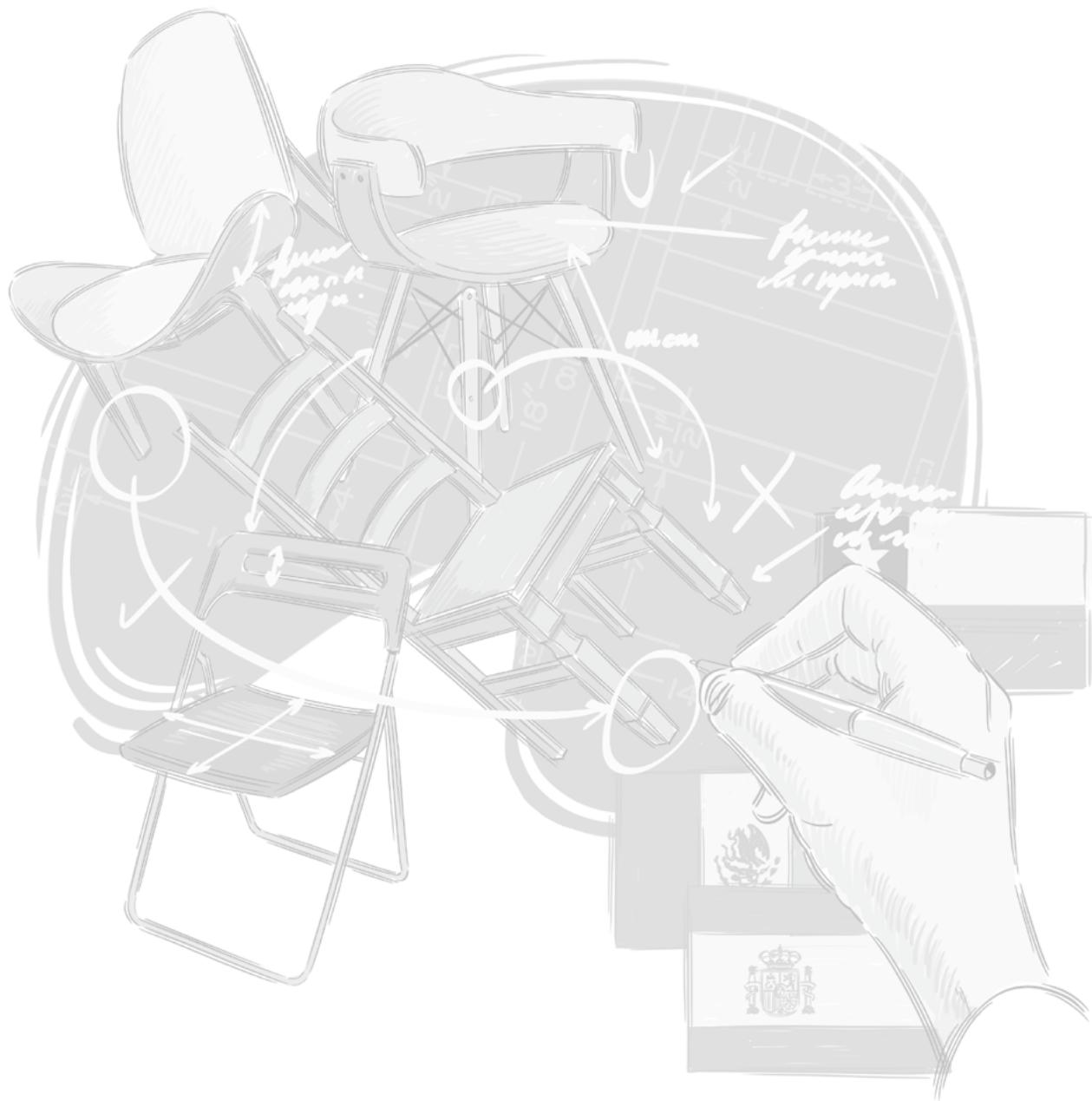
expresión visual tendrá diversos grados de pertenencia o clasificación que lo relacionaría con más de una agrupación de atributos.

Es de interés seguir explorando en el futuro la posibilidad de identificar factores y atributos distintos de los utilizados en esta investigación, sobre todo considerando que la influencia de un determinado atributo pudiera integrar más de un determinado grupo, pudiendo describir diferentes significados o expresar más de un estado representativo de la forma y apariencia del producto. Los atributos hasta ahora no están completamente identificados, agrupados o categorizados. Entendemos que la utilización del recurso verbal es un acto fundamental para el diseñador en el proceso de diseño, y debe ser considerado como una herramienta estratégica. No debemos olvidar la importancia que, para las empresas, tiene la acción final en la venta del producto. Debemos comprender el correcto funcionamiento de los mecanismos que concluyen en la acción de compra del consumidor y conocerlos con mayor profundidad desde el arranque del proceso de diseño hasta la posventa. Esto serviría, sin lugar a dudas, para mejorar el ciclo de vida del producto, sus consecuencias para el medio ambiente y, sobre todo, su éxito comercial.

## Referencias bibliográficas

- Aurisicchio, M., Eng, N. L., Ortiz, J. C., Childs, P. R., & Bracewell, R. H. (2011). *On the functions of products. Proceedings of 18th International Conference on Engineering Design (ICED)*, 10, 443-455.
- Bañó, M. (2010). El diseño industrial. Nuevos aspectos funcionales, estéticos y simbólicos de los productos de consumo. Madrid: CEU.
- Bedolla, D., Gil, J., & Ruiz, A. A. (2009). El ARS en el estudio y evaluación de metodología para el diseño de productos industriales: aplicación y perspectiva. *Redes, Revista Hispana para el análisis de redes sociales*, 17(9), 195-209.
- Bedolla, D., Lloveras, J., & Gil, J. (2004). Diseño sensorial: Modelos guía para la concepción de productos más humanizados. *VIII Congreso Internacional de Ingeniería de Proyectos*, Bilbao, España, pp. 107-114.
- Blijlevens, J., Creusen, M. E., & Schoormans, J. P. (2009). How consumers perceive product appearance: The identification of three product appearance attributes. *International Journal of Design*, 3(3), 27-35.
- Cardozo, J. J., Hernandis, B., & Ramírez, N. Y. (2015). Aproximación a una categorización de los sistemas de productos: el uso y la experiencia del consumidor como configuradores. *Innovar*, 25(58), 125-142. doi: 10.15446/innovar.v25n58.52438.
- Chiang, W. C., Penathur, A., & Mital A. (2001). Designing and manufacturing consumer products for functionality: A literature review of current function definitions and design support tools. *Integrated Manufacturing Systems*, 12(6), 430-448.
- Cohran, D., Eversheim, W., Kubin, G., & Sesterhenn M. L. (2000). The application of axiomatic design and lean management principles in the scope of production system segmentation. *The International Journal of Production Research*, 38(6), 1377-1396.
- Crawford, R. P. (1954). *Techniques of creative thinking*. New York: Hawtorn.
- Desmet, P. M., Ortiz J. C., & Schoormans, J. P. (2008). Product personality in physical interaction. *Design Studies*, 29, 458-477. doi:10.106/j.destud.2008.06.003
- Dym, C., & Little, P. (2006). *El Proceso de Diseño en Ingeniería*. Bogotá: Limusa-Wiley.
- Elejabarrieta, F. J., & Iñiguez, L. (2008). Construcción de Escalas de Actitud tipo Thurst y Likert. *La Sociología en sus escenarios*, 17, 1-47.
- Gero, J. (2000). Computational Models of Innovative and Creative Design Process. *Technological Forecasting and Social Change*, 64, 183-196.
- Godas, L. (2006). El Producto. Tipos, Atributos y Diferenciación. *Revista Offarm, Gestión Farmacéutica*, 25(5), 116-120.
- Guerrero, M., Hernandis, B., & Agudo, B. (2014). Estudio comparativo de las acciones a considerar en el proceso de diseño conceptual desde la ingeniería y el diseño de productos. *Ingeniare, Revista Chilena de Ingeniería*, 22(3), 398-411. doi: 10.4067/S0718-33052014000300010
- Hernandis, B. (2004). *Desarrollo de una metodología sistemática para el diseño de productos industriales*. [tesis doctoral no publicada]. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Hosnedl, S., Srp, Z., & Dvorak, J. (2008). Technical products and their attributes—Theory and practical applications. *Modern Machinery Science Journal*, 12, 58-61. doi:10.17973/mmsj.2008\_12\_20081205
- Janhager, J. (2005). *User Consideration in Early Stages of Product Development—Theories and Methods* [tesis doctoral]. Stockholm: Institute of Technology.
- Karjalainen, T. M. (2003). Strategic design language—Transforming brand identity into product design elements. *Proceedings of 10th International Product Development Management Conference*, Brussels.
- Karjalainen, T. M., Nikitas, A., & Rahe, U., (2013). Strategic Design through Brand Contextualization. *Proceedings of 5th International Congress of International Association of Societies of Design Research*, Tokio, Japan.
- Lee, S., Ha, S., & Widdows, R. (2011). Consumer responses to high-technology products: Product attributes, cognition, and emotions. *Journal of Business Research*, 64, 1195-1200. doi:10.1016/j.jbusres.2011.06.022
- Lenau, T., & Boelskifte, P. (2003). Soft and hard product attributes in design. *Norcode seminar semantic & aesthetic functions in design*, Helsinki, Finlandia.
- León, M. R. (2009). *Sistémica aplicada al Diseño de Productos en Venezuela* [tesis doctoral]. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Liang, V. C., & Paredis, C. J. (2004). A port ontology for conceptual design of systems. *Journal of Computing and Information Science in Engineering*, 4, 206-217.
- Lin, L., & Chen, L. C. (2002). Constraints modeling in product design. *Journal Engineering Design*, 13(3), 205-214.
- Mejía, M. E. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Michalko, M. (2006). *Thinkertoys: A Handbook of Creative-Thinking Techniques*. Publishers Group.
- Mitchell, C. T. (1995). Action, perception, and the realization of design. *Design Studies* 16(1), 4-28.
- Morales, V. P. (2011). *Guía para construir cuestionarios y escalas de actitudes*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.

- Mulet, E. (2003). *Análisis Experimental y Modelización Descriptiva del Proceso de Diseño* [tesis doctoral]. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Ortiz, J. C., Schoormans, J. P., & Aurisicchio, M. (2011). An approach to embody personality in product appearance. *Proceedings 4th IASDR World Conference on Design Research*, 3.
- Ortiz, J. C., & Hernández, L. I. (2008). Product relevant emotions in the spanish language. *Proceedings of Design & Emotions Conference*, Hong Kong, China.
- Otto, K., & Wood, K. (2001). *Product Design, Techniques in Reverse Engineering and New Product Development*. Michigan: Prentice Hall.
- Popovic, V. (2004). Expertise development in product design–Strategic and domain-specific knowledge connections. *Design Studies*, 25(5), 527-545.
- Rindova, V., & Petkova, A. (2007). When Is a New Thing a Good Thing? Technological Change, Product Form Design, and Perceptions of Value for Product Innovations. *Organization Science*, 18(2), 218-228.
- Rodríguez, M. J., & Mora, R. (2001). Análisis factorial. En: *Estadística informática: casos y ejemplos con el SPSS* (pp. 127-142). Alicante: Universidad de Alicante.
- Salvador, F. M., & Gargallo V. P. (2013). *Análisis Factorial*. 5 campus. com. Recuperado el 22 de febrero 2013 de <http://www.5campus.com/leccion/factorial>.
- Tochizawa, M., Nomura, Y., Ujjie, Y., & Matzuoka, Y. (2007). A grasp of study characteristics of design and engineering design based on multispace design model. *Proceeding of International Association of Societies of Design Research (IASDR) Conference*, Hong Kong, pp. 4-5.
- Tong, G. (2009). Analogical Product Atributes (APA) Model: Methodology for Business of Design Analysis. *IASDR*, 2(5), 2131-2140.
- Ulrich, K., & Eppinger, S. D. (2004). *Diseño y Desarrollo de Productos: enfoque multidisciplinario*. México: Mc Graw Hill.
- Van Kleef, E. (2006). *Consumer research in the early stages of new product development* [tesis doctoral]. Wageningen: Wageningen University.
- Van Wie, M., Bryant, C. R., Bohm, A., McAdams, D., & Stone R. (2005). A model of function-based representations. *Cambridge Journal*, 19(2), 89-111.
- Vergara, M., Mondragón, S., Sancho, Bru, J., Company, C., & Pérez, G. (2006). Aplicación de la semántica de productos al diseño de herramientas manuales-Estudio piloto para la selección de semánticos en martillos. *X Congreso Internacional de Ingeniería de Proyectos*, Valencia, España, 803-812.
- Warell, A. (2004). Towards a theory-based method for evaluation of visual form syntaxics. *The Fifth International Symposium on Tools and Methods of Competitive Engineering (TMCE)*, Lausanne, Switzerland, 2, 913-923.
- Wen-Chuan, C., Arunkumar, P., & Anil., M. (2001). Designing and manufacturing consumer products for functionality: a literature review of current function definitions and design support tools. *Integrated Manufacturing Systems*, 12(6), 430-448. doi:10.1108/EUM0000000006108
- Zikmund, W., & Babin, B. (2009). *Investigación de Mercados*. México: Cengage Learning Inc.



THE WEATHER AND ITS RELATION TO THE ACTIVITIES, LOYALTY AND SATISFACTION OF THE NAUTICAL TOURIST WHO VISITS LA RUTA DEL SOL (ECUADOR)

**ABSTRACT:** The weather is a destination attribute capable of influencing tourists' behavior, especially in those segments motivated by leisure and outdoors recreation. In nautical tourism the weather is essential because it conditions nautical-related activities. Considering the lack of research on the relationship between weather and nautical behavior, this paper proposes an ordinal logistic regression model that allows measuring the impact of the weather on the number of nautical activities, the number of visits to a destination and the overall satisfaction of tourists. This model also compares such an impact with the effect of other destination attributes. After surveying 201 nautical tourists (domestic and foreign) visiting La Ruta del Sol (Ecuador) in 2015, it was possible to prove that weather satisfaction of nautical practitioners is essential for guaranteeing their overall satisfaction with the destination. This study also highlights the dominant effect of the weather on the nautical behavior and foreign tourists' loyalty towards a destination, which demonstrates the importance of working on the design of products and services with weather-meteorological information for managing international nautical tourism in the destination under study. Additionally, in order to increase tourists' loyalty and stimulate nautical consumption of the national market, it is necessary to work in other aspects that will be discovered throughout this work.

**KEYWORDS:** Nautical activities, weather, loyalty, satisfaction, nautical-recreational tourism.

A RELAÇÃO DO CLIMA COM AS ATIVIDADES, A FIDELIDADE E A SATISFAÇÃO DO TURISTA NÁUTICO QUE VISITA A RUTA DEL SOL (ECUADOR)

**RESUMO:** O clima é uma característica do destino capaz de influenciar o comportamento turístico, especialmente aqueles segmentos motivados pelo lazer e pela recreação ao ar livre. No turismo náutico, o clima é essencial, porque condiciona a realização da atividade náutica. Ante a escassez de pesquisas que estudem a relação entre clima e comportamento náutico, este artigo propõe um modelo de regressão logística ordinal, que permite medir o impacto do clima na quantidade de atividades náuticas, no número de visitas ao destino e na satisfação global do turista, e compará-lo ao efeito dos demais atributos. Como resultado de entrevistar 201 turistas náuticos, nacionais e estrangeiros, que visitaram a Ruta del Sol (Equador) em 2015, pôde-se comprovar que a satisfação climática do praticante náutico é essencial para garantir sua satisfação com o destino. O estudo também evidencia o efeito dominante que o clima exerce sobre o comportamento náutico e sobre a fidelidade do turista estrangeiro, o que demonstra a importância de trabalhar na elaboração de produtos e serviços com informação climático-meteorológica, para a gestão do turismo náutico internacional nesse destino. Contudo, no que se refere a aumentar a fidelidade e estimular o consumo náutico do mercado nacional, requer-se trabalhar em outros aspectos que serão descobertos ao longo deste trabalho.

**PALAVRAS-CHAVE:** atividades náuticas, clima, fidelidade, satisfação, turismo náutico-recreativo.

LE CLIMAT PAR RAPPORT AUX ACTIVITÉS, LA LOYAUTÉ ET LA SATISFACTION DU TOURISTE NAUTIQUE QUI VISITE LA RUTA DEL SOL (ÉQUATEUR)

**RÉSUMÉ :** Le climat est un attribut de la destination capable d'influencer le comportement des touristes, en particulier dans les segments motivés par les loisirs et les activités récréatives de plein air. Dans le tourisme nautique le climat est essentiel, car il conditionne la réalisation de l'activité nautique. Face au manque de recherche qui étudie la relation entre le climat et le comportement nautique, cet article propose un modèle de régression logistique ordinal qui permet de mesurer l'impact du climat sur le nombre d'activités nautiques, le nombre de visites à destination et la satisfaction globale du touriste, et le comparer avec l'effet des autres attributs. Grâce à l'enquête de 201 touristes nautiques, nationaux et étrangers, qui ont visité la Ruta del Sol (Équateur) en 2015, on a pu prouver que la satisfaction climatique du pratiquant nautique est essentielle pour assurer sa satisfaction envers la destination. L'étude met également en évidence l'effet dominant exercé par le climat sur le comportement nautique et la fidélité des touristes étrangers, ce qui démontre l'importance de travailler sur la conception de produits et services avec des informations météorologiques pour la gestion du tourisme nautique international dans cette destination. Cependant, afin d'augmenter la loyauté et de stimuler la consommation nautique du marché national, il est nécessaire de travailler dans d'autres aspects, que l'on découvre tout au long de ce travail.

**MOTS-CLÉ :** activités nautiques, climat, fidélité, satisfaction, tourisme nautique-récréatif.

**CITACIÓN:** Lam González, Y. E., León González, Carmelo J., & De León Ledesma, J. (2018). El clima y su relación con las actividades, la fidelidad y la satisfacción del turista náutico que visita la Ruta del Sol (Ecuador). *Innovar*, 28(67), 41-57. doi: 10.15446/innovar.v28n67.68612.

**ENLACE DOI:** <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68612>.

**CLASIFICACIÓN JEL:** L83, M31, Z32.

**RECIBIDO:** julio 2016. **APROBADO:** junio 2017.

**DIRECCIÓN DE CORRESPONDENCIA:** Javier de León Ledesma. Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Módulo D (Despacho D-0.0.5). Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Campus Universitario de Tafira, s/nCP 35017. Las Palmas, España.

# El clima y su relación con las actividades, la fidelidad y la satisfacción del turista náutico que visita la Ruta del Sol (Ecuador)

**Yen E. Lam González**

Ph. D. en Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de las Palmas de Gran Canaria

Las Palmas de Gran Canaria, España

Grupo Turismo, Economía y Medio Ambiente

yen.lam@ulpgc.es

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-3239-9795>

**Carmelo J. León González**

Ph. D. en Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de las Palmas de Gran Canaria

Las Palmas de Gran Canaria, España

Grupo Turismo, Economía y Medio Ambiente

carmelo.leon@ulpgc.es

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9451-4093>

**Javier de León Ledesma**

Ph. D. en Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de las Palmas de Gran Canaria

Investigador asociado Universidad Autónoma de Chile

Las Palmas de Gran Canaria, España y Santiago, Chile

Grupo Turismo, Economía y Medio Ambiente

javier.leon@ulpgc.es

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4648-8924>

**RESUMEN:** El clima es un atributo del destino capaz de influir en el comportamiento turístico, especialmente en aquellos segmentos motivados por el ocio y la recreación al aire libre. En turismo náutico, el clima es esencial, porque condiciona la realización de la actividad náutica. Frente a la escasez de investigaciones que estudien la relación entre clima y comportamiento náutico, este artículo propone un modelo de regresión logística ordinal, que permite medir el impacto del clima en la cantidad de actividades náuticas, el número de visitas al destino y la satisfacción global del turista, y compararlo con el efecto del resto de atributos. Como resultado de encuestar a 201 turistas náuticos, nacionales y extranjeros, de visita en la Ruta del Sol (Ecuador) en el 2015, se ha podido comprobar que la satisfacción climática del practicante náutico es esencial para garantizar su satisfacción con el destino. El estudio también pone de relieve el efecto dominante que ejerce el clima sobre el comportamiento náutico y la fidelidad del turista extranjero, lo que demuestra la importancia de trabajar en el diseño de productos y servicios con información climático-meteorológica, para la gestión del turismo náutico internacional en este destino. Sin embargo, en aras de elevar la fidelidad y estimular el consumo náutico del mercado nacional, se requiere trabajar en otros aspectos, que se descubren a lo largo de este trabajo.

**PALABRAS CLAVE:** actividades náuticas, clima, fidelidad, satisfacción, turismo náutico-recreativo.

## Introducción

Al clima se le reconoce como uno de los elementos del destino con mayor potencial de impacto en el comportamiento turístico (Bafaluy, Amengual, Romero y Homar, 2014; Rosselló y Waqas, 2016), aunque los estudios en torno a tal cuestión aún se consideran escasos (Ciucci, Calussi, Menesini, Mattei, Petralli y Orlandini, 2013; Denstadli, Steen y Lohmann, 2011; Scott y Lemieux, 2010) y poco efectivos, desde el punto de vista cuantitativo (Goh, 2012) y del análisis a nivel sociopsicológico del individuo (Rutty y Scott, 2010; Scott, Gössling y De Freitas, 2008).

En turismo náutico, el clima juega un papel fundamental en los procesos de elección y en la planificación de actividades y duración de la estancia en el destino (Gómez-Martín, Armesto-López y Martínez-Ibarra, 2014). Asimismo, se sabe que las expectativas de un turista náutico respecto al tiempo o clima del destino difieren del ideal climático de un turista medio, donde sol y viento en calma obtienen una mayor preferencia (Ramis y Llinás, 2014). Incluso dentro del propio segmento náutico, las percepciones y valoraciones sobre el clima pueden variar de un turista a otro en función del tipo de actividad que realiza, las habilidades náuticas y la experiencia acumulada en esta práctica re-creativa (Ramis y Llinás, 2014).

El presente trabajo propone un modelo explicativo del efecto que produce la satisfacción climática del turista náutico, en la cantidad de actividades náuticas que realiza durante su estancia, la repetición de la visita y en la satisfacción global con el destino. El estudio se lleva a cabo en Ecuador, concretamente en el destino Ruta del Sol, donde el desarrollo de la náutica se ha convertido en una prioridad en el ámbito público. La investigación se centra en el segmento náutico-recreativo y tiene un enfoque comparativo, entre turistas nacionales y extranjeros.

Los resultados son de interés para los gestores de destinos como Ruta del Sol, que deseen hacer del turismo náutico un vector clave de mejora de su competitividad y sostenibilidad, porque permiten entender qué atributos del destino son dominantes para explicar y predecir el comportamiento de los turistas náuticos, y para estimular el consumo, la satisfacción y la fidelidad al destino. Por último, la investigación contribuye a una mejor comprensión del reto que representa el fenómeno del cambio climático para la gestión turística.

## Revisión de la literatura

En turismo, el clima tiene funciones muy diversas (Day, Chin, Sydnor y Cherkauer, 2013): es un recurso geofísico (Martín, 1999), con capacidad de generar ventajas competitivas

para los destinos (Ritchie y Crouch, 2003); un componente intangible del atractivo y la imagen de los destinos (Moreno-Gil, Martín-Santana y De León-Ledesma, 2012), y del conjunto de experiencias que estos ofrecen (Day *et al.*, 2013; Hanlan y Kelly, 2005); y un recurso frecuentemente empleado en la promoción turística (Hamilton y Lau, 2005).

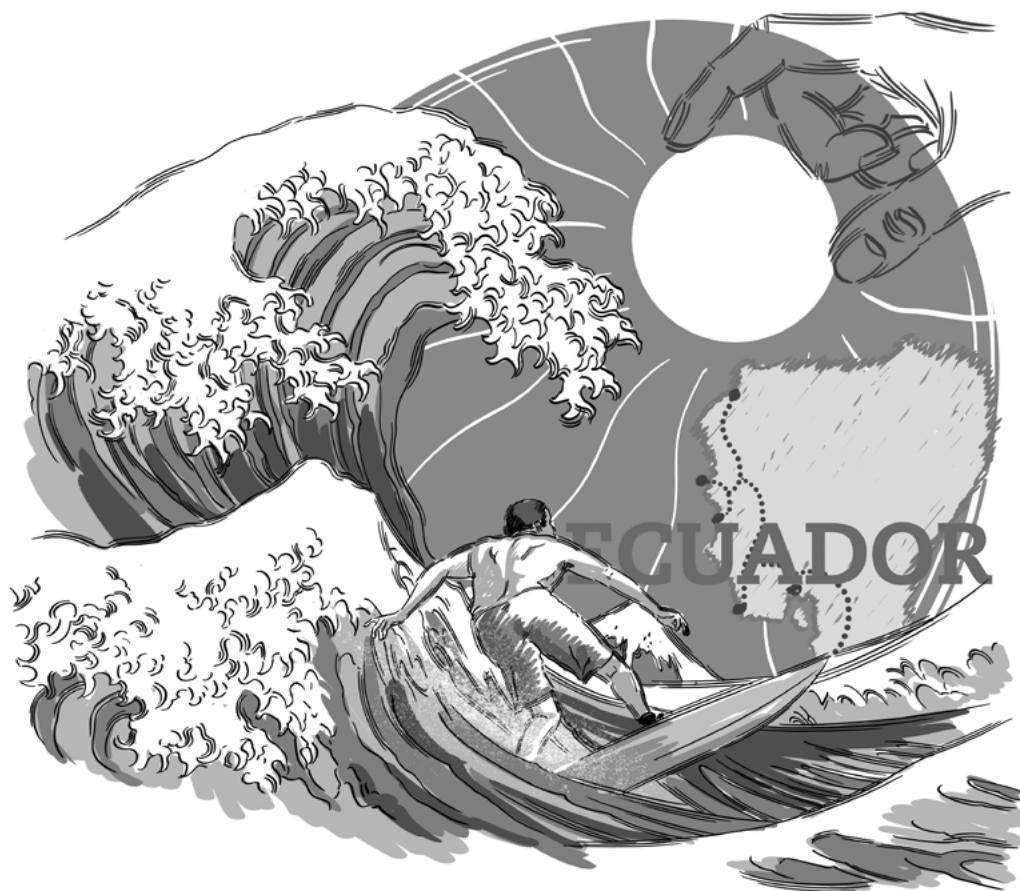
En este epígrafe se realiza una síntesis de la literatura sobre la climatología del turismo, con especial interés en las áreas relacionadas con el comportamiento turístico y el estudio de las percepciones humanas. Por último, se dedica un apartado a los descubrimientos sobre el segmento náutico.

### Clima y comportamiento turístico

Son varios los estudios que han corroborado el modo en que el clima condiciona el comportamiento turístico (Amengual, Homar, Romero y Alonso, 2014; Amelung y Viner, 2006; De Freitas, 2015). Las expectativas y preferencias del turista sobre el tiempo o clima del destino influyen en sus motivaciones para viajar (Kozak, 2002; Li, Song y Li, 2016), en la elección de un destino u otro (Hamilton, 2004; Martínez-Ibarra y Gómez-Martín, 2012; Rosselló y Waqas, 2016; Rutty y Scott, 2010), en la planificación del viaje desde origen (De Freitas, 2003; Eugenio-Martín y Campos-Soria, 2014), y en la duración, el momento y la estación de viaje (Gómez-Martín, 2005; Ridderstaat, Oduber, Cross, Nijkamp y Martens, 2014; Scott y Limieux, 2010).

En este contexto es necesario hacer alusión al fenómeno de la *estacionalidad turística*. La duración de las estaciones y las condiciones climatológicas de un destino son una fuerza motora o limitante de flujos turísticos hacia este (Allock, 1994; Butler, 2001), así como los eventos extremos como huracanes y tormentas, se consideran un condicionante del crecimiento o decrecimiento turístico a largo plazo (Cook, 2010; Thapa, 2012). No obstante, la estacionalidad turística también puede encontrar su causa en factores institucionales (Ramis y Llinás, 2014). En particular, son muchos los estudios aplicados a la estacionalidad turística, entre los que se destacan Amelung, Nicholls y Viner (2007), Bafaluy *et al.* (2014), Martínez-Ibarra y Gómez-Martín (2012) y Ridderstaat *et al.* (2014).

También se ha demostrado que una positiva imagen del clima del destino beneficia la imagen del destino (Beerli y Martín, 2004; Hanlan y Kelly, 2005; Moreno-Gil *et al.*, 2012), así como influye en la experiencia turística (Jones, Scott y Abi-Khaled, 2006), en la satisfacción y el gasto (Amengual *et al.*, 2014; Førland, Steen, Denstadli, Lohman, Hanssen-Bauer y Tømmervik, 2013; Lise y Tol, 2002), y en las decisiones de elección y repetición de la visita del turista (Gallarza, Gil y Calderón, 2002; Wilson y Becken,



2011). A este respecto, hay autores que han llegado a plantear que el clima es un atributo dominante, porque es el que tiene el mayor efecto en la demanda y la satisfacción turística (Ciucci *et al.*, 2013).

A pesar del conocimiento generado en esta área, los resultados aún no permiten construir una teoría económica al respecto, ni hacer extensivas las conclusiones a todos los contextos turísticos, por las diferentes condiciones climáticas de cada región (Li *et al.*, 2016), y por la naturaleza discrecional de las preferencias y reacciones humanas al respecto (Ciucci *et al.*, 2013).

### Clima y valoración del turista

El *clima* es el estado medio del *tiempo*, con la intervención de varios parámetros (temperatura, humedad, viento, etc.), y sus causas y efectos durante un período prolongado; mientras que el *tiempo* hace referencia a una condición específica de la atmósfera en un lugar y momento concreto. Dada la cercanía de ambos términos, *clima* y *tiempo* suelen usarse de manera indistinta en la investigación en turismo, sobre todo cuando se trata de valoraciones o percepciones humanas (Matzarakis, 2001).

El estudio de las percepciones y las respuestas humanas frente al clima se ha venido desarrollando en dos corrientes principales: i) el análisis del comportamiento hipotético condicional, en el cual los individuos reaccionan o piensan sobre la influencia de un pronóstico del tiempo, y ii) el análisis de la información declarada u observada *in situ*, que es una técnica más fiable. Idealmente, este tipo de análisis debe enfocarse en grupos sociales concretos, preferiblemente segmentados en cuanto a tipo de actividad –por ejemplo, *todos los turistas* es un grupo demasiado amplio y heterogéneo– (Matzarakis, 2001).

Del conjunto de índices climáticos que coexisten en el entorno, la temperatura es el factor que mayor influencia tiene sobre las percepciones de confort de los individuos, aunque también intervienen la humedad, la velocidad del viento y la radiación solar (Fernández, 1994). En turismo, la temperatura es el aspecto más valorado por los turistas a la hora de elegir un destino, siendo el resto de índices relevantes para la planificación de las actividades *in situ* (Gössling, Scott, Hall, Ceron y Dubois, 2012). Asimismo, se ha podido comprobar que las expectativas de confort climático o buen clima en turismo son completamente relativas, porque dependen de los tipos de actividades que se realizan (Martín, 2005).

Las expectativas, reacciones y opiniones de los turistas sobre el clima del destino también están influenciadas por sus características sociodemográficas, por las condiciones climáticas de su lugar de residencia (Eugenio-Martín y Campos-Soria, 2014), y tienen un alto componente socio-psicológico (Goh, 2012). En sus valoraciones, estos tienden a reflejar únicamente su experiencia personal durante la estancia, que puede no coincidir con las condiciones medias reales del tiempo del destino (Gössling, Bredberg, Randow, Sandström y Svensson, 2008). Por el carácter subjetivo que tiene, se sugiere que este tipo de estudios de valoración turística del clima vengan siempre acompañados de trabajos de campo con observaciones reales (De Freitas, 2015), aunque se haya demostrado que existe una relación directa entre el comportamiento real de los índices climáticos de los destinos y las intenciones de los viajeros de regresar (Denstadli *et al.*, 2011).

Por último, dada la importancia de los efectos del cambio climático en el turismo y viceversa, este tema se presenta como el nuevo y más importante reto de la investigación científica de los últimos años (Denstadli y Jacobsen, 2014; Førland *et al.*, 2013; Pérez-Redondo, 2010). Se espera que el cambio climático y las preocupaciones y percepciones de riesgo y afectación del confort climático de los turistas frente al fenómeno (Gössling *et al.*, 2008) estén modificando las preferencias de la demanda turística (Araña, León, Moreno-Gil y Zubiaurre, 2013), y provoquen alteraciones importantes en la geografía del turismo en el ámbito global (Yu, Schwartz y Walsh, 2009). Los estudios disponibles aún no son suficientes para comprender y predecir estos cambios, ni las políticas climáticas y turísticas requeridas para gestionarlos (Gómez-Martín, Armesto-López y Cors-Iglesias, 2017; Gössling, Hall y Scott, 2012).

## Clima y turismo náutico

El turismo náutico es el segmento del turismo que viaja motivado por las prácticas de ocio, recreación y deportes en el mar (Ferradás-Carrasco, 2001). A la actividad náutica se le reconocen grandes cualidades para el desarrollo socioeconómico (Favro y Gržetić, 2008; Lee y Yoo, 2015; Luković, 2013; Mikulić, Krešić y Kožić, 2015), tales como su capacidad de generación de empleo estable y cualificado, su facilidad para complementarse con otras actividades turísticas, su efecto atenuante de la estacionalidad turística y el impulso que le otorga a la dinamización de las franjas litorales y a la innovación tecnológica en los destinos (Kovačić, Zvonko y Desimir, 2011). Esta es una actividad que genera un alto impacto económico (Alcover, Alemany, Jacob, Payeras, García y Martínez, 2011; Luković, 2013), lo que se debe a que el gasto medio del turista náutico es un 30% superior al de un turista con otra motivación, al igual

que la estancia en el destino también es superior (Kovačić y Favro, 2012).

Las modalidades del turismo náutico más estudiadas en el ámbito académico son: i) el turismo de cruceros, ii) la náutica de recreo (refiriéndose al negocio de marinas deportivas y amarres) y iii) el chárter náutico (alquiler de embarcaciones), las que se consideran subsegmentos pilares del sector por la alta rentabilidad y las previsiones de crecimiento que se le otorgan (Cieniewicz, 2014; Luković, 2012). El turismo náutico-recreativo, objeto de este estudio, constituye la cuarta modalidad, y se refiere a la recreación deportiva en el mar (la vela y el remo con todos sus derivados; la pesca deportiva, el esquí, el surf y todos sus derivados). El importante papel que están tomando las actividades náutico-recreativas globalmente en las preferencias del turismo está provocando un reciente interés entre los investigadores (Ferradás-Carrasco, 2002; Ponting y O'Brien, 2015; Rodríguez, 2004).

Para el turista náutico, el clima es un atributo fundamental, porque condiciona la realización de las actividades planificadas en el destino (Gómez-Martín *et al.*, 2014) y, por consiguiente, la calidad de la experiencia turística. La percepción de *buen clima* para un turista náutico difiere mucho del confort o ideal climático de un turista medio, donde sol y viento en calma son los que obtienen una mejor calificación (Hernández-Martín, 2012). Mientras que una elevada insolación o fuertes vientos son concebidos como factores limitantes para el desarrollo del producto *sol y playa*, en la actualidad son un atractivo clave para determinados deportes náuticos (Ramis y Llinás, 2014).

Asimismo, las percepciones y valoraciones que los practicantes náuticos tienen del clima varían entre ellos, en función del tipo de actividad náutica que realizan (Ramis y Llinás, 2014), cosa que no sucede con el resto de los segmentos del turismo activo y de naturaleza. La mayor potencia del viento con dirección estable es crucial para la calidad y consistencia de las olas en las actividades del surf (Martin y Assenov, 2012), mientras que para la navegación a vela se necesita determinada dirección y equilibrio entre la fuerza del viento, el estado del mar, y la altura de las olas (mejor pequeñas). Estas preferencias también podrían variar también en función del dominio y de las habilidades para el deporte, de la zona elegida para las actividades, etc.

Este carácter multifacético en cuanto a preferencias climáticas hace que el turismo náutico se considere una solución para aquellos destinos con marcada estacionalidad, aunque tampoco hay consenso al respecto. Unos autores afirman que el turismo náutico es una actividad que no tiene tanta dependencia del clima comparado con otros

segmentos (Ferradás-Carrasco, 2001), y otros autores sugieren que, en el caso de las costas atlánticas españolas, el turismo náutico recreativo se ha desarrollado más que en el Mediterráneo, debido al clima como punto a favor (Luković, 2012).

Por último, estudios como los de Hemer, Fan, Mori, Semedo y Wang (2013) apuntan al riesgo que representa el cambio climático para la sostenibilidad del turismo náutico, ya que se pronostican variaciones drásticas en la calidad, dirección y altura de las olas, lo que no solamente provocará alteraciones morfológicas en las playas y litorales, sino que también podría significar, en algunos entornos, la extinción de la propia actividad. Unido a ello se encuentra el impacto esperado sobre la intensidad y frecuencia de fenómenos meteorológicos extremos (Scott *et al.*, 2008), el desajuste de los patrones estacionales (Knutti y Sedláček, 2013) y la mayor impredecibilidad de las características climáticas de los diferentes emplazamientos (Kirtman, Power, Adedoyin, Boer, Bojariu, Camillon, *et al.*, 2013). Recientemente, otros autores se han dedicado a estudiar los efectos del cambio climático en el gasto y en los movimientos geográficos en este segmento (Anning, Ware, Raybould y Lazarow, 2013; Martin y Assenov, 2012).

## Diseño del estudio

El objetivo fundamental de esta investigación es explicar el efecto que produce la satisfacción climática del turista náutico, en la cantidad de actividades náuticas que este realiza durante su estancia, la repetición de la visita y en la satisfacción global, y compararlo con el efecto del resto de atributos del destino. Más concretamente el estudio mide la satisfacción declarada por el turista náutico con el clima del destino (a partir de ahora CLIM), y con las condiciones del tiempo para el deporte náutico (a partir de ahora CLI \_DEP).

Se parte del supuesto de que el cumplimiento de las expectativas del turista con respecto a las condiciones climáticas del destino, y para el deporte náutico, le permitirá el desarrollo exitoso de las actividades planificadas y lo motivará para la realización de una gran variedad actividades en el entorno marítimo (a partir de ahora ACT), que ha demostrado ser un elemento importante para lograr una experiencia turística satisfactoria en el segmento (Ju-gović, Kovacic y Hadžić, 2011). Si estas necesidades están cubiertas: i) condiciones climáticas idóneas desde la percepción del turista, y ii) consumo y disfrute de una amplia variedad de actividades náuticas durante la visita, los turistas estarán más satisfechos con el destino (en lo adelante SAT) y serán más fieles, porque habrán visitado más veces el destino (VISIT).

Tomando en consideración que existen otros atributos del destino, tales como infraestructuras, accesibilidad, la oferta náutica, turística y cultural, etc., que se ha demostrado que influyen en la experiencia turística de este segmento (Chang, Liu, Park y Roh, 2015; Mikulić *et al.*, 2015), aquí se espera que también lo hagan sobre ACT, VISIT y SAT, aunque con una intensidad de efecto menor que CLIM y CLI \_DEP.

Con esto se plantean las hipótesis de investigación, de manera diferenciada para el mercado de turistas nacionales y extranjeros, para facilitar la interpretación de los resultados. En primer lugar, se propone un efecto directo y positivo de la satisfacción con el clima sobre las variables dependientes. En segundo lugar, se plantea que la probabilidad asociada al efecto de la satisfacción climática del turista sobre ACT, VISIT y SAT será mayor que con el resto de los atributos del destino.

El primer grupo de hipótesis relaciona la satisfacción climática con las ACT:

*H1. Turistas nacionales con más actividades náuticas realizadas durante la visita son los que declaran estar más satisfechos con el clima o tiempo del destino para el deporte náutico.*

*H2. Turistas extranjeros con más actividades náuticas realizadas durante la visita son los que declaran estar más satisfechos con el clima o tiempo del destino para el deporte náutico.*

*H3. La probabilidad de que turistas nacionales que declaran altos niveles de satisfacción climática hayan realizado más actividades náuticas durante su estancia en el destino es mayor que la probabilidad asociada a altos niveles de satisfacción con otros atributos.*

*H4. La probabilidad de que turistas extranjeros que declaran altos niveles de satisfacción climática hayan realizado más actividades náuticas durante su estancia en el destino es mayor que la probabilidad asociada a altos niveles de satisfacción con otros atributos.*

El segundo grupo de hipótesis se refieren a VISIT:

*H5. Turistas nacionales con mayor número de visitas al destino son los que declaran estar más satisfechos con el clima o tiempo del destino para el deporte náutico.*

*H6. Turistas extranjeros con mayor número de visitas al destino son los que declaran estar más satisfechos con el clima o tiempo del destino para el deporte náutico.*

*H7. La probabilidad de que turistas nacionales que declaran altos niveles de satisfacción climática hayan visitado más veces el destino es mayor que la*

*probabilidad asociada a altos niveles de satisfacción con otros atributos.*

*H8. La probabilidad de que turistas extranjeros que declaran altos niveles de satisfacción climática hayan visitado más veces el destino es mayor que la probabilidad asociada a altos niveles de satisfacción con otros atributos.*

Por último, se presentan las hipótesis relacionadas con la SAT:

*H9. Turistas nacionales más satisfechos con el destino son los que declaran estar más satisfechos con el clima o tiempo para el deporte náutico.*

*H10. Turistas extranjeros más satisfechos con el destino son los que declaran estar más satisfechos con el clima o tiempo para el deporte náutico.*

*H11. La probabilidad de que turistas nacionales que declaran altos niveles de satisfacción climática estén más satisfechos con el destino es mayor que la probabilidad asociada a altos niveles de satisfacción con otros atributos.*

*H12. La probabilidad de que turistas extranjeros que declaran altos niveles de satisfacción climática estén más satisfechos con el destino es mayor que la probabilidad asociada a altos niveles de satisfacción con otros atributos.*

El estudio aplica escalas de satisfacción para medir las percepciones del turista sobre el comportamiento del clima y otros atributos del destino, cuyos datos provienen de la aplicación de encuestas a la demanda de turismo náutico en el destino de estudio, fase que será descrita a continuación.

## Construcción de la muestra y trabajo de campo

Ecuador es un país de gran atractivo turístico por su variada cultura y biodiversidad (Caiza y Molina, 2012), y el turismo a su vez es uno de los sectores de mayor dinamismo y aportación al PIB nacional (Senplades, 2013). La Cuenta Satélite del Ministerio de Turismo de Ecuador afirma que durante el 2014 el país superó su meta de visitantes internacionales, con un número de llegadas de 1,55 millones de turistas, lo que representa un crecimiento de más del 12% con respecto al 2013. El 58% de los turistas extranjeros que llegan al país son de origen americano, con Colombia en primer lugar, seguido de Estados Unidos y Perú. Con respecto al turismo interno, las últimas estadísticas oficiales disponibles en el 2013 apuntan a que el

número de turistas nacionales en el país estuvo en torno a 1,05 millones (Ministerio de Turismo, 2015).

La Ruta del Sol, también conocida como Troncal del Pacífico, es un corredor turístico costero ubicado en el océano Pacífico, que bordea las provincias de Santa Elena y Manabí, y más concretamente atraviesa los municipios Salinas, Montañita, Puerto López y Manta, (Morales-Palma, 2016). Este es uno de los destinos turísticos **más importantes del país**, porque concentra gran parte de los atractivos naturales y la mayor oferta lúdica (Castillo-Vizuete, Flores, Zurita y Román, 2015). También es una zona altamente propicia para la realización de actividades marítimas, de aventura y naturaleza. En la figura 1 se muestra el área geográfica que comprende el destino Ruta del Sol.

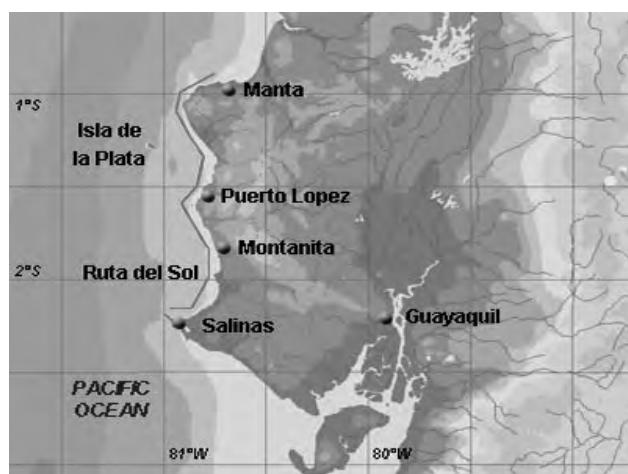


Figura 1. Área geográfica que comprende la Ruta del Sol, zona de intervención del estudio. Fuente: Ministerio de Turismo (2015).

Aquí existe una variada oferta de productos y servicios, de sol y playa, para el turismo de salud, el ecoturismo, el turismo activo y de aventura. Con respecto al turismo náutico, las actividades de pesca, el surf y el kayak son productos líderes de la región. Actualmente, existen esfuerzos por fomentar la actividad náutica (Pro Ecuador, 2012), aunque la carencia de un plan de *marketing* (Morales-Palma, 2016), unido a la falta de datos y estudios en torno al mercado de turismo náutico, constituyen debilidades del destino de cara a las pretendidas estrategias. El clima de la región se concibe como una fuerza diferenciadora y como su principal atractivo, y la mayoría de las webs de promoción turística lo utilizan para sus campañas de mercado.

Con estas premisas se seleccionó al destino Ruta del Sol como área objeto del estudio. La población se definió en turistas nacionales y extranjeros de visita en el destino Ruta del Sol, motivados por la realización de actividades náutico-recreativas. Dada la inexistencia de estadísticas segmentadas, se tomó la información ofrecida por el Plan de *Marketing* del Ministerio de Turismo, que afirma que

alrededor del 20% del total de turistas que llegan al país lo hacen motivados por la recreación en el mar, y que casi la totalidad de estos visitan la Ruta del Sol (Ministerio de Turismo, 2014). Por tanto, la población de turistas náuticos en el destino Ruta del Sol se estimó en 312.000 turistas.

Respecto al modo de recoger la información, se diseñó un cuestionario estructurado con preguntas abiertas, cerradas y de elección múltiple. La primera pregunta del *test* actuó como filtro, de modo que si la persona entrevistada no había llegado al destino motivado por la práctica de actividades náuticas quedaba fuera de la muestra. El trabajo de campo se llevó a cabo en los clubes y centros deportivos, en las playas, puerto deportivo, y en los principales puntos de alquiler de material náutico y centros turísticos de la región. Una vez identificados los puntos de encuesta se optó por el muestreo simple aleatorio sin reposición. La muestra finalmente se compuso por 201 turistas náuticos (tabla 1).

**Tabla 1.**  
*Ficha técnica de la muestra y el trabajo de campo.*

Aspectos	Descripción
Herramienta	Cuestionario
Implementación	Directa e individual con pequeña entrevista
Población	Turistas nacionales y extranjeros visitando Ruta del Sol, Ecuador motivados por la práctica actividades náuticos
Zonas geográficas de intervención	Salinas, Salinas-Chipre, Montañita, Puerto López y Los Frailes
Lugares de aplicación del cuestionario	1) Centros náuticos 2) Playas 3) Puntos de venta de materiales y equipos náuticos
Muestra	201 turistas náuticos
Error muestral	± 5%
Fecha trabajo de campo	Mayo a julio del 2015

Fuente: elaboración propia

## Medición y tratamiento de los datos

Los grupos de preguntas que abordó el cuestionario se pueden dividir en cuatro: i) perfil sociodemográfico, ii) organización y características del viaje, iii) satisfacción con los atributos del destino, y iv) satisfacción global con el destino. En el primer bloque de preguntas, el turista debía indicar sexo, edad, estado civil, estudios terminados, profesión y nacionalidad, lo que permitió generar seis variables. En el segundo grupo los encuestados debían marcar los aspectos que correspondían a las características del viaje que habían realizado a Ruta del Sol, si era su primera vez

en el destino, el número de visitas anteriores, la motivación náutica y la cantidad de actividades náuticas que habían realizado durante la estancia. De aquí se extrajeron cuatro variables útiles para caracterizar el perfil de los encuestados y la planificación de viaje, entre las que se encontraban ACT y VISIT, variables dependientes del modelo. ACT distingue cuatro categorías, donde 1 significa que el turista no había realizado ninguna actividad náutica hasta el momento de ser encuestado; 2, que solamente había realizado una; 3, dos actividades, y 4, tres o más actividades. La variable VISIT por su parte, tiene cinco categorías: 1 significa que el turista no ha visitado antes el destino (0 visitas); 2, que solo lo ha visitado una vez; 3, entre dos y cinco visitas; 4, de seis a nueve visitas, y 5, diez visitas o más.

En el tercer grupo de preguntas del cuestionario, el turista debía indicar su satisfacción con respecto a 27 atributos del destino, mediante una escala tipo Likert de 5 puntos (donde 1 significa "nada satisfecho" y 5, "muy satisfecho"). En este grupo, los turistas valoraban el comportamiento del clima y las condiciones del tiempo del destino, según sus exigencias para el deporte náutico concreto que estaban practicando. Para esto, los encuestadores recibieron talleres de formación previos al trabajo de campo. La implementación del cuestionario se acompañó de una pequeña entrevista personal con el objetivo de garantizar que el turista náutico valorara correctamente estas preguntas.

También se realizó un grupo focal con diez practicantes náuticos para asegurar que las preguntas eran comprendidas por los encuestados. Los principales elementos que debía tener en cuenta el turista para su valoración del clima eran la temperatura y la humedad del aire, así como otros índices climáticos con utilidad para el turismo como la insolación, la velocidad del viento y la temperatura del agua, que se ha demostrado que tienen valores idóneos para la náutica recreativa (Lemus, 2015; Ramis y Llinás, 2014), y se muestran en la tabla 2.

**Tabla 2.**  
*Valores climáticos idóneos para la práctica de deportes náutico-recreativos.*

Indicador	Valor
Temperatura media	20,8 °C
Horas sol./día	7,7 h
Humedad	69,0%
Temperatura del mar	> 18 °C
Velocidad del viento	>16 nudos

Fuente: elaboración propia con base en Lemus (2015) y Ramis y Llinás (2014).

Así, los encuestados valoraban su satisfacción con el *clima en general*, refiriéndose al comportamiento de la temperatura, horas de sol y humedad del destino, y con el *tiempo para el deporte náutico*, refiriéndose a la temperatura del mar y velocidad del viento (Llinás y Servera, 2001). El resto de los atributos encuestados fueron seleccionados en correspondencia con estudios previos que aseguraban su importancia para el segmento (Mikulić *et al.*, 2015). El conjunto de atributos se validó a través de grupos focales con empresarios del sector. Se determinó usar índices de satisfacción para cada aspecto, ya que esto permitía extraer una valoración más fiable del comportamiento del destino (Alegre y Garau, 2009).

Las 27 variables de escala resultantes de este grupo de preguntas se muestran en la tabla 3, junto a la nomenclatura que se les ha asignado para facilitar su representación y análisis en los resultados.

Como última pregunta del cuestionario el turista debía evaluar, también mediante una escala Likert de 5 puntos, su satisfacción global con el destino, lo que permitió obtener la variable SAT, utilizada más adelante en la regresión.

Posterior a la codificación y depuración de la información recopilada, la base de datos fue procesada con el programa

SPSS (versión 24.0). Para describir el perfil del encuestado y las características del viaje a Ruta del Sol, se utilizó el análisis de frecuencia cruzado, para turistas nacionales y extranjeros, lo que permitió identificar las principales diferencias entre ambos grupos de encuestados, lo que se validó a través del estadístico Chi-cuadrado.

Se aplicaron tres análisis Anova, con respecto a las variables ACT, VISIT y SAT, con el objetivo de identificar diferencias entre i) turistas que más actividades náuticas realizaban y los que menos, ii) los que eran más repetidores y los que no habían visitado antes el destino, y iii) los que estaban más satisfechos en comparación con el resto, en cuanto a su valoración sobre los diferentes atributos del destino. Aquí se definieron como variables de factorización a ACT con sus cuatro categorías, y a VISIT y SAT con cinco categorías. Para cada Anova se definieron como variables dependientes los 27 atributos del destino. Para determinar la significatividad estadística del análisis, se tomó el valor del estadístico F de Fisher-Snedecor, aceptando valores por debajo de 0,05. Este proceso se realizó en dos etapas, para el grupo de turistas nacionales y para los extranjeros, de manera independiente.

Para responder a las hipótesis planteadas, se llevó a cabo un modelo de regresión en tres etapas, tomando a ACT,

**Tabla 3.**  
*Conjunto de atributos del destino valorados por el turista náutico.*

Clima		Infraestructuras y accesibilidad	
Clima general	CLIM	Infraestructuras del transporte	INFRA_TR
Tiempo para el deporte náutico	CLIM_DEP	Infraestructura alojativa	INFRA_A
		Infraestructura tecnológica	INFRA_TC
Oferta náutico recreativa		Accesibilidad	
Oferta de actividades náuticas	NAUT	Oferta turística	
Oferta turístico recreativa	TUR_R	Calidad del servicio alojativo	ALO
Oferta de ocio nocturna	OCIO_	Variedad en la oferta comercial	COM
		Variedad y calidad gastronómica	GAST
Entorno social		Oferta cultural interesante	CULT
Asequible en vacaciones	ASEQ		
Saludable y libre de polución	POLU	Históricos, económicos y políticos	
Adaptabilidad a familias	ADAP_F	Herencia histórica y cultural	HER
Hospitalidad de la población	HOSP	Tradiciones y costumbres	TRAD
Experiencia que ofrece	EXP	Estabilidad política y social	POL_SOC
Masificación	MASI	Adaptabilidad a discapacitados	ADAP_D
Exotismo	EXO	Reputación	REP
Moda	MOD	Seguridad	SEG

Fuente: elaboración propia

visit y SAT como variables dependientes. El modelo se validó para turistas náuticos de origen nacional y extranjero de manera independiente. Debido a que las tres variables dependientes no pueden considerarse continuas, se optó por la regresión logística ordinal (McCullagh, 1980) u ordenada, como suele denominarse en la literatura (Alegre y Cladera, 2010). En el modelo se tomó como variables explicativas los 27 atributos del destino. En el apartado de resultados se muestran los estadísticos principales del modelo, así como los niveles de significación y el poder explicativo sobre las variables dependientes.

## Resultados

Este epígrafe se divide en tres secciones: i) el análisis descriptivo del perfil sociodemográfico y la planificación de viaje de los encuestados, ii) resultados de los análisis de varianza Anova para las actividades, las visitas y la satisfacción, y iii) resultados de la RLO y tratamiento de las hipótesis.

### Perfil sociodemográfico y características del viaje

En la tabla 4 se presenta un resumen del perfil sociodemográfico de los encuestados. Solo se muestran las categorías que resultaron más frecuentes dentro de cada variable. La muestra se compuso mayoritariamente por hombres, que representaron el 52,7% del total. La edad media es de 30 años, y más de un 58% estaba soltero en el momento de ser encuestados. Los turistas nacionales fueron mayoría dentro de la muestra. En cuanto a las nacionalidades extranjeras, la más frecuente fue la argentina, existiendo un bajo porcentaje de turistas náuticos europeos.

La tabla 5 por su parte muestra los resultados del análisis descriptivo de las características del viaje a la Ruta del Sol. La variable primera visita identifica si esta era la primera vez del turista visitando este destino, *N.º de visitas* indica cuántas veces lo ha visitado, y *motivación de viaje*, la razón por la que eligió el destino. Los resultados se obtuvieron segmentados para el grupo de nacionales y extranjeros. La tabla solo muestra las categorías que resultaron más frecuentes dentro de cada variable. De manera relevante, se observa el alto número de turistas náuticos nacionales que son repetidores en el destino Ruta del Sol, puesto que casi el 80% lo había visitado antes, y más del 56% lo había hecho en seis ocasiones o más. Esta situación varía dentro del grupo de extranjeros, donde el 76% de los turistas declaró que estaba en el destino por primera vez. Los valores del estadístico Chi-cuadrado confirmaron que las diferencias observadas entre nacionales y extranjeros con respecto a primera visita y el *N.º de visitas* son significativas.

Tabla 4.  
*Perfil sociodemográfico del encuestado.*

Variables /	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Género	Hombres	106	52,7
	Mujeres	95	47,3
Edad	45-64	40	19,9
	35-44	29	14,4
	25-34	65	32,3
	< 25	67	33,3
Estado civil	Casado / Pareja	70	34,8
	Soltero	118	58,7
Estudios	Secundaria	42	20,9
	Universitarios	152	75,6
Profesión	Empresario	86	42,8
	Empleado	80	39,8
	Desempleado	33	16,4
Grupo de viaje	Amigos	56	27,9
	Pareja	40	19,9
	Individual	37	18,4
	Familia	66	32,8
Nacionalidad	Ecuatoriana	125	62,2
	Argentina	16	8,0
	Peruana	14	7,0
	Estadounidense	11	5,5
	Colombiana	9	4,5
	Chilena	9	4,5
	Alemana	4	2,0
	Española	4	2,0

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la motivación del viaje, practicar surf/*windsurf* fue la categoría más frecuente, tanto para nacionales como para extranjeros. La moto acuática y el buceo se muestran como el segundo grupo de deportes preferidos entre los planes de viaje del grupo de ecuatorianos, mientras que la excursión en barco y el remo tienen el segundo lugar como motivaciones de viaje más frecuentes dentro del grupo de extranjeros. Los valores del estadístico Chi de esta variable ( $\chi^2 = 1,199$ ;  $p > 0,05$ ) indican que no hay diferencias significativas entre turistas nacionales y extranjeros.

Con respecto al N.º actividades náuticas, los resultados indican que la mayoría de los turistas nacionales habían

**Tabla 5.**  
**Análisis de frecuencia cruzado de las características del viaje para turistas náuticos nacionales y extranjeros.**

Variables	Categorías	Nacionales	Extranjeros	Chi-2 (Sig. bilateral)
		%	%	
Primera visita	Sí	20,2	76,0	61,592
	No	79,8	24,0	(0,000)
N.º de visitas	1- 0 visitas	20,2	76,0	62,184
	2- una visita	12,1	9,2	(0,000)
	3- de 2 a 5 visitas	11,3	8,8	
	4- de 6 a 9	25,8	6,0	
	5- ≥ 10 visitas	30,6	-	
Motivación de viaje	Pesca deportiva	23,2	15,7	1,199
	Buceo	38,4	11,8	(0,273)
	Surf/windsurf	52,8	59,2	
	Kitesurf	18,6	11,9	
	Esquí acuático	24,8	17,1	
	Remo	28,8	23,7	
	Excursión en barco	34,4	31,6	
	Moto acuática	40,0	13,2	
	Navegar	32,0	7,9	
N.º actividades náuticas	0 actividades	-	43,4	22,395
	1	14,0	28,9	(0,000)
	2	24,4	7,9	
	≥ 3 actividades	61,6	19,7	

Fuente: elaboración propia.

practicado varios deportes durante la visita, y el 61,6% de este grupo había realizado como mínimo tres actividades náuticas diferentes. Dentro del grupo de extranjeros se percibió un alto porcentaje de turistas que aún no habían realizado actividades náuticas en el momento de ser encuestados (43,4%). Es importante distinguir que las actividades náuticas a las que se refiere este apartado son aquellas que se habían realizado de manera complementaria a la motivación principal de viaje. Todos los turistas habían realizado como mínimo una actividad náutica, que fue su motivo de viaje. El estadístico Chi-cuadrado ( $\chi^2 = 22,395$  y  $p < 0,01$ ) permite afirmar que estas diferencias entre nacionales y extranjeros son significativas. Gracias a las entrevistas realizadas se puede argumentar que la poca realización de actividades entre los extranjeros se debe en parte a la falta de capacidad de las empresas locales de turismo náutico.

## Resultados del Anova para las actividades, las visitas y la satisfacción

La tabla 6 muestra los resultados del Anova para las tres variables ACT (N.º de actividades náuticas), VISIT (N.º de visitas) y SAT (satisfacción global). Solo se muestran los valores del estadístico F para cada uno de los 27 atributos, y para nacionales y extranjeros de manera independiente. Valores significativos de F indican que existen diferencias entre al menos una de las categorías de estas tres variables, en cuanto a la valoración sobre los atributos. No se presentan los resultados descriptivos aunque se comentan a continuación.

En el Anova de la variable ACT para el grupo de nacionales, NAUT (la oferta de actividades náuticas) y ASEQ (la posibilidad de acceder económicamente a la oferta del destino) resultaron variables significativas. Esto significa que existen diferencias dentro del grupo de turistas nacionales, entre aquellos que realizan mayor y menor cantidad de actividades náuticas durante la estancia, en cuanto a su satisfacción con NAUT y ASEQ. Una vez consultados los datos, se observó que los que habían realizado más actividades náuticas declararon una mayor satisfacción con NAUT y ASEQ. En este mismo sentido, COM (la oferta comercial del destino), MASÍ (la masificación), SEG (la seguridad) y ACCES (la accesibilidad) fueron variables significativas en el grupo de extranjeros, demostrándose que los que habían realizado más actividades náuticas presentaban más altos niveles de satisfacción con estos atributos del destino.

Con respecto a VISIT, se pudo constatar que EXP (experiencia que ofrece el destino) y EXO (el exotismo) son atributos cuya satisfacción varía dentro del grupo de turistas nacionales, en función de la cantidad de visitas al destino. Una mirada a los datos comprueba que los turistas nacionales más fieles (VISIT  $\geq 10$  visitas), son los que muestran más altos niveles de satisfacción media con estos atributos, con respecto al resto. En el caso de los extranjeros, existe una mayor cantidad de atributos significativos para explicar las diferencias entre turistas más y menos repetidores, entre los cuales se encuentran la calidad del servicio alojativo (ALO), el comercio (COM) y la gastronomía (GAST), entre otros.

Con respecto a la salubridad y la polución (POLU), se pudo constatar que turistas extranjeros con menos visitas al destino eran los menos satisfechos como media con este atributo. Un aspecto destacado es la significatividad que tienen la mayoría de los atributos respecto a la variable SAT, tanto para nacionales como para extranjeros, lo que indica la alta sensibilidad de la satisfacción del turista náutico, respecto al comportamiento de estos elementos

Tabla 6.

Resultados del Anova para las variables ACT, VISIT y SAT para nacionales y extranjeros.

Variables	Nacionales			Extranjeros		
	ACT F	VISIT F	SAT F	ACT F	VISIT F	SAT F
CLIM	0,78	0,32	7,83**	1,49	1,07	4,12**
CLIM_DEP	1,87	0,45	10,78**	0,82	0,91	2,94*
INFRA_TR	1,67	2,05	3,21*	2,12	1,84	6,09**
INFRA_A	0,71	1,62	8,63**	1,60	1,68	11,39**
INFRA_TC	1,70	1,93	6,83**	2,60	1,51	5,26**
ACCES	0,05	2,04	10,32**	3,15*	1,75	6,03**
NAUT	3,47*	2,37	4,64**	0,73	0,82	4,50**
TUR_R	0,34	1,23	3,87**	2,55	0,38	5,71**
OCIO_N	1,30	0,33	5,04**	1,20	0,45	2,59*
ALO	0,67	0,08	9,09**	0,61	3,90**	6,70**
COM	0,67	1,48	5,47**	4,57**	2,62*	5,11**
GAST	1,35	0,92	7,39**	0,28	2,82*	1,96**
CULT	0,12	1,84	5,46**	1,253	1,38	4,97**
ASEQ	4,12**	0,35	14,52**	0,27	3,72**	1,21
POLU	0,48	0,96	8,02**	0,92	3,94**	4,40**
ADAP_F	0,52	0,73	6,11**	0,56	2,89*	3,49*
HOSP	0,60	0,74	9,33**	1,93	3,22*	4,00**
EXP	0,26	2,50*	17,16**	1,35	1,39	1,99
MASI	0,88	0,34	8,69**	5,80**	1,15	0,53
EXO	0,68	2,81*	10,42**	2,32	2,14	8,78**
MOD	0,58	0,84	7,62**	1,86	1,50	0,88
HER	0,78	2,34	5,22**	0,95	0,57	9,42**
TRAD	0,46	1,62	3,54**	0,41	1,13	6,48**
POL_SOC	0,70	1,87	3,20*	0,69	2,68*	4,66**
ADAP_D	0,57	2,16	3,45**	0,88	2,96*	4,35**
REP	1,59	0,88	11,25**	2,45	2,68*	5,73**
SEG	0,88	0,80	8,00**	5,80**	3,14*	1,75

Nota. \*p&lt;0,05 \*\*p&lt;0,01

Fuente: elaboración propia.

del destino. A este respecto, se pudo percibir qué categorías son más altas en la escala de valoración de SAT; por lo general, se corresponden con una mejor valoración de los atributos. Por último, la satisfacción con el clima solo resultó significativa para explicar la varianza en la SAT.

### Resultados del modelo RLO para las actividades, las visitas y la satisfacción

La tabla 7 resume los resultados de las tres etapas del modelo RLO para cada variable dependiente ACT, VISIT y SAT, y para nacionales y extranjeros. Dado el alto

número de regresores utilizados (27 atributos), la tabla solamente muestra las variables que resultaron significativas, en al menos una de las etapas. El estimador  $\beta$  muestra la dirección del efecto de las variables significativas, para  $p < 0,01$  o  $p < 0,05$ . El ratio Odds, calculado a través de la función exponencial de  $\beta$ , indica el tamaño del efecto, es decir, en cuánto aumenta o disminuye la probabilidad de que las variables dependientes tomen mayores valores en la escala de medida, por un cambio en la variable explicativa o regresor. Dado que en todos los casos el valor de  $\beta$  es positivo, los ratios Odds están en valores superiores a 1.

Tabla 7.

Resultados del modelo de RLO con respecto a ACT, VISIT y SAT para nacionales y extranjeros.

Nacionales	RLO_ACT			RLO_VISIT			RLO_SAT		
	$\beta$	Sig.	Exp $\beta$	$\beta$	Sig.	Exp $\beta$	$\beta$	Sig.	Exp $\beta$
CLIM	-	-	-	-	-	-	0,87	0,010	2,39
CLIM_DEP	-	-	-	-	-	-	0,93	0,000	2,53
INFRA_TR	-	-	-	0,73	0,024	2,08	-	-	-
INFRA_A	0,91	0,020	2,48	-	-	-	-	-	-
ACCES	-	-	-	-	-	-	0,22	0,036	1,25
ALO	-	-	-	1,24	0,001	3,46	-	-	-
ASEQ	1,01	0,006	2,75	-	-	-	0,24	0,002	1,27
EXP	-	-	-	0,56	0,032	1,75	0,12	0,013	1,13
HER	0,64	0,030	1,90	-	-	-	-	-	-
TRAD	-	-	-	0,62	0,021	1,86	-	-	-
REP	-	-	-	0,81	0,019	2,25	-	-	-
SEG	0,73	0,013	2,08	-	-	-	-	-	-
Pseudo R <sup>2</sup>	Cox & Snell: 0,268 Ngelkerke: 0,292			Cox & Snell: 0,280 Ngelkerke: 0,294			Cox & Snell: 0,627 Ngelkerke: 0,706		
	Log.verosimilitud: 222,97			Log.verosimilitud: 295,00			Log.verosimilitud: 254,57		
Extranjeros	RLO_ACT			RLO_VISIT			RLO_SAT		
	$\beta$	Sig.	Exp $\beta$	$\beta$	Sig.	Exp $\beta$	$\beta$	Sig.	Exp $\beta$
CLIM	1,59	0,018	4,90	2,47	0,034	11,82	2,57	0,001	13,07
CLIM_DEP	-	-	-	-	-	-	2,08	0,006	8,00
INFRA_TR	-	-	-	1,35	0,024	3,86	-	-	-
INFRA_TC	-	-	-	-	-	-	1,45	0,006	4,26
NAUT	1,21	0,044	3,35	1,89	0,005	6,62	-	-	-
TUR_R	-	-	-	1,22	0,022	3,39	-	-	-
GAST	1,06	0,049	2,89	1,76	0,027	5,81	-	-	-
ASEQ	-	-	-	0,40	0,002	1,49	-	-	-
MASI	0,83	0,011	2,29	-	-	-	0,73	0,045	2,08
TRAD	-	-	-	1,20	0,002	6,69	1,56	0,001	4,76
POL_SOC	0,77	0,048	2,16	0,81	0,032	2,25	1,23	0,001	3,42
Pseudo R <sup>2</sup>	Cox & Snell: 0,441 Ngelkerke: 0,482			Cox & Snell: 0,829 Ngelkerke: 0,979			Cox & Snell: 0,624 Ngelkerke: 0,671		
	Log.verosimilitud: 168,33			Log.verosimilitud: 129,02			Log.verosimilitud: 185,49		

Fuente: elaboración propia.

Los parámetros pseudo R<sup>2</sup> ajustado de este modelo fueron de 0,292 para la RLO de ACT, de 0,294 para la RLO de VISIT, y de 0,706 para SAT, para la muestra de nacionales; y de 0,48 para la RLO de ACT, de 0,97 para RLO de VISIT, y de 0,67 para SAT en los extranjeros. Estos valores demuestran que la RLO tuvo un ajuste adecuado, con un alto poder explicativo sobre las variables dependientes (Gefen, Straub y Bourdreau, 2000; Wang, y Davidson, 2010).

Se ha podido apreciar que los atributos que resultaron relevantes para explicar la varianza de ACT, VISIT y SAT son diferentes entre sí, así como también estos determinantes varían para el grupo de nacionales y extranjeros. Los resultados indican que, para el caso de los turistas nacionales, ASEQ (la posibilidad de acceder económicamente a la oferta del destino) determina la cantidad de actividades realizadas por estos turistas durante la visita. El ratio Odds

en este caso sugiere que la más alta satisfacción con este aspecto duplica la probabilidad de realizar mayor cantidad de actividades en el destino ( $Exp \beta = 2,75$ ). Igualmente, el cumplimiento de las expectativas respecto a la seguridad del destino (SEC), las infraestructuras alojativas (INFRA\_A) y la herencia cultural (HER) tienen efecto sobre ACT. Con estos resultados se puede dar respuesta a las hipótesis H1 y H3, rechazándolas, ya que se demuestra que la satisfacción climática, CLIM o CLIM\_DEP, no son atributos significativos para explicar la cantidad de actividades náuticas que realizan los turistas nacionales durante su visita a la Ruta del Sol.

Respecto a los extranjeros, el modelo sugiere aceptar la H2 y H4: en primer lugar, porque CLIM resultó con un efecto directo y positivo sobre ACT y, en segundo lugar, porque la probabilidad asociada a CLIM es mayor que la del resto de los atributos. Los resultados indican que la mayor satisfacción climática multiplica por tres la probabilidad de realizar más actividades en el destino, mientras que la satisfacción con naut y gast la duplica. También se pudo observar que estar satisfecho con el grado de masificación del destino (MASI) tiene influencia directa sobre el consumo náutico (ACT), a lo que se le suma la estabilidad política y social del destino (POL\_SOC).

Algo similar sucede con respecto a la RLO de la variable VISIT, donde CLIM y CLIM\_DEP no resultaron atributos significativos para explicar el número de visitas del turista nacional al destino, pero sí resultaron con un efecto directo y positivo sobre VISIT dentro del grupo de extranjeros. Con estos resultados se pueden rechazar las hipótesis H5 y H7, y aceptar H6 y H8, afirmando que la mayor satisfacción climática explica, con una mayor probabilidad de ocurrencia que la satisfacción con el resto de los atributos, la mayor fidelidad del turista náutico extranjero al destino Ruta del Sol.

Por último, con respecto a SAT, los datos permiten aceptar las hipótesis H9, H10, H11 y H12, encontrándose que la satisfacción climática del turista náutico sí tiene un efecto directo y positivo, e incide con mayor influencia que el resto de los atributos sobre la SAT de turistas náuticos nacionales y extranjeros que se encuentran en Ruta del Sol. No obstante, es importante remarcar que existen otros atributos, tales como las infraestructuras, la accesibilidad, la estabilidad política y social, etc., que también impactan en la satisfacción global del segmento (tabla 7).

## Discusión

Con respecto a la promoción turística y la imagen proyectada, la información sobre el clima es probablemente uno de los elementos más comúnmente utilizados por los

destinos (Andreu, Bigné y Cooper, 2000; Hamilton y Lau, 2006). Operadores y promotores turísticos recurren a la información climatológica para sus estrategias de comunicación y posicionamiento (Day *et al.*, 2013), gracias al poder de atracción que tiene este atributo sobre el turista (Gómez-Martín *et al.*, 2014).

Respecto a la configuración de la oferta turística, el clima es una variable muy tomada en cuenta en el diseño y combinación de productos y paquetes, con el fin de maximizar las ventajas climáticas de los destinos (Gómez-Martín *et al.*, 2014), ya que esto garantiza el éxito de mercado y un mayor impacto económico de la actividad turística, principalmente en destinos con marcada estacionalidad (Ramis y Llinás, 2014). Sin embargo, la gestión turística que se viene llevando a cabo no parece prestar atención suficiente a este aspecto en el diseño de experiencias, siendo la información climático-meteorológica proporcionada al turista muy general y limitada (Matzarakis, Endler y Nastos, 2014).

Esta investigación ha permitido confirmar que, cuando se trata de turismo náutico, elevar la satisfacción climática del turista durante la estancia es crucial para garantizar su satisfacción global. En este sentido, los destinos náuticos no solamente deberán preocuparse por diseñar una oferta coherente con sus potencialidades naturales reales, sino que también necesitan generar servicios turísticos, basados en información climático-meteorológica, útiles para acompañar la experiencia de viaje del turista, y que sean de fácil adaptación a sus necesidades y al tipo de deporte náutico que planean realizar.

Para el destino Ruta del Sol el clima se erige como un atributo dominante, para explicar y predecir el comportamiento de su mercado internacional de turismo náutico. El turista extranjero necesita garantizar la plenitud del disfrute náutico, para justificar su desplazamiento hacia el destino, lo que dependerá en buena medida de la capacidad que tenga el propio destino para guiarle con la información precisa, relevante y adecuadamente zonificada de sus condiciones climáticas, antes y durante la estancia. Este es un descubrimiento importante, sobre todo frente a las pretendidas estrategias de posicionamiento de este destino en el sector náutico.

En resumen, mejorar la experiencia climática del turista náutico requiere trabajar en dos direcciones: i) perfeccionar la información climático-meteorológica del destino, con fines de promoción turística, que facilite los procesos de elección del turista y su planificación de viaje, y ii) generar servicios climáticos especializados para el segmento y sus canales de difusión *in situ*, capaces de guiar al turista hacia las zonas y el momento adecuados para desplegar,

en las mejores condiciones posibles, las diversas actividades que ha planeado para su visita.

Esto requiere una estrecha colaboración entre las autoridades de turismo, la industria turística y otros actores estatales y privados, lo que significa un reto para la propia gestión turística. Unido a ello se requiere la incorporación de las TIC que, aunque ya vienen desempeñando un importante papel en la promoción de los destinos y en la transmisión de información, todavía son incipientes en el ámbito de la transformación de aspectos climáticos en servicios turísticos (Gómez-Martín *et al.*, 2014). En este contexto, diseñar una red de servicios climáticos adaptados a las necesidades de los turistas náuticos es una innovación tecnológica que contribuiría a la diferenciación y la mejora de la competitividad de este destino.

## Conclusiones

La contribución de este estudio descansa en dos aspectos esenciales: i) ayuda a comprender mejor el comportamiento del consumidor náutico, y los elementos del destino con mayor potencial de influencia sobre sus decisiones y experiencia turística, y ii) demuestra que el clima es un atributo dominante para explicar la satisfacción del turista náutico, y el reto que esto representa para la gestión turística.

Para el caso de estudio en concreto —la Ruta del Sol—, este trabajo ha permitido medir el efecto que tiene la satisfacción climática del turista náutico sobre las decisiones de consumo náutico, la fidelidad al destino, y la satisfacción global, así como descubrir qué otros atributos del destino son relevantes a tales efectos. Los descubrimientos son útiles para las pretendidas estrategias de *marketing* y posicionamiento del destino en el sector náutico, y para identificar y delimitar sobre qué áreas se deberá trabajar desde la gestión turística, para un mejor aprovechamiento de los recursos puestos a disposición de las estrategias de impacto económico, fidelización y satisfacción respectivamente.

Durante esta investigación se descubre que, para estimular el consumo náutico por parte del turista que visita Ruta del Sol, se requiere garantizar la calidad de las infraestructuras alojativas, gastronómicas, la oferta náutica y los paquetes promocionales, así como la seguridad, la puesta en valor de la herencia histórico-cultural del destino y la estabilidad sociopolítica. Dentro de este grupo de elementos, lograr una oferta atractiva y asequible de paquetes vacacionales tiene el mayor poder de impacto sobre el mercado nacional, mientras que elevar la satisfacción climática se revela como un aspecto esencial para garantizar el consumo del turista náutico extranjero en el destino.

Para mantener la alta tasa de fidelización del turismo náutico nacional, se hace necesario velar por la calidad de los alojamientos y las infraestructuras del transporte, así como por la generación de experiencias turísticas basadas en las costumbres y tradiciones de la zona, aspectos que han demostrado tener un alto impacto sobre la fidelidad de este mercado. Con respecto al turismo náutico internacional, que muestra muy bajos niveles de fidelización con el destino Ruta del Sol, el reto está en lograr la mayor satisfacción climática del turista, a lo que se suman otros aspectos relacionados con la calidad del servicio náutico y turístico, y las infraestructuras. Igualmente, comunicar los avances en materia de estabilidad social y política del país, deberá ser un elemento a considerar en las futuras estrategias de fidelización de este nicho.

Finalmente se ha podido comprobar que, junto a la satisfacción climática del turista náutico, existen otros aspectos del destino; de accesibilidad, infraestructuras, estabilidad social y política, así como de creación de nuevos productos y experiencias, que también impactan sobre la satisfacción global del turista náutico nacional y extranjero. Todo ello sugiere que la apuesta por el desarrollo del turismo náutico-experiencial, el aprovechamiento de los beneficios de la climatología del destino mediante la provisión de servicios apropiados y garantizar la calidad del servicio y de las infraestructuras son aspectos que deberán formar parte de las estrategias de posicionamiento y especialización de aquellos destinos, como Ruta del Sol, que deseen hacer de este segmento un vector clave de mejora de su competitividad y sostenibilidad.

Este trabajo también ha contribuido a la generación de conocimiento en torno al reto que representa el cambio climático para esta actividad turística. A medida que la variabilidad climática aumente como consecuencia de la profundización de este fenómeno, mayor importancia cobrará la información climática en la provisión de servicios a los turistas náuticos. Esto plantea el reto formidable de relacionar adecuadamente la información proveniente de los modelos de cambio climático, que aún deberán mejorar para ofrecer predicciones más precisas a escalas más reducidas, y las modificaciones previsibles de las condiciones climáticas de los destinos, para incorporarlas a la planificación estratégica de los decisores públicos y privados.

Por último, se propone como futuras líneas de trabajo el estudio segmentado de los impactos del clima, en función de los tipos de actividades náutico-recreativas que realizan los turistas, que debería dar lugar a recomendaciones, igualmente segmentadas, para satisfacer de forma específica los requerimientos de cada una de las modalidades de turismo náutico. También se plantea la medición de índices

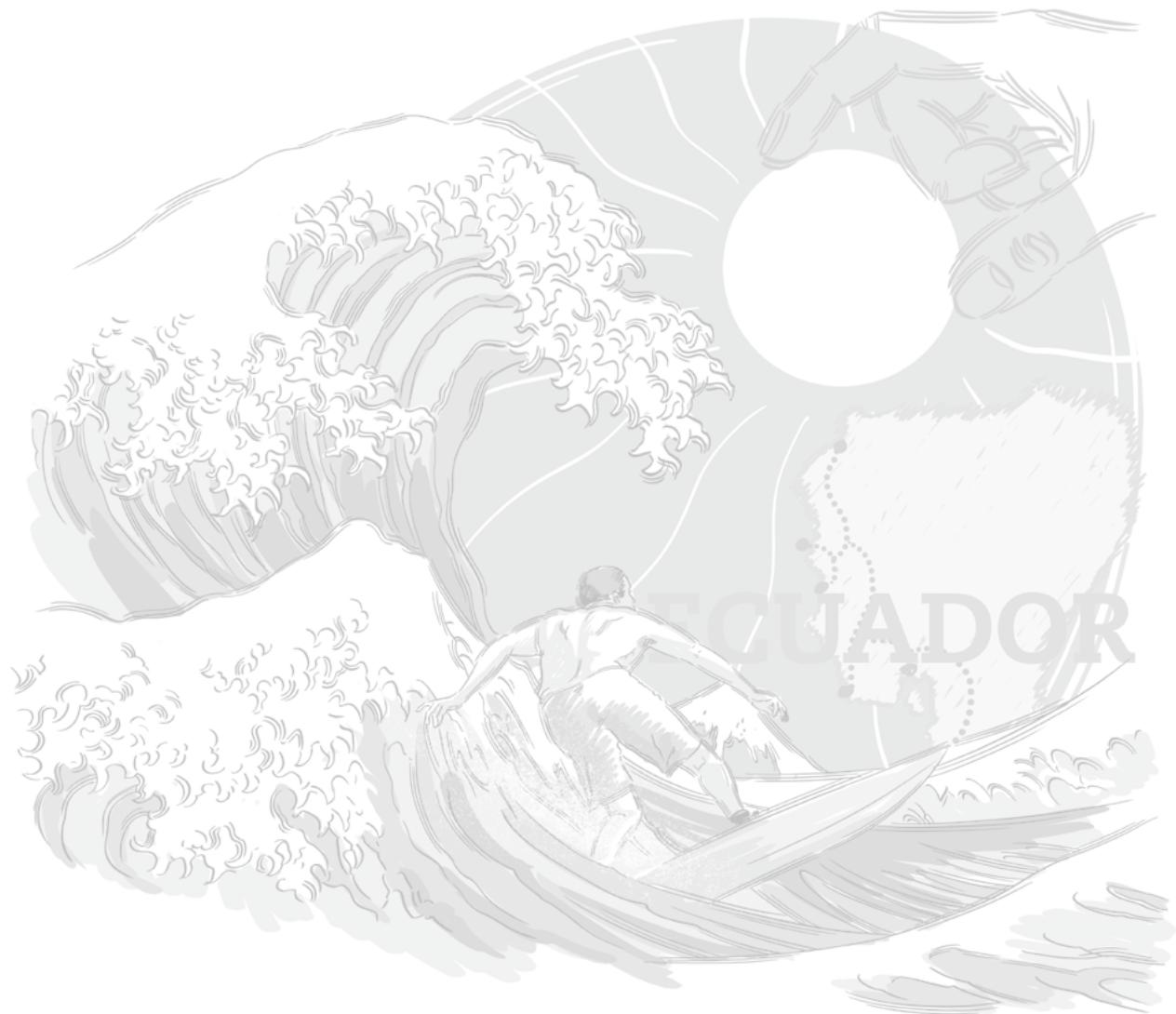
climáticos reales del destino y su contraste con las percepciones de confort y satisfacción del turista; y, por último, el análisis de la importancia otorgada al comportamiento del clima y sus pronósticos, en relación con la imagen, las decisiones de consumo y gasto, y la satisfacción global.

## Referencias bibliográficas

- Alcover, A., Alemany, M., Jacob, M., Payeras, M., García, A., & Martínez, L. (2011). The economic impact of yacht charter tourism on the Balearic economy. *Tourism Economics*, 17(3), 625-638. doi:10.5367/te.2011.0045
- Alegre, J., & Cladera, M. (2010). Tourist expenditure and quality: why repeat tourists can spend less than first-timers. *Tourism Economics*, 16(3), 517-533.
- Alegre, J., & Garau, J. (2009). Tourist satisfaction indices. A critical approach/Índices de satisfacción turística. Una aproximación crítica. *Investigaciones regionales*, 14, 5.
- Allock, J. (2004). Seasonality. En S. F. Witt, & Moutinho, L. (Eds.). *Tourism marketing and management handbook* (pp. 86-92). New York: Prentice-Hall International.
- Amelung, B., & Viner, D. (2006). Mediterranean tourism: exploring the future with the tourism climatic index. *Journal of sustainable tourism*, 14(4), 349-366.
- Amelung, B., Nicholls, S., & Viner, D. (2007). Implications of global climate change for tourism flows and seasonality. *Journal of Travel research*, 45(3), 285-296. doi:10.1177/0047287506295937.
- Amengual, A., Homar, V., Romero, R., & Alonso, S. (2014). Projections for the 21st century of the climate potential for beach-based tourism in the Mediterranean. *International Journal of Climatology*, 34(13), 3481-3498. doi:10.1002/joc.3922
- Andreu, L., Bigné, E., & Cooper, C. (2000). Projected and perceived image of Spain as a tourist destination for British travellers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9(4), 47-67. doi:10.1300/J073v09n04\_03
- Anning, D., Ware, D., Raybould, M., & Lazarow, N. (2013). Valuing beach and surf tourism and recreation in Australian sea change communities. In *4th Queensland Coastal Conference*, 1-7. Queensland: Bond University
- Araña, J. E., León, C. J., Moreno-Gil, S., & Zubiaurre, A. R. (2013). A comparison of tourists' valuation of climate change policy using different pricing frames. *Journal of Travel Research*, 52(1), 82-92. doi:10.1177/0047287512457260
- Bafaluy, D., Amengual, A., Romero, R., & Homar, V. (2014). Present and future climate resources for various types of tourism in the Bay of Palma, Spain. *Regional Environmental Change*, 14(5), 1995-2006. doi:10.1007/s10113-013-0450-6
- Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of tourism research*, 31(3), 657-681.
- Butler, R.W. (2001). Seasonality in tourism: Issues and implications. En T. Baum, & S. Lundtorp (Eds.). *Seasonality in tourism* (pp. 5-21). Oxford: Elsevier.
- Caiza, R. & Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano. *Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, 4, 8-24.
- Cieniewicz, M. (2014). *The potential of European nautical tourism for islands. EESC & INSULEUR Public Hearing*. [En línea] European Boating Industry, Brussels. <http://slideplayer.com/slide/4555001>.
- Ciucci, E., Calussi, P., Menesini, E., Mattei, A., Petralli, M., & Orlandini, S. (2013). Seasonal variation, weather and behavior in day-care children: a multilevel approach. *International journal of biometeorology*, 57(6), 845-856. doi:10.1007/s00484-012-0612-0
- Cook, R. A. (2010). *Tourism: The business of travel*. Pearson Prentice Hall.
- Chang, Y. T., Liu, S. M., Park, H., & Roh, Y. (2015). Cruise traveler satisfaction at a port of call. *Maritime Policy & Management*, 43(4), 483-494. doi:10.1080/03088839.2015.1107920
- Day, J., Chin, N., Sydnor, S., & Cherkauer, K. (2013). Weather, climate, and tourism performance: A quantitative analysis. *Tourism Management Perspectives*, 5, 51-56. doi:10.1016/j.tmp.2012.11.001
- De Freitas, C. R. (2003). Tourism climatology: evaluating environmental information for decision making and business planning in the recreation and tourism sector. *International Journal of Biometeorology*, 48(1), 45-54.
- De Freitas, C. R. (2015). Weather and place-based human behavior: recreational preferences and sensitivity. *International journal of biometeorology*, 59(1), 55-63.
- Denstadli, J. M., Steen, J. K., & Lohmann, M. (2011). Tourist perceptions of summer weather in Scandinavia. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 920-940. doi:10.1016/j.annals.2011.01.005
- Denstadli, J. M., & Jacobsen, J. K. (2014). More clouds on the horizon? Polar tourists' weather tolerances in the context of climate change. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14(1), 80-99.
- Eugenio-Martín, J. L., & Campos-Soria, J. A. (2014). Economic crisis and tourism expenditure cutback decision. *Annals of tourism Research*, 44, 53-73.
- Favro, S., & Gržetić, Z. (2008). Nautical tourism—the advantages and effects of development. *Sustainable Tourism III*, 3, 35.
- Fernández, G. F. (1994). Clima y confortabilidad humana. Aspectos metodológicos. *Serie Geográfica*, 4, 109-125.
- Ferradás-Carrasco, S. (2001). La relevancia del turismo náutico en la oferta turística. *Cuadernos de turismo*, 7, 67-80.
- Ferradás-Carrasco, S. (2002). El turismo náutico en el Mediterráneo. *Cuadernos de Turismo*, 9, 19-32.
- Førland, E. J., Steen, J. K., Denstadli, J. M., Lohman, M., Hanssen-Bauer, I., & Tømmervik, H. (2013). Cool weather tourism under global warming: Comparing Arctic summer tourists' weather preferences with regional climate statistics and projections. *Tourism Management*, 36, 567-579. doi:10.1016/j.tourman.2012.09.002.
- Gallarza, M. G., Gil, I., & Calderón, H. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of tourism research*, 29(1), 56-78. doi:10.1016/S0160-7383(01)00031-7.
- Gefen, D., Straub, D., & Bourdreau, M. C. (2000). Structural equation modeling and regression: Guidelines for research practice. *Communications of the association for information systems*, 4(1), Art. 7.
- Goh, C. (2012). Exploring impact of climate on tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1859-1883. doi:10.1016/j.annals.2012.05.027
- Gómez-Martín, M. B. (1999). La relación clima-turismo: consideraciones básicas en los fundamentos teóricos y prácticos. *Investigaciones geográficas*, 21, 21-34.

- Gómez-Martín, M. B. (2005). Weather, climate and tourism a geographical perspective. *Annals of tourism research*, 32(3), 571-591.
- Gómez-Martín, M. B., Armesto-López, X. A., & Cors-Iglesias, M. (2017). Percepción del cambio climático y respuestas locales de adaptación: el caso del turismo rural. *Cuadernos de Turismo*, 39, 287-310. doi:10.6018/turismo.39.290571
- Gómez-Martín, M. B., Armesto-López, X. A., & Martínez-Ibarra, E. (2014). La información climático-meteorológica proporcionada al turista. Explorando el caso español. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*. Universidad Complutense de Madrid, 34(2), p. 97.
- Gössling, S., Bredberg, M., Randow, A., Sandström, E., & Svensson, P. (2008). Tourist perceptions of climate change: a study of international tourists in Zanzibar. *Current issues in tourism*, 9 (4-5), 419-435. doi:10.2167/cit265.0
- Gössling, S., Hall, C. M., & Scott, D. (2012). *Tourism and climate change: Impacts, adaptation and mitigation*. London: Routledge.
- Gössling, S., Scott, D., Hall, M., Ceron, J. P., & Dubois, G. (2012). Consumer behaviour and demand response of tourists to climate change. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 36-58. doi:10.1016/j.annals.2011.11.002
- Hamilton, J. M. (2004). *Climate and the destination choice of German tourists*. Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper, 21.2004. doi:10.2139/ssrn.504362.
- Hamilton, J. M., & Lau, M. A. (2006). The role of climate information in tourist destination choice decision making. En S. Gössling, & M. C. Hall (Eds.), *Tourism and global environmental change: Ecological, economic, social and political interrelationships* (pp. 229-250). London: Routledge.
- Hanlan, J., & Kelly, S. (2005). Image formation, information sources and an iconic Australian tourist destination. *Journal of Vacation Marketing*, 11(2), 163-177.
- Hemer, M. A., Fan, Y., Mori, N., Semedo, A., & Wang, X. L. (2013).. Projected changes in wave climate from a multi-model ensemble. *Nature climate change*, 3(5), 471-476. doi:10.1038/nclimate1791
- Hernández-Martín, R. (2012). *El clima en Canarias como recurso turístico frente a sus principales mercados emisores y competidores*. [En línea]. Canarias: Universidad de La Laguna, Recuperado el 20 de noviembre de 2012, de <http://www.thebestclimateintheworld.com/files/informedelauniversidaddelalaguna.pdf>
- Jones, B., Scott, D., & Abi-Khaled, H. (2006). Implications of climate change for outdoor event planning: a case study of three special events in Canada's National Capital region. *Event management*, 10(1), 63-76. doi:10.3727/152599506779364615
- Jugović, A., Kovacic, M., & Hadžić, A. (2011). Sustainable development model for nautical tourism ports. *Tourism and Hospitality Management*, 17(2), 175-186.
- Kirtman, B., Power, S. B., Adedoyin, A. J., Boer, G. J., Bojariu, R., Camilloni, I., et al. (2013). Near-term climate change: projections and predictability. En: T. F. Stocker et al. (Eds.), *Climate Change 2013: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* (pp. 953-1028). Cambridge: Cambridge University Press.
- Knutti, R., & Sedláček, J. (2013). Robustness and uncertainties in the new CMIP5 climate model projections. *Nature Climate Change*, 3(4), 369-373.
- Kovačić, M., & Favro, S. (2012). Complementary facilities of nautical tourism port-what Nautical Tourism expects? *Proceedings 1st Belgrade International Tourism Conference*.
- Kovačić, M., Zvonko, G., & Desimir, B. (2011). Nautical tourism in fostering the sustainable development: A case study of Croatia's coast and island. *Turismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(1), 221-232.
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism management*, 23(3), 221-232.
- Lee, M. K., & Yoo, Se. H. (2015). Public preference for the attributes of the marina port in Korea: a choice experiment study. *Maritime Policy & Management*, 42(5), 516-532.
- Lemus, N. G. (2015). CLIMA, SALUD Y TURISMO. DEL GRAND TOUR A LAS ISLAS CANARIAS. *Pensar con la historia desde el siglo XXI: actas del XII Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid (UAM), 403-423.
- Li, H., Song, H., Li, L. (2016). A Dynamic Panel Data Analysis of Climate and Tourism Demand: Additional Evidence. *Journal of Travel Research*, 56(2), 158-171. doi:10.1177/0047287515626304
- Lise, W., & Tol, R. S. (2002). Impact of climate on tourist demand. *Climatic change*, 55(4), 429-449.
- Luković, T. (2012). Nautical Tourism and Its Function in the Economic Development of Europe. In *Visions for Global Tourism Industry-Creating and Sustaining Competitive Strategies*, 19, 399-430.
- Luković, T. (ed.). (2013). *Nautical tourism*. Dubrovnik: Cabi.
- Llinás, M. S., & Servera, J. (2001). La vocación turística del territorio. En D. A. Barrado Timón (Coord.), *Geografía mundial del turismo* (pp. 61-90). Madrid: Síntesis.
- Martin, S. A., & Assenov, I. (2012). The genesis of a new body of sport tourism literature: A systematic review of surf tourism research (1997-2011). *Journal of Sport & Tourism*, 17(4), 257-287.
- Martínez-Ibarra, E., & Gómez-Martín, M. B. (2012). Progress in Tourism Climatology. En T. Mihalic, W. C. Gartner (Ed.), *Tourism and Developments. Issues and Challenges* (pp. 121-138). Nueva York: Nova Science.
- Matzarakis, A. (2001). Climate and bioclimate information for tourism in Greece. En *Proceedings of the first international workshop on climate, tourism and recreation*, ed. by A. Matzarakis and C. R. de Freitas. International Society of Biometeorology, Commission on Climate Tourism and Recreation, 171-183.
- Matzarakis, A., Endler, C., & Nastos, P. T. (2014). Quantification of climate-tourism potential for Athens, Greece-recent and future climate simulations. *Global NEST Journal*, 16(1), 43-51.
- McCullagh, P. (1980). Regression models for ordinal data. *Journal of the royal statistical society. Series B (Methodological)*, 42(2), 109-142.
- Mikulić, J., Krešić, D., & Kožić, I. (2015). Critical Factors of the Maritime Yachting Tourism Experience: An Impact-Asymmetry Analysis of Principal Components. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(supl. 1), S30-S41. doi:10.1080/10548408.2014.981628
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2014). *Plan de marketing turístico de Ecuador*. Ecuador: Ministerio de Turismo de Ecuador. Recuperado el 26 de abril de 2016, de: [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf)
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2015). *Turismo en cifras. Inteligencia de Mercados*. Ecuador: Ministerio de Turismo de Ecuador.
- Morales-Palma, C. (2016). Mejora de la productividad en negocios turísticos: estudio de caso en Salinas, Ecuador. *Revista Internacional de Investigación y Docencia*, 1(1), 33.
- Moreno-Gil, S., Martín-Santana, J. D., & De León-Ledesma, J. (2012). Key Success Factors for Understanding the Image of a Tourist Accommodation: An Empirical Study in the Canary Islands. *Innovar*, 22(44), 139-152.

- Pérez-Redondo, R. J. (2010). Sociología del turismo: el sistema turístico frente al cambio climático. *Barataria: revista castellano-manechea de ciencias sociales*, 11, 159-170.
- Ponting, J., & O'brien, D. (2015). Regulating "Nirvana": Sustainable surf tourism in a climate of increasing regulation. *Sport Management Review*, 18(1), 99-110.
- Pro Ecuador [Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones]. (2012). *Ánalisis sectorial del turismo*. Ecuador: Pro Ecuador. Recuperado el 26 de abril de 2016, de: [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC\\_AS2012\\_TURISMO.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf).
- Ramis, M. À. C., Llinás, M. S. (2014). El papel del clima en la estacionalidad turística y la configuración de productos turísticos emergentes. El caso de Mallorca. *Cuadernos de turismo*, 33, 15-30.
- Ridderstaat, J., Oduber, M., Cross, R., Nijkamp, P., & Martens, P. (2014). Impacts of seasonal patterns of climate on recurrent fluctuations in tourism demand: Evidence from Aruba. *Tourism Management*, 41, 245-256. doi:10.1016/j.tourman.2013.09.005
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Wallingford: Cabi.
- Rodríguez, B. B. (2004). El desarrollo del turismo náutico en Galicia. *Cuadernos de turismo*, 13, 145-164.
- Rosselló, J., & Waqas, A. (2016). The Influence of Weather on Interest in a "Sun, Sea, and Sand" Tourist Destination: The Case of Majorca. *Weather, Climate, and Society*, 8(2), 193-203.
- Rutty, M., & Scott, D. (2010). Will the Mediterranean become "too hot" for tourism? A reassessment. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(3), 267-281. doi:10.1080/1479053X.2010.502386
- Senplades. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. [En línea]. Ecuador: SENPLADES- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Scott, D., Gössling, D., & De Freitas, C. R. (2008). Preferred climates for tourism: case studies from Canada, New Zealand and Sweden. *Climate Research*, 38(1), 61-73.
- Scott, D., & Lemieux, C. (2010). Weather and climate information for tourism. *Procedia Environmental Sciences*, 1, 146-183.
- Thapa, B. (2012). Why did they not visit? Examining structural constraints to visit Kafue National Park, Zambia. *Journal of Ecotourism*, 11(1), 74-83.
- Castillo-Vizuete, D. D., Flores, C., Zurita, M., & Román, G. (2015). Turismo rural comunitario un medio para la acción pública para el ser humano y la vida. Estudio de caso: producto turístico rural comunitario, Pistishí-nariz del diablo en Ecuador. *European Scientific Journal*, 11(14), 226-245.
- Wang, Y., & Davidson, M. C. G. (2010). A review of micro-analyses of tourist expenditure. *Current Issues in Tourism*, 13(6), 507-524.
- Wilson, J., & Beeken, S. (2011). Perceived deficiencies in the provision of climate and weather information for tourism: A New Zealand media analysis. *New Zealand Geographer*, 67(3), 148-160.
- Yu, G., Schwartz, Z., & Walsh, J. E. (2009). A weather-resolving index for assessing the impact of climate change on tourism related climate resources. *Climatic Change*, 95(3-4), 551-573. doi:10.1007/s10584-009-9565-7



## Internacionalização de PME no Continente Americano: Revisão da Literatura

### INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES EN EL CONTINENTE AMERICANO: REVISIÓN DE LA LITERATURA

**RESUMEN:** Dado el gran interés de la comunidad académica y el mundo empresarial sobre la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (pymes), esta investigación tiene como objetivo revisar la literatura empírica sobre la internacionalización de las pymes en el continente americano, a partir de las principales bases de datos académicas. Partiendo de un conjunto de 329 artículos, este estudio examina en detalle 39 artículos entre 1999 y 2014, lo que contribuye significativamente al desarrollo del conocimiento y la comprensión de la investigación realizada hasta la fecha en este ámbito. Con este análisis se han identificado tendencias y patrones, y se concluye que la investigación realizada sobre la internacionalización de pymes se centra en los EE. UU. y Canadá, influenciada principalmente en cuatro temas principales: las teorías de la internacionalización, estrategia, desempeño y perspectiva internacional. Igualmente, se concluye que las investigaciones han seguido un predominio cuantitativo. Las conclusiones e interpretaciones de oportunidades para futuras investigaciones son relevantes tanto para la comunidad académica como para el mundo empresarial.

**PALABRAS CLAVE:** Internacionalización, pymes, revisión de la literatura, América del Norte, América Latina.

### SMEs' INTERNATIONALIZATION IN THE AMERICAN CONTINENT: A LITERATURE REVIEW

**ABSTRACT:** Considering the pressing interest of the academic community and the business world over the internationalization of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs), this research is aimed to review the empirical literature about SMEs' internationalization processes in the American continent, according to information included in the main academic databases. This study makes an in-depth analysis of 39 papers (out of a group of 329) published between 1999 and 2014, contributing to the construction of knowledge and the understanding of research in this field. This work allowed identifying patterns and trends, as well as concluding that SMEs' internationalization research is USA-and-Canada-centered and is largely influenced by four main topics: internationalization theories, strategy, performance and international perspectives. According to the results, it is also concluded that research studies have mainly followed a quantitative approach. Conclusions and interpretations of opportunities for future research are important for both the academic community and the business world.

**KEYWORDS:** Internationalization, SMEs, literature review, North America, Latin America.

### INTERNATIONALISATION DES PME SUR LE CONTINENT AMÉRICAIN: REVUE DE LA LITTÉRATURE

**RÉSUMÉ:** Étant donné l'intérêt pressant de la communauté universitaire et du monde des affaires pour l'internationalisation des petites et moyennes entreprises (PME), cette recherche vise à examiner la littérature empirique sur l'internationalisation des PME dans les Amériques, en partant des principales bases de données académiques. Sur la base d'un ensemble de 329 articles, cette étude examine en détail 39 articles publiés entre 1999 et 2014, ce qui contribue de manière significative au développement des connaissances et à la compréhension des recherches menées à ce jour dans ce domaine. Avec cette analyse, on a identifié les tendances et les modèles et on conclut que la recherche menée sur l'internationalisation des PME se concentre aux États-Unis et le Canada, principalement influencée par quatre thèmes principaux: les théories de l'internationalisation, la stratégie, la performance et la perspective internationale. On conclut également que les recherches ont une prédominance quantitative. Les conclusions et les interprétations des possibilités de recherche future sont pertinentes à la fois pour la communauté universitaire et pour le monde des affaires.

**MOTS-CLÉ:** internationalisation, PME, revue de la littérature, Amérique du Nord, Amérique latine.

**CITACIÓN:** Ribau, C. P., Moreira, A. M., & Raposo, M. (2018). Internacionalização de PME no Continente Americano: Revisão da Literatura. *Innovar*, 28(67), 59-73. doi: 10.15446/innovar.v28n67.68613.

**ENLACE DOI:** <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68613>.

**CLASIFICACIÓN JEL:** M16, M20, F20.

**RECIBIDO:** marzo 2015. **APROBADO:** diciembre 2016.

**DIRECCIÓN DE CORRESPONDENCIA:** Cláudia Pires Ribau. Rua Gago Coutinho, 1523830-669. Gafanha da Nazaré, Portugal.

### Cláudia Pires Ribau

PhD. em Marketing e Estratégia  
Universidade de Aveiro  
Aveiro, Portugal  
cpr@ua.pt

ORCID link: <http://orcid.org/0000-0003-2796-0354>

### António Carrizo Moreira

PhD. em Management  
Universidade de Aveiro  
Aveiro, Portugal  
Research Unit on Governance, Competitiveness and Public Policies  
amoreira@ua.pt

ORCID link: <http://orcid.org/0000-0002-6613-8796>

### Mário Raposo

PhD. em Gestão  
Universidade da Beira Interior  
NECE - Research Center in Business Sciences  
Covilhã, Portugal  
mrapos@ubi.pt

ORCID link: <http://orcid.org/0000-0001-6213-5355>

**RESUMO:** dado o interesse premente, não só da comunidade académica como do mundo empresarial, sobre a internacionalização das empresas, esta investigação faz uma revisão da literatura empírica sobre a internacionalização de Pequenas e Médias Empresas (PME) no continente americano, a partir das principais bases de dados académicas. Partindo de um conjunto de 329 artigos, este estudo analisa em pormenor 39 destes, entre 1999 e 2014, contribuindo significativamente para o desenvolvimento do conhecimento e da compreensão da investigação feita até à data nesta área. Com esta análise, foram identificadas tendências e padrões, podendo concluir-se que a investigação feita sobre a internacionalização de PME centra-se nos Estados Unidos e no Canadá, influenciada sobretudo por quatro grandes tópicos: teorias da internacionalização, estratégia, desempenho e perspetiva internacional. Conclui-se igualmente que há uma predominância quantitativa. As conclusões e interpretações sobre oportunidades para futuras investigações são de relevância tanto para a comunidade académica como para a empresarial.

**PALAVRAS-CHAVE:** América do Norte, América Latina, internacionalização, PME, revisão da literatura.

## Introdução

Apesar de vários estudos terem analisado a literatura sobre a internacionalização de Pequenas e Médias Empresas (PME), ainda persiste a necessidade de compreender as várias facetas destas, dada a multiplicidade de fenómenos intrínsecos e extrínsecos que as influenciam.

A comunidade académica tem vindo a interessar-se cada vez mais pelos estudos sobre a internacionalização das PME (McAuley, 2010; Singh, Gaur & Schmid, 2010; Singh, Patthak & Naz, 2010), devido essencialmente à relação entre a competitividade e o aumento da produtividade, da flexibilidade e da presença cada vez mais ativa das PME no mercado global.

Na literatura sobre a internacionalização de PME, é evidente o contraste entre os modelos tradicionais de internacionalização, por estágios ou etapas, e os "recentes" fenómenos denominados por *born globals* ou *international new ventures* (D'Angelo et al., 2013). Neste sentido e apesar de ser evidente o crescimento do conhecimento teórico e metodológico sobre a internacionalização de PME, o seu estudo continua a mostrar-se fragmentado e necessitado de uma visão holística e inclusiva das perspetivas plurais sobretudo no que se refere à visão endógena e exógena da empresa.

Existem vários trabalhos de revisão sobre esta temática. McAuley (1999; 2010) desenvolveu a sua pesquisa entre 1989-2009, analisando 24 artigos relevantes na literatura sobre a internacionalização de PME na perspectiva sequencial. Leonidou e Katsikeas (1996), Covello e McAuley (1999), Covello e Jones (2004) e Rialp, Rialp e Knight (2005) limitaram-se a analisar a internacionalização de empresas na sua fase embrionária. Fillis (2001) analisou 33 artigos sobre a internacionalização no período de 1975-2000, sem identificar claramente o tamanho da empresa, incluindo mesmo multinacionais. Etemad (2004) e Kuivalainen, Sundqvist, Saarenketo e McNaughton (2012) analisaram artigos conceptuais relacionados com os padrões de internacionalização de PME. A partir destas revisões de literatura, é possível concluir que esta área de estudo é pautada pelo crescente interesse em diversos tópicos ou vertentes de investigação, e não por uma abordagem genérica. Entre outros, destacam-se os seguintes exemplos: Moreira (2007), que estudou a relação entre PME e multinacionais no setor automóvel; Floriani e Fleury (2012), que relacionaram o desempenho e a experiência internacionais com o grau de internacionalização; Williams (2013), que combinou a perspetiva cognitiva com a internacionalização de PME, barreiras e desafios da internacionalização e ainda incluiu o género no seu estudo; Barbosa e Ayala (2014), que combinaram a internacionalização de PME com a abordagem empreendedora, *born globals* e inovação.

A nível académico e empresarial, avaliar a internacionalização de PME continua a ser pertinente como forma de identificar o tipo de artigos existente neste campo, as revistas onde são publicados, as características fundamentais, a situação atual e o potencial para futuras investigações.

Tendo em consideração que, na literatura sobre internacionalização de empresas, (a) não é apropriado fazer generalizações da realidade das empresas multinacionais, que têm muito mais recursos e competências (Thong, Yap & Raman, 1996) que as PME, (b) a análise que envolve as grandes empresas é muito mais antiga do que a realidade das PME (Ribau, Moreira, & Raposo, 2015), (c) o comportamento estratégico das grandes empresas não é semelhante ao das PME (Raymond & St-Pierre, 2013), (d) o estudo da internacionalização tem dado grande destaque às PME europeias e às multinacionais Americanas (Rugman, 1981; Rialp & Rialp, 2001; Ribau et al., 2015) e (e) tanto quanto é nosso conhecimento, não existe qualquer estudo que analise trabalhos de internacionalização de PME no continente americano (CA), especificamente na América Latina (AL), este artigo tem como objetivo retratar os trabalhos publicados na área da internacionalização de PME especificamente do CA, comparando a perspetiva norteamericana com a latino-americana. Este trabalho de pesquisa complementa igualmente estudos anteriores, que, apesar de não seguirem uma linha sistemática, debruçaram-se na revisão de literatura sob a égide da internacionalização de PME. A presente revisão da literatura pretende não só contribuir para a identificação de padrões e tendências, bem como indicar caminhos de como futuras investigações poderão evoluir.

Considerando pormenorizadamente a análise de 39 artigos publicados em revistas científicas internacionais, este artigo procura alcançar o objetivo acima referido nas seguintes abordagens: a análise dos principais tópicos de cada artigo; a metodologia adotada, incluindo as características da amostra e os intervalos de tempo (o tamanho da amostra e as fontes de informação); a recolha de dados; a metodologia de análise dos resultados; os países de origem das PME e o sector de atividade das PME. Deste modo e com base em toda a pesquisa efetuada, não foi encontrada qualquer pesquisa contemporânea que analise tão profundamente a realidade da internacionalização das PME localizadas no CA, pelo que este artigo procura complementar estudos anteriores (McAuley, 1999; 2010; Leonidou & Katsikeas, 1996; Covello & McAuley, 1999; Covello & Jones, 2004; Rialp et al., 2005; Fillis, 2001; Etemad, 2004; Kuivalainen, Sundqvist, Saarenketo e McNaughton, 2012), que se focaram em áreas específica da internacionalização de PME que não tinham por objeto a análise do CA.

O artigo está dividido em cinco secções. Depois da introdução, que corresponde à primeira secção, os conceitos de internacionalização e PME foram abordados na secção dois. A terceira secção apresenta a metodologia adotada nesta pesquisa. Os resultados são apresentados e discutidos na quarta secção. Finalmente, as conclusões e os principais



desafios e futuros desenvolvimentos são apresentados na secção cinco.

### Internacionalização de PME

Os conceitos de internacionalização e PME são multifacetados. De acordo com a literatura, o conceito de internacionalização tem evoluído ao longo dos tempos, incorporando diferentes perspetivas analíticas e teóricas. Parece ser um termo ambíguo e a sua definição varia de acordo com o fenómeno em estudo (Chetty & Campbell-Hunt, 2003). Pode incluir exportação, comércio, *cluster* transfronteiriço, alianças, filiais e *joint ventures* localizadas fora do país de origem (Singh, Pathak & Naz, 2010); genericamente está associado a um movimento *outward* das operações internacionais da empresa (Luostarinen, 1980; Welch & Luostarinen, 1988; Hitt, Hoskisson & Ireland, 1994; Ruzzier, Hisrich, & Antoncic, 2006) ou um processo de adaptação e aumento do envolvimento nas operações internacionais (Calof & Beamish, 1995), bem como o fenómeno de *de-internationalisation* (Chetty & Campbell-Hunt, 2003; Calof & Beamish, 1995; Chetty, 1999; Benito & Welch, 1997).

Fletcher (2001) dá-lhe uma perspetiva integrada ao incluir os movimentos *inward*. Varia de acordo com diversos factores que incluem o tamanho da empresa, a idade, o tipo de gestão, a liderança, o sector, etc., sendo que algumas empresas preferem internacionalizar as suas atividades de produção, enquanto outras internacionalizam apenas o seu negócio (Kafouros *et al.*, 2008).

A internacionalização tem vindo a ser intensivamente estudada, assumindo vários pontos de vista e várias perspetivas (Mejri & Umemoto, 2010), entre as quais se destacam: a teoria organizacional, o marketing, a estratégia, a gestão internacional, o empreendedorismo e a gestão de pequenos negócios (Ruzzier *et al.*, 2006; O'Cass & Weerawardena, 2009). O crescimento das pesquisas em marketing internacional inclui diversos estudos na área das estratégias de entrada em mercados externos, no uso de informações sobre as exportações, nas estratégias de marketing utilizadas pelas PME e no desempenho em mercados internacionais (O'Cass & Weerawardena, 2009). Para proteger a sua posição no mercado doméstico e aumentar as suas receitas, as PME encontram nas atividades de exportação

uma alternativa de risco relativamente baixo como forma de aceder a mercados externos (Bello & Gilliland, 1997; Peng & York, 2001; Salomon & Jin, 2008). Neste contexto, as PME enfrentam uma concorrência intensiva nos mercados internacionais, confrontando-se não só com as multinacionais, como também com a concorrência local do mercado destino (Etemad, 2004).

Em face da heterogeneidade das características intrínsecas das PME, as perspetivas macro foram dando lugar a abordagens microeconómicas, em que os modelos tradicionais de internacionalização focam uma perspetiva processual ou de rede (Moreira, 2009), e perspetivas empreendedoras (Lu & Beamish, 2001; Jones & Nummela, 2008; O'Cass & Weerawardena, 2009), mais adaptadas às PME, sobretudo às menos passivas, o que tem colocado em causa a visão tradicional baseada no processo de internacionalização (O'Cass & Weerawardena, 2009).

As novas abordagens empresariais têm dado origem a novas tipologias comportamentais como as *international new ventures* ou *global start-ups* (Oviatt & McDougall, 1994), *high-technology start-ups* (Jolly, Alahuhta, & Jeannet, 1992), *born globals* (Knight & Cavusgil, 1996; Madsen & Servais, 1997), ou as "multinacionais infantis" (Lindqvist, 1991; 1997). Os estudos mais recentes têm vindo a identificar um aumento do número de empresas que não se encaixam na perspetiva das etapas tradicionais do processo de internacionalização; pelo contrário, elas já nascem com o objetivo de desempenhar um papel ativo nos mercados internacionais.

Na literatura, encontram-se ainda modelos conceptuais que explicam a internacionalização como um processo comportamental, no qual a expansão para mercados externos começa em mercados geograficamente próximos à empresa (denominada por zona de conforto), seguido por mercados caracterizados por uma proximidade psicológica (Johanson & Vahlne, 1977; Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975). Claramente existe um confronto entre os estudos tradicionais que descrevem o desenvolvimento das atividades internacionais das empresas de forma sequencial e as novas abordagens empresariais com um cunho mais dinâmico (Wennberg & Holmquist, 2008). No entanto, não há um único modelo agregador que explique o processo de internacionalização desde uma fase embrionária. Há claramente uma perspetiva evolutiva que tem sido alimentada por questões contextuais e por um processo de decisão interno à empresa que é complexo e multifacetado (Ribau et al., 2015).

Desde o início do século xxi, os investigadores têm tentado dar uma explicação holística à internacionalização das empresas. Alguns estudos se centram na explicação

de aspectos específicos da internacionalização, negligenciando outros, o que deu origem a um aumento de modelos, encaixando não só várias teorias, como também a globalização, a complexidade dos mercados e as "novas" empresas (Fletcher, 2001; Etemad, 2004; McAuley, 2010; Mejri & Umemoto, 2010; Kuivalainen, Saarenketo e Puu-malainen, 2012; Ribau et al., 2015).

Se a internacionalização de empresas é multifacetada, o conceito de PME não lhe fica atrás. A definição de PME varia significativamente entre os vários países. Contudo, entre os Estados Unidos (EUA) e a União Europeia (UE) utilizam-se critérios relativamente semelhantes na sua definição (EC, 2015; us-SBA, 2015), embora nos EUA possa variar de acordo com o tipo de sector.

Nos EUA, uma PME pode ter entre 100 a 1.500 trabalhadores ou um volume de negócios anual que pode rondar entre os USD\$ 2,5 a USD\$ 21,5 milhões (us-SBA, 2015). No Brasil, o critério mais utilizado (embora não o oficial) baseia-se igualmente no volume de negócios anual (com mais de R\$ 3,6 milhões) ou no número de trabalhadores (embora se distinga entre empresas industriais e comerciais ou de serviços, sendo que, na primeira ronda, dos 100 aos 499 e, na segunda, entre 50 a 99 trabalhadores) (IBGE, 2016). No Chile, na Argentina e na Colômbia, não existem critérios unânimis. Neste último, uma PME tem normalmente menos de 150 trabalhadores e um volume de vendas anual entre os COP \$ 100 a 150 milhões; na Argentina, e dependendo do sector de atividade (indústria, minério e pesca; comércio e serviços; transporte; agropecuária), é feito um cálculo com base em três critérios, a saber: (a) número de trabalhadores (até 300); (b) volume de vendas anuais (até USD \$18 milhões), e (c) ativos produtivos (até USD \$10 milhões) (Cepal, 2016). No Chile, e segundo o Ministério da Economia (2016), uma PME pode ter um volume de vendas anual até UF\$ 100 mil. Independentemente da definição específica de PME, que certamente varia de país para país, o importante na análise deste artigo é a relevância dada à PME enquanto unidade económica e à forma como ela perceciona a internacionalização.

No mundo, as PME representam 90 % dos negócios e empregam mais de 50 % da mão de obra disponível (IFC, 2015). Especificamente na AL, as PME são um fator-chave no crescimento económico e no desenvolvimento, sendo que grande parte da população e da economia depende da sua atividade, capacidade produtiva e criação de emprego (Cepal, 2016). Desta forma, as PME representam caminhos estratégicos de saída da atual crise financeira global, especialmente em mercados emergentes, como forma de desenvolvimento e redução da pobreza (IFC, 2015).

As PME ocupam mais de 40% do emprego registrado na Argentina, no Brasil e no Uruguai; mais de 30% na Colômbia, no México e na República Dominicana e entre 25% e 30% no Chile, no Equador e em El Salvador. Estas percentagens são mais elevadas quando se juntam as microempresas às PME, conjunto que representa mais de 93 % das empresas registadas na AL, pelo que os diversos governos destes países têm feito esforços de desenvolvimento de programas de apoio às PME, como forma de fomentar o seu crescimento (Cepal, 2016).

As PME são um dos principais motores de desenvolvimento económico, pelo que têm vindo a receber cada vez mais atenção na literatura, o que justifica por si só a sua análise no CA, onde tradicionalmente as multinacionais têm obtido mais atenção por parte dos investigadores.

### Metodologia na Recolha de Dados

Esta pesquisa inclui várias perspetivas da investigação na internacionalização de PME que recorrem às seguintes bases de dados científicas: EBSCO, Emerald, Web of Knowledge e ScienceDirect.

Contrariando a tendência de apenas analisar alguns artigos tipo "A" aquando da revisão da literatura (Picketing & Byrne, 2014), esta pesquisa não teve qualquer restrição quanto às revistas científicas deste campo de investigação, já que o objetivo era captar as diversas perspetivas existentes na literatura.

A metodologia utilizada teve por base três condições essenciais: (1) apenas artigos completos; (2) todos os artigos que incluíam duas palavras-chave (SME e *internationaliz(s)ation*), de forma a abranger a terminologia americana e britânica no título, no resumo e/ou nas palavras-chave; (3) artigos empíricos com investigações nas PME do CA. A pesquisa foi efetuada com as duas palavras-chave em inglês, uma vez que esta é a língua obrigatória no título, resumo e palavras-chave das revistas científicas internacionais, indexadas naquelas bases de dados, mesmo que o corpo do texto esteja noutra língua. O foco desta pesquisa está na internacionalização de PME, refletido na metodologia, eliminando toda a literatura que, podendo basear-se na internacionalização de empresas, não identificou claramente a PME. Só assim se garantiu que a pesquisa se direcionasse exclusivamente ao nicho das PME, incluindo qualquer subtema no âmbito da internacionalização.

Na Tabela 1, identificam-se os critérios metodológicos assumidos nesta pesquisa.

**Tabela 1.**  
*Critério de seleção*

Critério	Descrição
Bases de dados	EBSCO, Emerald, Web of Knowledge e ScienceDirect
Tipo de artigos	Artigos empíricos completos
Tópico de pesquisa	SME <i>internationaliz(s)ation</i>
País	Investigações em PME do CA
Tópico de pesquisa no artigo	Título, resumo, palavras-chave
Áreas de pesquisa	Gestão, marketing, economia, ciências sociais
Anos	Todos sem qualquer restrição (até dezembro 2014)
Revistas	Cariz académico

Fonte: elaboração própria.

Numa primeira fase, foram aplicados nas bases de dados os critérios "tipo de artigo", "tópico de pesquisa" no título, no resumo e nas palavras-chave, sem qualquer restrição temporal ou tipo de revista, resultando em 329 artigos. Numa segunda fase, a seleção foi refinada tendo em conta a confirmação dos critérios anteriores e a aplicação dos restantes: artigos empíricos respeitantes à internacionalização de PME localizadas no CA. Aplicados os critérios metodológicos e, após as duas fases de seleção, identificaram-se 39 artigos entre 1999 e 2014, escritos nas línguas inglesa, francesa, espanhola e portuguesa.

De notar que não foram encontrados artigos anteriores a 1999 que correspondessem ao critério definido, o que se pode explicar pelo facto de a grande maioria dos estudos anteriores não mencionar explicitamente pequena e média empresa ou o acrónimo "SME" (PME em inglês). De forma a verificar a "ausência" de estudos sobre PME, foi realizada uma pesquisa em vários artigos sobre internacionalização de PME e verificou-se que a alusão às PME é mais tácita do que explícita, o que foi uma novidade.

Para analisar os 39 artigos identificados, foi desenhada uma matriz que continha: (1) a referência do artigo; (2) tópico principal; (3) principais resultados/implicações; (4) metodologia (que inclui o método utilizado na recolha de dados, tamanho da amostra, as fontes de informação, o período da pesquisa, a taxa de resposta); (5) o país da PME; (6) o sector de atividade, e (7) a identificação da revista. Estes sete itens permitiram criar tabelas dinâmicas, de onde foram exportados vários quadros de análise a partir dos quais se tiraram conclusões sobre o estado, padrões e tendências das investigações sobre o tema em análise. O método utilizado nesta revisão da literatura respeita um processo sistemático, envolvendo uma análise indutiva dos tópicos de cada artigo (Braun & Clarke, 2006) e uma tentativa

de organizar a literatura em padrões, os quais foram agrupados de forma a identificar categorias mais abrangentes.

Tal como apresentado por Jones, Covello e Tang (2011), foi seguida uma perspetiva interpretativista, baseada na análise do foco, ideias e argumentos dos artigos. Como resultado desta análise, foram criados tópicos — que representam conceitos/temas fundamentais de cada artigo — e categorias — que representam conceitos mais latos que incluem tópicos relacionados. Para tal, foram primeiro identificados os tópicos e posteriormente as categorias. De forma a facilitar a análise dos artigos, foi construída uma tabela organizada por tópicos, categorias, referências dos artigos e o ano de publicação. Cada artigo foi analisado através de uma abordagem interpretativo-sintética (Noblit & Hare, 1988), recorrendo a uma combinação de análise quer temática, quer de conteúdo (Weed, 2008), de forma a identificar aspectos quantitativos e qualitativos de cada artigo.

De forma a apurar esta revisão da literatura, optou-se por dividir, em todos os itens de análise, os estudos com origem na América do Norte (AN) — EUA e Canadá, excetuando o México — e na AL, que neste estudo incluem os países hispano-americanos do CA.

## Resultados da Análise

A Tabela 2 mostra o número de artigos publicados ao longo dos anos, sendo que 69 % do total de publicações estão entre 2009 a 2014, o que reflete a crescente importância

do tema e das publicações dos países da AL, embora 54 % dos estudos tenham por base a AN.

## Publicações

Os 39 artigos identificados estão publicados em 27 revistas diferentes, sendo que as três revistas mais representativas, com três artigos cada, representam 23,1 % do total de artigos publicados neste período (Tabela 3). Seis revistas publicaram dois artigos (representando 30 % do total de publicações) e as restantes 18 revistas identificadas publicaram um artigo cada.

**Tabela 3.**  
*Top das publicações*

Meios	Número de artigos publicados
<i>International Marketing Review</i>	3
<i>Journal of International Entrepreneurship</i>	3
<i>Estudios Gerenciales</i>	3
<i>Cuadernos de Gestión</i>	2
<i>Journal of Small Business Management</i>	2
<i>Journal of Global Marketing</i>	2
<i>Journal of International Business Research</i>	2
<i>Management International Review</i>	2
<i>Revista Brasileira de Gestão de Negócios</i>	2
Total	21

Fonte: elaboração própria.

**Tabela 2.**  
*Intensidade dos artigos publicados*

Ano	Número de artigos	% Artigos	Artigos AN	Artigos AL	% anual AN/(AN+AL)	% acumulada AN/(AN+AL)
1999	1	2,56	1		100	100,0
2001	1	2,56	1		100	100,0
2003	1	2,56	1		100	100,0
2005	3	7,69	2	1	50	83,3
2006	2	5,13	2		100	87,5
2007	2	5,13		2	0	70,0
2008	2	5,13	2		100	75,3
2009	4	10,26		4	0	69,2
2010	5	12,82	4	1	80	61,9
2011	2	5,13	2		100	65,2
2012	5	12,82	3	2	60	64,3
2013	5	12,82		5	0	54,5
2014	6	15,38	3	3	50	53,8
Total	39	100,00	21	18	18	53,8

Nota. Fonte: elaboração própria.

Do top 3, os dois primeiros meios publicaram artigos que abordaram PME localizadas na AN. Os três artigos publicados na *Estudios Gerenciales* identificam PME da AL, o mesmo acontece com os dois artigos publicados na *Cuadernos de Gestión* e na *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*.

### Tópicos e Categorias

Da revisão da literatura, foram identificados 28 tópicos diferentes, sendo que o conjunto dos 39 artigos abordou um total de 77 tópicos, conforme se apresenta na Tabela A1, no apêndice. Os tópicos mais utilizados pelos investigadores são: (1) estratégia internacional (em oito artigos, representando 20,5% do total de artigos e 10,4% do total de vezes em que os tópicos foram analisados); (2) desempenho e (3) internacionalização sequencial em *ex-aequo* (em sete artigos, representando 18% do total de artigos e 9,1% do total de vezes em que os tópicos foram analisados); (4) abordagem empreendedora (identificado em seis artigos, representando 15,4% do total de artigos e 7,8% do total de vezes em que os tópicos foram analisados); (5) teoria de recursos (com cinco artigos, representando 12,8% do total de artigos e 6,5% do total de vezes em que os tópicos foram analisados). Estes cinco tópicos representam 84,7% do total de artigos (39) e 42,9% do total de vezes em que os tópicos foram analisados.

A Tabela 4 expressa duas realidades diferentes mas complementares. Se, por um lado, os investigadores têm tido uma clara preferência pela abordagem de um e dois tópicos nas suas investigações, por outro, os artigos publicados mais recentemente têm revelado uma complexidade crescente, verificando-se que, a partir de 2009, há uma clara tendência para serem investigados três ou mais tópicos. De notar que apenas em 2013 e 2014 foram publicados artigos que analisam quatro ou mais tópicos.

Aliado ao aumento da quantidade de tópicos, há também a emergência de novos tópicos. Por exemplo, o efeito bancário, as *international new ventures*, as alianças, a seleção do mercado, o país de acolhimento e o capital humano nunca foram tratados antes de 2010, tendo por base investigações nas PME da AN. Por outro lado, a inovação, as redes e a gestão intercultural são temas que emergiram na AL. Por exemplo, o tópico género, que também emergiu após 2010, está representado equitativamente nos estudos da AN e da AL.

Os 39 artigos analisaram 28 tópicos diferentes com uma tendência mais acentuada para os últimos três anos, quer na investigação (quantidade de artigos publicados), quer nos tópicos em estudo (quantidade, complexidade e inovação), o que confirma a fragmentação encontrada na literatura nesta área.

**Tabela 4.**  
*Número de artigos por quantidade de tópico selecionado por artigo*

Ano	Um tópico		Dois tópicos		Três tópicos		Quatro tópicos		Cinco tópicos	Total de artigos
	AN	AL	AN	AL	AN	AL	AN	AL	AN	
1999	1									1
2001	1									1
2003	1									1
2005	2				1					3
2006	1		1							2
2007					2					2
2008	1		1							2
2009		3					1			4
2010			3		1	1				5
2011			1		1					2
2012	1		1	2	1					5
2013		1		1		2		1		5
2014		1	1		1	1		1	1	6
Subtotal	8	5	8	6	4	5		2	1	39
(%)	20,51	12,82	20,51	15,38	10,26	12,82		5,13	2,56	
Total	13		14		9		2		1	
(%)	33,33		35,90		23,08		5,13		2,56	

Fonte: elaboração própria.

Com base nos 28 tópicos, foram encontradas quatro categorias fundamentais transversais aos 39 artigos analisados. Estas quatro categorias foram identificadas tendo por base padrões e tendências, a saber: (1) teorias da internacionalização; (2) estratégia; (3) perspetiva internacional; (4) desempenho. Agrupando tematicamente e classificando os 28 diferentes tópicos encontrados na literatura, esta tipologia deu origem a um quadro analítico em que estas quatro categorias se relacionam duas a duas (denominado por quadrantes). As categorias 1 e 2 incluem os tópicos que se encaixam nas categorias teorias de internacionalização e estratégia (por exemplo, *born global*). As categorias 2 e 3 englobam todos os tópicos relacionados com a estratégia e perspetiva internacional (por exemplo, canais on-line). As categorias 3 e 4 compreendem os tópicos relacionados com a perspetiva internacional e desempenho (exemplo, capacidade/intensidade de exportação) e as categorias 4 e 1 incluem os tópicos relacionados com desempenho e teorias da internacionalização (exemplo, grau de internacionalização). É usual encontrar investigadores que se enquadraram em duas categorias (Li, Li & Shi, 2011). São poucos os que relacionam três categorias (Floriani & Fleury, 2012).

As categorias 1, 2 e 3 (teorias da internacionalização, estratégia e perspetiva internacional) representam 89,4% da investigação, isto é, as categorias 1 e 2 (teorias da internacionalização e estratégia) com 35,8% (10 tópicos identificados no conjunto dos 28 tópicos) e as categorias 2 e 3 (estratégia e perspetiva internacional) com 53,6% (15 tópicos identificados de entre os 28). Por outro lado, as categorias 3, 4 e 1 (perspetiva internacional, desempenho e teorias da internacionalização) representam apenas 10,7% da investigação, ou seja, as categorias 3 e 4 (perspetiva internacional e desempenho) com 7,1% (dois tópicos identificados no conjunto dos 28 tópicos) e as categorias 4 e 1 (desempenho e teorias de internacionalização) com 3,6% (um tópico identificado de entre os 28). Verifica-se, nesta análise, que o desempenho e o conceito de estratégia são cruciais na literatura sobre internacionalização de PME, reforçando o facto de que o desempenho é um constructo de difícil investigação, quer quantitativamente, quer qualitativamente, sobretudo em PME que acabam por não ter tradição na utilização sistemática de diferentes e aprofundados indicadores de desempenho (ao contrário das multinacionais).

Se, num primeiro nível, se identificaram 28 tópicos, tendo-se destacado cinco pela sua ampla utilização, num segundo nível os tópicos foram agrupados em quatro categorias (teorias de internacionalização, estratégia, perspetiva internacional e desempenho) relacionadas duas a

duas. Comparando todos os tópicos identificados, os cinco principais tópicos e a relação com as quatro categorias, confirma-se uma dicotomia entre a fragmentação e a concentração encontrada na literatura, por exemplo, se os 39 artigos abordam 28 tópicos diferentes, cerca de 84,7% dos artigos cingem-se a cinco principais tópicos de análise (33 artigos num total de 39 artigos) e 42,9% do total de vezes em que os tópicos foram analisados (77). As categorias estratégia e perspetiva internacional representam 53,6% do total de tópicos e 87,2% do total de artigos (34/39).

Quando se analisa a origem dos estudos, verifica-se equilíbrio entre a internacionalização das PME localizadas na AN e AL, quer em relação ao número total de artigos que analisam diferentes tópicos (38 vs 39 respetivamente), quer ao número total de tópicos investigados (20 vs 21 respetivamente). Quanto ao número total de artigos, é na AN onde se concentra o maior número de artigos (21, o que corresponde a 53,9% dos 39 artigos analisados) com destaque para o Canadá, enquanto na AL se identificaram 18 artigos (46,2% do total de 39). Quanto ao número de tópicos analisados, os estudos centrados na AN destacam-se por analisar um e dois tópicos, embora haja um artigo que relaciona cinco tópicos diferentes. Por sua vez, há dois artigos que abordam quatro tópicos com origem na AL.

Os tópicos de maior investigação nos EUA e no Canadá são: (1) a estratégica internacional e (2) a performance (ambos com cinco artigos cada), seguido pelo tópico internacionalização sequencial, abordagem empreendedora e canais on-line (com três artigos cada). Tópicos como o grau de internacionalização, a capacidade/intensidade de exportação, a perspetiva cognitiva, a gestão intercultural, a inovação, o apoio governamental à exportação e a globalização nas PME são tópicos exclusivos dos artigos que centram as suas pesquisas em PME da AL. Já os tópicos como a proximidade e a diversidade geográfica, canais on-line, parcerias, crédito bancário, marketing internacional, seleção do mercado são exclusivos dos artigos que se focalizam nas PME da AN.

## Métodos de Pesquisa e Análise

Os métodos utilizados na recolha de dados estão apresentados na Tabela 5. O questionário é o método mais utilizado, seguido da entrevista. Apenas 7,7% dos artigos utilizam múltiplos métodos na recolha de dados. Por sua vez, dos artigos que identificam claramente o método de pesquisa e análise, os casos de estudo tomam de alguma forma relevância (cerca de 18 % do total das publicações). Os estudos empíricos optam claramente pela análise quantitativa, com amostras acima de 50 empresas. Apenas foi

encontrado um estudo que utiliza as duas abordagens (quantitativa e qualitativa). 36% das investigações são de corte transversal.

**Tabela 5**  
*Número de artigos relacionados com o método na recolha de dados e opções analíticas*

Ano	Número de artigos	Entrevista		Questionário		Quantitativa		Qualitativa	
		AN	AL	AN	AL	AN	AL	AN	AL
1999	1	1						1	
2001	1							1	
2003	1				1	1			
2005	3		1	2		2			
2006	2	2						2	
2007	2				1		1		
2008	2	1		2		2			
2009	4		1		2		3		
2010	5		1	3		3		1	1
2011	2	1		1		2			
2012	5	1		1	1	2	1		1
2013	5		3		4		5		1
2014	6			3	2	3	3		
Total	39	6	6	12	11	15	13	5	3
			12	23		28		8	
	100%	30,77%		58,97%		71,79%		20,51%	

Fonte: elaboração própria.

As fontes de informação mais comuns nos investigadores com a recolha de dados são os gestores de topo (com 28% do total das publicações), seguido dos fundadores e do gestor internacional (com 7,7% cada).

Tratando-se de estudos com abordagem empírica, torna-se pertinente perceber o tamanho da amostra utilizada pelos investigadores. Grande parte dos estudos quantitativos (cerca de 41%) opta por uma amostra pequena (entre 50 a 400 PME), contudo 23% dos artigos contêm uma amostra acima de 1000 PME, centradas na AN. Dos 8 estudos qualitativos, a amostra centra-se maioritariamente abaixo de 20 empresas. O alvo destes estudos são PME, pelo que tendencialmente as amostras são de número mais reduzido ao contrário de estudos extensíveis ao "grande público". Nestes 39 artigos, só foram encontrados dois artigos que tenham optado por múltiplas fontes de informação, ambos com foco em PME da AN.

O principal método de análise identificado neste estudo é a regressão (com 23%), seguido da investigação exploratória, análise descritiva ou indutiva e modelagem por equações estruturais, (com 10,26% cada), este último presente nos estudos apenas a partir de 2012 e maioritariamente

aplicado às PME da AL (75%). Oito (21%) dos estudos combinam duas técnicas de análise dos dados recolhidos (dos quais 63% são estudos que se baseiam em PME da AN) e apenas um estudo combinou três técnicas (Kuhlmeier & Knight, 2010), que se focou em PME da AN.

Os estudos empíricos cingem-se maioritariamente a recolher dados de PME de um único país (71,9 %). Apenas um estudo envolveu 11 países da AL (Ketkar & Acs, 2013).

## Conclusões e Implicações

A primeira conclusão é a de que dos 77 tópicos que emergiram na revisão da literatura, os mais importantes são os seguintes: estratégia internacional, desempenho, internacionalização sequencial, abordagem empreendedora e teoria de recursos.

Embora haja tópicos específicos na AN e na AL, outra conclusão importante está relacionada com a proximidade de tópicos quando se compara a perspetiva da AN e da AL, como é o caso da internacionalização sequencial, da abordagem empreendedora e da teoria dos recursos. Mais, há tópicos como a *bornglobalness* ou as *international new ventures*, que são próximos e onde se verifica que as necessidades das empresas e da academia são relativamente semelhantes tanto na AN como na AL.

Confirma-se a fragmentação temática encontrada na literatura, tal como apresentado por McAuley (2010). O tema é multifacetado em termos de análise e configurações, refletindo diversos modelos propostos sob a égide económica, comportamental, social, estratégica e, como última tendência, integrativa, ao explicar todo o complexo fenômeno da internacionalização de empresas.

Ao contrário das revisões da literatura anteriores, o presente artigo apenas inclui estudos do CA, que representam apenas 12% do total de 329 artigos identificados nesta área, tendo sido identificada uma leve preponderância dos estudos originários dos EUA e do Canadá, relativamente aos países da AL, embora, a nível temporal, esta tendência seja decrescente. Há uma clara necessidade de aumentar o foco em estudos sobre PME localizadas na AL com o objetivo de melhor compreender a variabilidade das características únicas das PME localizadas nestes países emergentes, o que permitirá não só apoiar os profissionais nas suas tomadas de decisão, bem como as entidades governamentais a definir estratégias de apoio à internacionalização de PME.

Tal como no estudo de McAuley (2010), existe um crescente interesse na análise de determinados tópicos (por exemplo, a inovação, gestão intercultural e capital humano, todos eles investigados entre 2013 e 2014) e a combinação

de diferentes tópicos (Cui, Walsh & Zou, 2014, que combinaram a estratégia internacional com marketing internacional, desempenho, seleção de mercados e o país de acolhimento).

Confirmando o estudo de McAuley (2010), grande parte dos investigadores opta por um único método na recolha dos dados, sendo que apenas três artigos utilizam múltiplos métodos (7,7%), muito longe da percentagem referida quer no primeiro estudo de McAuley (1999) (18,5%), quer no segundo (37,4%) (McAuley, 2010). Da Tabela 5, conclui-se que tanto os estudos da AN como os da AL têm uma maior preponderância por estudos quantitativos em detrimento dos qualitativos.

Ratificando as conclusões de revisões anteriores, o tamanho da amostra é normalmente maior em estudos quantitativos do que qualitativos e os CEOs, fundadores e executivos são as fontes de informação eleitas pela maioria dos estudos. De referir que apenas 5% dos estudos recorrem a várias fontes de informação, aspeto que se sugere ver ultrapassado em próximas investigações, uma vez que várias fontes de informação promovem diferentes perspetivas e suportam a triangulação dos dados recolhidos pelo investigador, valorizando o estudo.

Mais de 50% dos estudos revistos por McAuley (1999) referiam-se a um único sector. Esta revisão indica-nos que os investigadores se dividem entre estudos multisectoriais e unissetoriais, quer na AN, quer na AL. Apesar de existirem mais estudos que envolvem múltiplos sectores, há um *gap* na pesquisa comparativa dentro e entre sectores. Tanto nos estudos da AN como nos da AL, o sector industrial é alvo dos investigadores, em detrimento dos serviços, o que indica um *gap* em todo o CA.

Os temas que dominam a investigação são a compreensão e conceptualização da internacionalização das PME numa perspetiva estratégica e empreendedora, seguindo uma visão tradicional em que a internacionalização é identificada como um processo evolutivo. Dos 28 tópicos encontrados, 57,2 % foram utilizados por um ou dois artigos. Entre os artigos encontrados referentes à AN e à AL, é comum os investigadores centarem-se no estudo de um tópico, contudo é nos artigos da AN que se identificam as amostras mais elevadas, o recurso a múltiplas fontes de informação e à combinação de duas ou três técnicas de análise de dados. No entanto, é na AL que foi identificado um artigo que envolve onze países. Sendo as PME consideradas um fator-chave de crescimento sobretudo nas economias emergentes da AL e alvo de programas governamentais de apoio, seria expectável que a literatura refletisse a preocupação do financiamento das entidades bancárias, os efeitos dos programas de apoio no desenvolvimento das

PME, de forma a suportar a definição de estratégias públicas e empresariais.

A diversidade e os novos temas trazidos para a discussão indicam que, apesar de a literatura sobre a internacionalização de empresas ser uma área de intensas pesquisas, ainda pode ser alargada e aprofundada. Um desafio futuro é o de sedimentar conhecimento que integre tópicos em estudo (por exemplo, *born global*, *e-commerce*, gestão intercultural, proximidade geográfica, capital humano, país de origem). Outros temas podem ser identificados com potencial desenvolvimento e ainda não estudados, por exemplo, os avanços tecnológicos como facilitadores dos negócios internacionais das PME; o grau de integração económica (com base em acordos comerciais de integração e livre comércio, como Nafta, Mercosul, Comunidade Andina) do país de origem como influenciador da internacionalização das PME e os seus resultados; a diferença das PME entre entrarem num mercado externo pertencente ao mesmo espaço económico do país de origem, de um espaço económico diferente; as diferenças culturais como influenciadoras da internacionalização das PME quando estas estão em países de diferentes continentes; o comportamento das empresas familiares no seu processo de internacionalização; género como influenciador no alcance de objetivos de desempenho internacional. As questões étnicas, familiares e de igualdade de género parecem ser questões críticas nas empresas localizadas sobretudo na AL, onde a resposta a uma questão básica de como estas PME se internacionalizam parece não ter resposta na literatura. Torna-se, portanto, necessário dar uma perspetiva múltipla aos temas abordados pelos investigadores, como forma de atingir uma visão multidimensional das PME em ambientes internacionais.

Qualquer revisão da literatura tem limitações. Esta resulta da análise de um número selecionado de artigos a partir de um critério predefinido. Este artigo partiu de duas palavras-chave, independentemente do subtópico abordado. Comparando com revisões da literatura anteriores, com critérios mais limitativos (não só referente à notoriedade do trabalho, do investigador, da revista, como também referente aos temas abordados), o critério adotado para este estudo foi integrativo, tendo em conta que apenas se definiu uma limitação: as PME do CA.

Este trabalho teve como propósito estimular a análise e a interpretação. Não foi encontrado nenhum estudo que refletisse as investigações feitas à internacionalização de PME do CA, nem que agrupasse tematicamente os tópicos encontrados ou que identificasse tendências e padrões. Contudo, para futuras revisões sistemáticas, poderão ser incluídas outras palavras-chave na pesquisa, livros e

capítulos de livros, monografias e dissertações académicas que complementem o conhecimento aqui gerado.

Como apenas 10 % dos estudos utilizam técnicas e ferramentas analíticas mais sofisticadas, como equações estruturais e Partial Least Squares (PLS), que analisam relações entre constructos e efeitos de moderação e mediação, é expectável que estudos futuros recorram a estas técnicas de análise, bem como a técnicas econométricas que abracem estudos longitudinais. De forma a complementar os resultados obtidos, seria relevante que investigações vindouras endereçassem a internacionalização de serviços, dado que complementaria a clássica perspetiva industrial.

Devido à natureza multidisciplinar e à diversidade teórica desta área, torna-se fundamental o seu desenvolvimento e consolidação, sobretudo em economias emergentes, onde as PME desempenham um papel fundamental no seu dinamismo e desenvolvimento económico e social.

## Referências

- Alvarado, T., & Granados, M. (2013). La innovación en entornos económicos poco favorables: El sector autopartes mexicano. *Estudios Gerenciales*, 29(127), 167-176. doi:10.1016/j.estger.2013.05.005
- Barbosa, D. M., & Ayala, A. H. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las PYME en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(131), 172-183.
- Barbosa, E., González-Campo, C., & Vargas, G. (2013). Factores que condicionan la aparición de las *born global*: Análisis de la internacionalización temprana de las PYME en Colombia. *Pensamiento & Gestión*, 35, 206-223.
- Bell, J., & Loane, S. (2010). "New-wave" global firms: Web 2.0 and SME internationalisation. *Journal of Marketing Management*, 26(3), 213-229. doi:10.1080/02672571003594648
- Bello, D. C., & Gilliland, D. I. (1997). The effects of output controls, process controls and flexibility on export channel performance. *Journal of Marketing*, 61(1), 22-38.
- Benito, G., & Welch, L. (1997). De-internationalisation. *Management International Review*, 37(2), 7-25.
- Boehe, D. (2009). Brazilian software SME's export propensity: bridging "born global" and Stage Approaches. *Latin American Business Review*, 10(2), 187-216. doi:10.1080/10978520903238388
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Bustamante-Zapata, L., & Aguilar-Barrientos, S. (2013). Retos de gestión intercultural en las actividades de internacionalización de microempresas de Medellín. *Estudios Gerenciales*, 29(129), 456-465.
- Calof, J., & Beamish, P. (1995). Adapting to foreign markets: Explaining internalisation. *International Business Review*, 4(2), 115-131.
- Cancino, C., & La Paz, A. (2010). International new ventures in Chile: Three cases of success. *Revista Latino-americana de Administración*, 45, 140-162.
- Carazo, P. (2007). Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las PYME: Un estudio de caso. *Pensamiento & Gestión*, 23, 1-57.
- Chetty, S. (1999). Dimensions of internationalisation of manufacturing firms in the apparel industry. *European Journal of Marketing*, 33(1/2), 121-142.
- Chetty, S., & Campbell-Hunt, C. (2003). Paths to internationalisation among small-to medium-sized firms: A global versus regional approach. *European Journal of Marketing*, 37(5/6), 796-820.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). (2016). Recuperado de <http://www.cepal.org/es>
- Coviello, N. E., & Jones, M. V. (2004). Methodological issues in international entrepreneurship research. *Journal of Business Venture*, 19, 485-508.
- Coviello, N. E., & McAuley, A. (1999). Internationalisation and the smaller firm: A review of contemporary empirical research. *Management International Review*, 39(3), 223-256.
- Cui, A., Walsh, M., & Zou, S. (2014). The importance of strategic fit between host-home country similarity and exploration exploitation strategies on small and medium-sized enterprises' performance: A contingency perspective. *Journal of International Marketing*, 22(4), 67-85. doi: <http://dx.doi.org/10.1509/jim.14.0045>
- D'Angelo, A., Majocchi, A., Zucchella, A., & Buck, T. (2013). Geographical pathways for SME internationalization: Insights from an Italian sample. *International Marketing Review*, 30(2), 80-105.
- Etemad, H. (2004). Internationalization of small and medium-sized enterprises: A grounded theoretical framework and an overview. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 1-21.
- European Commission (ec) (2015). Recuperado de <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/>
- Fabian, F., Molina, H., & Labianca, G. (2009). Understanding decisions to internationalize by small and medium-sized firms located in an emerging market. *Management International Review*, 49(5), 537-563. doi:10.1007/s11575-009-0007-6
- Fernández, A. M., & Bustamante, V. M. (2005). Estrategia e internacionalización en las pymes: Caso Antioquia. *Cuadernos de Administración*, 18(30), 137-164.
- Fillis, I. (2001). Small firm internationalisation: An investigative survey and future research directions. *Management Decision*, 39(9), 767-83.
- Fletcher, R. (2001). A holistic approach to internationalization. *International Business Review*, 10(1), 25-49.
- Floriani, D., & Fleury, M. T. (2012). O efeito do grau de internacionalização nas competências internacionais e no desempenho financeiro da PME Brasileira. *Revista de Administração Contemporânea*, 16(3), 438-458. doi:<http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552012000300007>
- Garcia, L. R. (2009). European markets as challenges or opportunities for Mexican SMEs' internationalization: a critical analysis of globalization. *Perspectives on Global Development & Technology*, 8(2/3), 372-398. doi:10.1163/156914909X423935
- Gemser, G., Brand, M., & Sorge, A. (2012). Internationalisation strategies of technology-driven small- and medium-sized enterprises. *Technology Analysis & Strategic Management*, 24(3), 311-326. doi:10.1080/09537325.2012.655418
- Gurău, C., & Merdji, M. (2008). The internationalization process of online SMEs in the u.k., u.s. and Australia. *Journal of Asia-Pacific Business*, 9(1), 55-81. doi:10.1080/10599230801971267
- Hitt, M., Hoskisson, R., & Ireland, R. (1994). A mid-range theory of the interactive effects of international and product diversification on innovation and performance. *Journal of Management*, 20, 297-326.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2016). Recuperado de <http://www.ibge.gov.br/home/default.php>

- International Finance Corporation (ifc): World Bank Group (2015). Recuperado de [www.ifc.org](http://www.ifc.org)
- Ioan, D. (2012). Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las pymes en Venezuela. *Compendium*, 15(28), 23-42.
- Johanson, J., & Vahlne, J-E. (1977). The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign markets commitments. *Journal of International Business*, 8(1), 23-32.
- Johanson, J., & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm: four Swedish cases. *Journal of Management Studies*, 2(3), 305-322.
- Jolly, V., Alahuhta, M., & Jeannet, J-P. (1992). Challenging the incumbents: How high technology start-ups compete globally. *Strategic Change*, 1(2), 71-82.
- Jones, M., Covello, N., & Tang, Y. (2011). International entrepreneurship research (1989-2009): a domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing* 26, 632-659.
- Jones, M., & Nummela, N. (2008). International entrepreneurship: Expanding the domain and extending our research questions. *European Management Journal*, 26(6), 349-353.
- Kafouros, M., Buckley, P., Sharp, J., & Wang, C. (2008). The role of internationalization in explaining innovation performance. *Technovation*, 28, 63-74.
- Ketkar, S., & Acs, Z. (2013). Where angels fear to tread: Internationalization of emerging country SMEs. *Journal of International Entrepreneurship*, 11(3), 201-219. doi:10.1007/s10843-013-0107-z
- Knight, G., & Cavusgil, S. (1996). The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory. *Advances in International Marketing*, 8, 11-26.
- Kuhlmeier, D., & Knight, G. (2010). The critical role of relationship quality in small-and medium-sized enterprise internationalization. *Journal of Global Marketing*, 23(1), 16-32. doi:10.1080/08911760903439636
- Kuivalainen, O., Saarenketo, S., & Puimalainen, K. (2012). Start-up patterns of internationalization: A framework and its application in the context of knowledge-intensive SMEs. *European Management Journal*, 30(4), 372-385.
- Kuivalainen, O., Sundqvist, S., Saarenketo, S., & McNaughton, R. (2012). Internationalization patterns of small and medium-sized enterprises. *International Marketing Review*, 29(5), 448-465.
- Leonidou, L., & Katsikeas, C. (1996). The export development process: An integrative review of empirical models. *Journal of International Business Studies*, 27(3), 517-551.
- Li, L., Li, D., & Shi, W. (2011). Internationalization, internalization and the performance of US biopharmaceutical SMEs. *Multinational Business Review*, 19(1), 65-93. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/15253831111134830>
- Lindqvist, M. (1991). *Infant multinationals: The internationalization of young, technology-based Swedish firms* (Tese de doutoramento não publicada). Stockholm School of Economics, Stockholm.
- Lindqvist, M. (1997). Infant Multinationals: Internationalisation of Small Technology-based Firms. Em D. Jones-Evans, & M. Klofsten (Eds.), *Technology, Innovation and Enterprise: The European Experience* (pp. 303-324). Basingstoke: MacMillan.
- Lu, J., & Beamish, P. W. (2001). The internationalization and performance of SMEs. *Strategic Management Journal*, 22(6/7), 565-588.
- Luostarinen, R. (1980). *The Internationalization of the Firm*. Helsinki: Helsinki School of Economics.
- Madsen, T., & Servais, P. (1997). The internationalization of born globals: An evolutionary process? *International Business Review*, 6(6), 561-583.
- Martínez-Carazo, P. (2009). Proceso del desarrollo exportador de la PYME colombiana. *Cuadernos de Gestión*, 9(1), 47-65.
- McAuley, A. (1999). Research into the internationalization process: Advice to an alien. *Journal of Research in Marketing Entrepreneurship*, 7(1), 11-17.
- McAuley, A. (2010). Looking back, going forward: Reflecting on research into the SME internationalisation process. *Journal of Research in Marketing Entrepreneurship*, 12(1), 21-41.
- Mejri, K., & Umemoto, K. (2010). Small and medium-sized enterprise internationalization: Towards the knowledge-based model. *Journal of International Entrepreneurship*, 8(2), 156-167.
- Merrilees, B., & Tiessen, J. (1999). Building generalizable SME international marketing models using case studies. *International Marketing Review*, 16(4/5), 326-344. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/02651339910281875>
- Ministério da Economia (2016). Recuperado de <http://www.economia.gob.cl/>
- Moini, H., & Tesar, G. (2005). The internet and internationalization of smaller manufacturing enterprises. *Journal of Global Marketing*, 18(3/4), 79-94. doi:10.1300/J042v18n03\_04
- Moreira, A. C. (2007). La internacionalización de pymes industriales a través de multinacionales. Presentación de algunos casos de los sectores automotor y electrónico, *Cuadernos de Administración*, 20(34), 89-114.
- Moreira, A. C. (2009). The evolution of internationalisation: Towards a new theory? *Global Economics and Management Review*, xiv(1), 41-59.
- Neupert, K., Baughn, C., & Dao, T. (2006). SME exporting challenges in transitional and developed economies. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(4), 535-545. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/14626000610705732>
- Nkongolo-Bakenda, J-M., Anderson, R., Ito, J., & Garven, G. (2010). Structural and competitive determinants of globally oriented small-and medium-sized enterprises: an empirical analysis. *Journal of International Entrepreneurship*, 8(1), 55-86. doi:10.1007/s10843-010-0048-8
- Noblit, G., & Hare, R. (1988). *Meta-ethnography: synthesising qualitative studies* (v. 11). Newbury Park: Sage.
- O'Cass, A., & Weerawardena, J. (2009). Examining the role of international entrepreneurship, innovation and international market performance on SME internationalisation. *European Journal of Marketing*, 43(11/12), 1325-1348.
- Orser, B., Spence, M., Riding, A., & Carrington, C. (2010). Gender and export propensity. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 34(5), 933-958. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00347.x
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45-64.
- Peng, M., & York, A. (2001). Behind intermediary performance in export trade: Transactions, agents and resources. *Journal of International Business Studies*, 32(2), 327-346.
- Pett, T., & Wolff, J. (2003). Firm characteristics and managerial perceptions of NAFTA: An assessment of export implications for U.S. SMEs. *Journal of Small Business Management*, 41(2), 117-133. doi:10.1111/1540-627X.00071
- Pickering, C., & Byrne, J. (2014). The benefits of publishing systematic quantitative literature reviews for PhD candidates and other early-career researchers. *Higher Education Research & Development*, 33(3), 534-548.

- Prater, E., & Ghosh, S. (2005). Current operational practices of u.s small and medium-sized enterprises in Europe. *Journal of Small Business Management*, 43(2),155-169. doi:10.1111/j.1540-627x.2005.00131.x
- Raymond, L., & St-Pierre, J. (2013). Strategic capability configurations for the interna-tionalization of SMEs: A study in equifinality. *International Small Business Journal*, 31(1), 82-102.
- Raymond, L., St-Pierre, J., Uwizeyemungu, S., & Le Dinh, T. (2014). Internationalization capabilities of SMEs: A comparative study of the manufacturing and industrial service sectors. *Journal of International Entrepreneurship*, 12(3), 230-253 doi:10.1007/s10843-014-0123-7
- Rialp, A., & Rialp, J. (2001). Conceptual frameworks on SMEs' internatio-nalization: Past, present and future trends of research. Em C. N. Axinn, & P. Matthyssens (Eds.), *Advances in International Marketing: Reassessing the Internationalization of the Firm* (pp. 49-78). Bingley: Emerald.
- Rialp, A., Rialp, J., & Knight, G. (2005). The phenomenon of early internationalizing firms: What do we know after a decade (1993-2003) of scientific inquiry? *International Business Review*, 14, 147-166.
- Ribau, C. P., Moreira, A. C., & Raposo, M. (2015). Internationalisation of the firm theories: a schematic synthesis. *International Journal of Business and Globalisation*, 15(4), 528-554. doi:10.1504/IJB.G.2015.072535
- Riding, A., Orser, B., Spence, M., & Belanger, B. (2012). Financing new venture exporters. *Small Business Economics*, 38(2), 147-163. doi:10.1007/s11187-009-9259-6
- Rodriguez, J. (2007). The internationalisation of the small and me-dium-sized firm. *Prometheus*, 25(3), 305-317. doi:10.1080/080909020701531411
- Rugman, A. (1981). *Inside the Multinationals*. Nova York: Columbia Uni-versity Press.
- Ruthinda, C. (2008). Export barriers and performance of small and me-dium size enterprises. *Journal of International Business Research*, 7(2), 57-64.
- Ruzzier, M., Hisrich, R., & Antoncic, B. (2006). SME internationalization research: Past, present, and future. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(4), 476-497.
- Salomon, R., & Jin, B. (2008). Does knowledge spill to leaders or lag-gards? Exploring industry heterogeneity in learning by exporting. *Journal of International Business Studies*, 39(1), 132-150.
- Seifriz, A., Condim, G. S., & Pereira, E. (2014). Internacionalização e Networks em Pequenas e Médias Empresas: o papel dos laços de descendência imigratória. *Revista Brasileira de Gestão de Negó-cios*, 16(50), 5-24.
- Singh, D., Gaur, A., & Schmid, F. (2010). Corporate diversification, TMT experience, and performance: Evidence from German SMEs. *Management International Review*, 50(1), 35-57.
- Singh, G., Pathak, R., & Naz, R. (2010). Issues faced by SMEs in the in-ternationalization process: Results from Fiji and Samoa. *International Journal of Emerging Markets*, 5(2), 153-182.
- Spence, M., & Crick, D. (2006). A comparative investigation into the internationalisation of Canadian and UK high-tech SMEs. *International Marketing Review*, 23(5), 524-548. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/02651330610703436>
- Spence, M., Orser, B., & Riding, A. (2011). A comparative study of inter-national and domestic new ventures. *Management International Review*, 51(1), 3-21. doi:10.1007/s11575-010-0065-9
- St-Pierre, J., Defays, L., Benezech, D., & Garcia, C. (2014). Le rôle du capital humain dans l'établissement de collaborations internationales des PME. *Management International*, 18, 72-84. doi:10.7202/1027866ar
- Thong, J. Y. L., Yap, C. S., & Raman, K. S. (1996). Top management sup-port, external expertise and information systems implementation in small businesses. *Information Systems Research*, 7(2), 248-267.
- Tiessen, J., Wright, R., & Turner, I. (2001). A model of e-commerce use by internationalizing SMEs. *Journal of International Management*, 7(3), 211-233. doi:10.1016/S1075-4253(01)00045-X
- Torrens, W., Amal, M., & Tontini, G. (2013). Determinantes do Desem-penho Exportador de Pequenas e Médias Empresas Manufatu-reiras Brasileiras sob a Perspectiva da Visão Baseada em Recursos e do Modelo de Uppsala. *Revista Brasileira de Gestão de Negó-cios*, 16(53), 511-539.
- US Small Business Administration (2015). Recuperado de <https://www.sba.gov>
- Weed, M. (2008). A potential method for the interpretative synthesis of qualitative research: issues in the development of "meta-inter-pretation". *International Journal of Social Research Methodology*, 11(1), 13-28.
- Welch, L., & Luostarinen, R. (1988). Internationalization: Evolution of a concept. *Journal General Management*, 14(2), 34-55.
- Wennberg, K., & Holmquist, C. (2008). Problemistic search and inter-national entrepreneurship. *European Management Journal*, 26, 441-445.
- Williams, D. (2013). Gender and the internationalization of SMEs. *Journal of International Business Research*, 12(1), 133-146.

**Apêndice 1.**  
**Referências por categorias e tópicos**

Quadrantes Categorias	Tópico	Referências		Tópicos*	
		AN	AL	AN	AL
Teorias da internacionalização vs Estratégia	Género	(Orser et al., 2010)	(Williams, 2013)	1	1
	Internacionalização sequencial	(Gurău & Merdji, 2008; Neupert, Baughn & Dao, 2006; Spence, Orser & Riding, 2011)	(Boehe, 2009; Carazo, 2007; Rodriguez, 2007; Torrens, Amal & Tontini, 2014)	3	4
	Abordagem empreendedora	(Nkongolo-Bakenda, Anderson, Ito & Garven, 2010; Orser et al., 2010; Spence & Crick, 2006)	(Barbosa & Ayala, 2014; Boehe, 2009; Ketkar & Acs, 2013)	3	3
	Perspetiva de <i>network</i>		(Seifriz, Gondim & Pereira, 2014)		1
	Teorias de internacionalização	(Orser et al., 2010)	(Barbosa, González-Campo & Vargas, 2013; Torrens, Amal & Tontini, 2014)	1	2
	<i>International new ventures</i>	(Riding et al., 2012; Spence, Orser & Riding, 2011)	(Cancino & La Paz, 2010)	2	1
	<i>Born global</i>	(Yu & Baum, 2012)	(Barbosa & Ayala, 2014; Barbosa, González-Campo & Vargas, 2013)	1	2
	Perspetiva cognitiva: processo de decisão		(Fabian, Molina & Labianca, 2009; Williams, 2013)		2
	Proximidade/diversidade geográfica	(Li, Li & Shi, 2011)		1	
Estratégia vs Perspetiva internacional	Teoria de recursos	(Kuhlmeier & Knight, 2010; Pett & Wolff, 2003)	(Boehe, 2009; Ioan, 2012; Torrens, Amal & Tontini, 2014)	2	3
	Gestão intercultural		(Ketkar & Acs, 2013; Bustamante-Zapata & Aguilar-Barrientos, 2013)		2
	Canais on-line	(Bell & Loane, 2010; Moini & Tesar, 2005; Tiessen, Wright & Turner, 2001)		3	
	Estratégia internacional	(Cui, Walsh & Zou, 2014; Gemser, Brand, & Sorge, 2012; Prater & Ghosh, 2005; Raymond et al., 2014; Spence & Crick, 2006)	(Cancino & La Paz, 2010; Fernández & Bustamante, 2005; Rodriguez, 2007)	5	3
	Competitividade	(Raymond et al., 2014)	(Alvarado & Granados, 2013; Barbosa, González-Campo & Vargas, 2013; Fernández & Bustamante, 2005)	1	3
	Barreiras à internacionalização/ exportação, incertezas, desafios, motivações	(Nkongolo-Bakenda, Anderson, Ito & Garven, 2010; Rutihinda, 2008)	(Williams, 2013)	2	1
	Promoção à exportação/ assistência governamental		(Carazo, 2007)		1
	Experiência internacional, orientação, competências, capital humano	(St-Pierre et al., 2014)	(Floriani & Fleury, 2012)	1	1
	Parcerias/alianças	(Li, Li, & Shi, 2011)		1	
	Efeito bancário (crédito e financiamento)	(Riding et al., 2012)		1	
	Marketing internacional	(Cui, Walsh & Zou, 2014; Merrilees & Tiessen, 1999)		2	
	Inovação		(Alvarado & Granados, 2013; Barbosa & Ayala, 2014)		2

Continua

**Apêndice 1. (Continuação)**  
**Referências por categorias e tópicos**

Quadrantes Categorias	Tópico	Referências		Tópicos*	
		AN	AL	AN	AL
Estratégia vs Perspetiva internacional	Seleção do mercado	(Cui, Walsh & Zou, 2014)		1	
	Internacionalização veloz	(Bell & Loane, 2010)	(Barbosa, González-Campo & Vargas, 2013; Cancino & La Paz, 2010)	1	2
	Globalização de PME		(Garcia, 2009)		1
	País de acolhimento	(Cui, Walsh & Zou, 2014)		1	
Perspetiva internacional vs Desempenho	Capacidade/intensidade de exportação		(Ioan, 2012)		1
	Desempenho	(Cui, Walsh, & Zou, 2014; Kuhlmeier & Knight, 2010; Li, Li & Shi, 2011; Raymond et al., 2014; Rutihinda, 2008)	(Floriani & Fleury, 2012; Torrens, Amal & Tontini, 2014)	5	2
Desempenho vs Teorias de internacionalização	Grau de internacionalização		(Floriani & Fleury, 2012)		1
Número total de vezes em que o tópico foi referido por continente				38	39
Número total de vezes em que o tópico foi referido				77	

Nota. \* Número de artigos em cada tópico.

Fonte: elaboração própria.



## ¿La capacidad de absorción es dinámica?\*

Marisela Vargas Pérez

Ph. D. en Ciencias Económicas

Profesora asociada de la Pontificia Universidad Javeriana

Bogotá, Colombia

Grupo de Investigación Conocimiento, Innovación y Competitividad

marisela.vargas@javeriana.edu.co

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1032-8785>

### IS THE ABSORPTIVE CAPACITY DYNAMIC?

**ABSTRACT:** This paper explores the progress in the conception of absorptive capacities (ACAP) since its redefinition to the concept of dynamic capabilities by Zahra and George (2002). For this purpose, a bibliometric review exercise is carried out in papers published between 2000 and 2015 in Scopus and WoS databases that consider AC as dynamic capabilities. Results of this exercise are compared with developments in the ongoing discussion over the topic. This research finds that most papers assume and apply the concept, and that the conceptual developments on the subject are scarce, especially when considering ACAP as dynamic capabilities. It is concluded that *a priori* assuming ACAP as dynamic establishes a restriction and, in many cases, an error. In order to overcome this situation we outline a theoretical proposal.

**KEYWORDS:** Absorptive capacity, dynamic capability, resources and capabilities, organizational learning.

### A CAPACIDADE DE ABSORÇÃO É DINÂMICA?

**RESUMO:** O presente artigo indaga pelos avanços na conceituação das capacidades de absorção (CA), desde sua redefinição como capacidades dinâmicas por Zahra e George (2002). Para isso, faz-se um exercício de revisão dos artigos publicados entre 2000 e 2015 em WoS e Scopus, que consideram as CA como capacidades dinâmicas, e contrasta seus resultados com os avanços na discussão em curso sobre as capacidades dinâmicas. O trabalho encontra que a maioria dos artigos assume e aplica o conceito, e são escassos os avanços conceituais, especialmente na condição das CA como capacidades dinâmicas. Conclui-se que considerar *a priori* as CA como dinâmicas constitui uma restrição e, em muitos casos, um equívoco, e esboça-se uma proposta para superar esse impasse.

**PALAVRAS-CHAVE:** aprendizagem organizacional, capacidade de absorção, capacidade dinâmica, recursos e capacidades.

### LA CAPACITÉ D'ABSORPTION EST-ELLE DYNAMIQUE?

**RÉSUMÉ :** Cet article explore les progrès de la conceptualisation des capacités d'absorption (CA), depuis sa redéfinition en tant que capacités dynamiques par Zahra et George (2002). Pour ce faire, on a mené un exercice bibliométrique pour examiner les articles publiés entre 2000 et 2015 dans WoS et Scopus, qui considèrent l'AC comme des capacités dynamiques, et on compare ses résultats avec les progrès de la discussion en cours sur les capacités dynamiques. Le travail trouve que la plupart des articles acceptent et appliquent le concept, tandis que les progrès conceptuels sont rares, en particulier dans la condition des CA en tant que capacités dynamiques. On conclut que le fait de considérer *a priori* les AC comme des dynamiques constitue une restriction et, dans de nombreux cas, une confusion, et on ébauche une proposition pour surmonter cette impasse.

**MOTS-CLÉ :** capacité d'absorption, capacité dynamique, ressources et capacités, apprentissage organisationnel.

**CITACIÓN:** Vargas Pérez, M. (2018). ¿La capacidad de absorción es dinámica? *Innovar*, 28(67), 75-87. doi: 10.15446/innovar.v28n67.68614.

**ENLACE DOI:** <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68614>.

**CLASIFICACIÓN JEL:** M10, M19, M20.

**RECIBIDO:** septiembre 2016. **APROBADO:** abril 2017.

**CORRESPONDENCIA:** Marisela Vargas Pérez. Cra. 7 N.º 40B-36, Piso 4, Edificio Jorge Hoyos Vásquez. Bogotá, Colombia.

**RESUMEN:** El presente artículo indaga por los avances en la conceptualización de las capacidades de absorción (CA), desde su redefinición como capacidades dinámicas por Zahra y George (2002). Para ello, se hace un ejercicio bibliométrico de revisión de los artículos publicados entre el 2000 y el 2015 en WoS y Scopus, que consideran las CA como capacidades dinámicas, y contrasta sus resultados con los avances en la discusión en curso sobre las capacidades dinámicas. El trabajo encuentra que la mayoría de los artículos asumen y aplican el concepto, y son escasos los avances conceptuales, especialmente en la condición de las CA como capacidades dinámicas. Se concluye que considerar *a priori* las CA como dinámicas constituye una restricción y, en muchos casos, un equívoco, y se esboza una propuesta para superar este *impasse*.

**PALABRAS CLAVE:** capacidad de absorción, capacidad dinámica, recursos y capacidades, aprendizaje organizacional.

## Introducción

En el ámbito de la firma, hoy pocos conceptos son tan importantes para el desarrollo de la teoría y de la práctica como el de las capacidades dinámicas. En el ámbito teórico, según Pitelis y Teece (2009), los avances en la noción de capacidades dinámicas han contribuido y contribuirán a la formulación de una teoría de la empresa, "de su esencia, naturaleza y objetivos"; mientras, en lo práctico, crear y desarrollar estas capacidades permitirá a la firma generar cambios que garanticen su sostenibilidad futura (Winter, 2003; Helfat y Winter, 2011), coevolucionar con el entorno y desarrollar ventajas competitivas que se traducirán, a su vez, en beneficios extraordinarios (Teece, 2009). Sobre su importancia hay poca discusión, pero el debate sobre la noción misma de capacidades dinámicas, su naturaleza, sus microfundamentos, sus alcances e impactos es profuso, pleno de matices y actual. Ese debate, sin embargo, constituye el principal catalizador del avance teórico y conceptual de las capacidades dinámicas.

¿Por qué en un documento sobre las capacidades de absorción (CA) es necesario plantear ese debate? Porque después de la formulación inicial de la noción de las CA (Cohen y Levinthal, 1990), estas fueron reconceptualizadas como capacidades dinámicas por Zahra y George (2002) y, a partir de allí, se encuentran múltiples trabajos orientados a precisar la caracterización

\* Agradezco los valiosos comentarios de los profesores Álvaro Zerda y Florentino Malaver para la realización de este artículo. El artículo se deriva de la tesis doctoral "Un modelo integrado de capacidades de absorción al nivel de la firma".

de los antecedentes, dimensiones o componentes del proceso de absorción y de sus resultados, así como su medición. Pero debajo de los matices que diferencian a estos trabajos, en general, estos parecen asumir las CA como capacidad dinámica, invocando en la mayoría de los casos a Zahra y George (2002). Esto muestra el alto impacto de dicha reconceptualización, que parece convertirse en la visión predominante sobre las CA. No obstante, la forma en que la gran mayoría de estos trabajos las han asumido es problemática y da pie a la conjectura (doble) que guía la indagación en este trabajo: i) la mayoría de los artículos sobre CA posteriores al 2002 asumen de manera acrítica la noción de CA como capacidades dinámicas, y esto ii) ha limitado las potencialidades de contribuir a su desarrollo conceptual.

En concordancia con lo anterior, el artículo persigue los siguientes objetivos: 1) identificar las aproximaciones a las capacidades dinámicas que contienen los mayores avances conceptuales, pues constituyen el contexto analítico para las CA; 2) establecer los desarrollos del concepto de CA, basándose para ello en una revisión sistemática de la literatura entre el 2000 y el 2015, que considera a las CA como capacidades dinámicas, y 3) confrontar la noción de las CA como capacidades dinámicas frente a los desarrollos en el contexto analítico, para establecer su incidencia en el desarrollo del concepto de CA y, en particular, responder el interrogante que subyace al trabajo: ¿las CA son, por definición, dinámicas?

El texto se divide en cuatro partes: en la primera, se esboza la evolución de las nociones *recursos*, *capacidades* y *capacidades dinámicas* que constituyen el contexto analítico en que se enmarca el avance del concepto CA; en la segunda, se describe la evolución del concepto de CA hasta su reconceptualización como una capacidad dinámica; una vez situado el tema, en la tercera parte se hace un ejercicio bibliométrico de revisión de la literatura, que vincula las CA con las capacidades dinámicas, con el fin de contrastar la primera conjectura –de manera acrítica–, y en la cuarta, se discuten las implicaciones de los hallazgos de la revisión –cuya asunción acrítica ha limitado el desarrollo del concepto CA– y se hace una propuesta para avanzar en una visión comprensiva de las CA, que le permita coevolucionar con los avances del contexto analítico y de la realidad empresarial.

## Un contexto analítico para las CA: las capacidades dinámicas

La evolución de las capacidades a las capacidades dinámicas constituye el contexto analítico del desarrollo conceptual de las CA. Por ello, es necesario esbozar, como aquí

se hace, la evolución de esas nociones, centrándose en los planteamientos de los autores que han efectuado las principales contribuciones a la comprensión actual de las capacidades dinámicas.

### Antecedentes: de los recursos y las capacidades a las capacidades dinámicas

En Penrose (1959) se origina la *Resource Base View* (RBV), que plantea que los *recursos* específicos de la firma tienen un alto valor estratégico –por no encontrarse en el mercado– y son fuente de ventajas competitivas (Barney, 1991 y 2001; Helfat y Peteraf, 2003). Esta noción es complementada por la teoría evolutiva, que señala que como fruto de las experiencias y aprendizajes de una firma se generan formas particulares –recurrentes– de hacer las cosas –*rutinas*–, que constituyen el núcleo de la *capacidad organizacional* (Nelson y Winter, 1982; Zollo y Winter, 2002), entendida como la habilidad (*capacity*) “para ejecutar una actividad particular de una manera confiable y, al menos, mínimamente satisfactoria” (Helfat y Winter, 2011, p. 1.244). La capacidad no es *ad hoc*, pues refleja un patrón de conducta que permite realizar una actividad de manera repetida y confiable (Nelson y Winter, 1982; Becker y Zirpoli, 2008).

Las capacidades permiten a la firma operar con solvencia en entornos estables, pero generan inercias y rigideces que le impiden adaptarse y sobrevivir en contextos con cambios acelerados e impredecibles (Leonard-Barton, 1992; Eisenhardt y Martin, 2000). Para superar esas limitaciones, surge la noción de *capacidades dinámicas*, definidas por Teece, Pisano y Schuen (1997) como “las capacidades de la firma para integrar, construir y reconfigurar sus recursos/competencias internos y externos para afrontar (...) cambios rápidos del entorno” (p. 516). Estas capacidades permiten a la firma coevolucionar con su entorno y obtener altos beneficios derivados de la creación y sostenibilidad de ventajas competitivas (Teece, 2009).

Esta formulación es complementada por Zollo y Winter (2002) cuando plantean que “las capacidades dinámicas (...) constituyen métodos sistemáticos para modificar las rutinas operativas” (p. 340). Así, se definen dos tipos de capacidades: las operativas, para la ejecución de procedimientos conocidos y que son la fuente de los ingresos y utilidades actuales, y las dinámicas, que cambian a las primeras para mejorar las utilidades futuras y están relacionadas con las rutinas de búsqueda de Nelson y Winter (1982), con las que la firma afronta la innovación, la adaptación y el cambio. Así, constituyen el fundamento de las capacidades operativas, y “gobiernan su tasa de cambio” (Winter, 2003).



Esta doble formulación conforma el cuerpo central de los planteamientos sobre las capacidades dinámicas. Asimismo, expresa el acuerdo sobre las capacidades dinámicas como capacidades de orden superior que cambian a las operativas. Teece (2014 y 2016) considera, además, que estas fortalecen la toma de decisiones estratégicas (Katkalo, Pitelis y Teece, 2010) y, por esta vía, contribuyen a sostener la ventaja competitiva. Sin ellas, la firma podría obtener retornos competitivos en el corto plazo, pero no sostener retornos superiores (Augier y Teece, 2009). Pero, aunque implícitas, hay notables diferencias entre estas dos aproximaciones que, como se verá enseguida, importan mucho para una comprensión cabal de la evolución de la noción de capacidades dinámicas, que es necesario considerar en el momento de abordar las CA como dinámicas.

### Los recientes avances conceptuales de las capacidades dinámicas

En la perspectiva evolutiva persisten los planteamientos iniciales de Zollo y Winter (2002) y Winter (2003), sobre las capacidades dinámicas, como de orden superior. Pero

hay precisiones: la primera, relacionada con la magnitud y velocidad del cambio, y la segunda, con los propósitos de las capacidades. En el primer caso, los cambios pueden ser pequeños y lentos en un momento, pero pueden provocar transformaciones estructurales y tener un alto impacto económico para la firma en el mediano o largo plazo, y esto es difícil de captar en el corto plazo. En el segundo caso, existen capacidades –como las de innovación– que pueden variar y, entonces, algunas veces pueden estar orientadas a lo operativo y, otras, a generar cambios con alcances de largo plazo, estratégicos; así las capacidades pueden tener una naturaleza dual (Helfat y Winter, 2011).

En la evolución de los planteamientos de Teece, hay un cambio de énfasis fundamental: mientras en Teece *et al.* (1997), se definen a las capacidades dinámicas como "las habilidades de la firma para integrar, construir y reconfigurar (...)" (p. 516), en sus trabajos posteriores el énfasis descansa en el papel del gerente/empresario (o en el equipo gerencial), quien constituye el elemento activo de las capacidades dinámicas. Entonces, lo fundamental es la *acción gerencial* (Teece, 2009 y 2016; Pitelis y Teece, 2009), que no es reductible a rutinas, pues los problemas

que enfrenta son cambiantes y diversos, no se replican (Teece, 2012) y frente a ellos se necesita actuar creativa y empresarialmente, sin el beneficio o restricción de las rutinas (Teece, 2014).

Esa acción gerencial se despliega en los componentes de las capacidades dinámicas, que se agrupan en tres clústeres de actividades (Teece, 2007 y 2009): para detectar (*sensing*) y aprovechar (*seizing*) oportunidades, y para transformar los recursos y capacidades (*transforming*). Estas actividades habilitan a la firma para evolucionar y coevolucionar con su ambiente de negocios, y son críticas para la rentabilidad a largo plazo. El espíritu empresarial de los gerentes está centrado en el *sensing*, mientras que la habilidad para orquestar (integrar y coordinar recursos) es clave para el *seizing* y el *transforming* (Teece, 2014). Así, el énfasis se desplaza de lo organizacional a lo gerencial, desde donde se examinan e interpretan las capacidades dinámicas.

Por lo tanto, entre las dos posturas (la evolutiva y la de Teece) persiste el acuerdo sobre la importancia estratégica de las capacidades dinámicas, esto es, cambiar los recursos y capacidades de la firma para coevolucionar con su entorno y asegurar la sostenibilidad de sus rendimientos futuros. Pero existe una diferencia fundamental: en un caso, el núcleo del análisis descansa en la capacidad organizacional y, en otro, en la habilidad gerencial. También difieren en lo referente a la velocidad del cambio generado —que en un caso puede ser lento y en el otro, rápido— y en que, para Helfat y Winter (2011), una capacidad puede tener el doble papel de operativa o dinámica, dependiendo del propósito que en un determinado momento la anime. Así, aunque implícito todavía en la literatura de los *journals top del management*, el debate está latente y abierto.

## El desarrollo de la conceptualización de las CA

Una vez expuesto el marco de referencia, es posible establecer el avance en la conceptualización de las CA como una capacidad dinámica. Para ello, se hace un breve recorrido del origen y evolución del concepto de CA hasta su redefinición como capacidad dinámica.

### Origen y evolución del término *capacidad de absorción*

En su artículo seminal, Cohen y Levinthal (1990) definen las CA como "las habilidades de una firma para reconocer el valor de la información nueva y externa, asimilarla y aplicarla para fines comerciales" (p. 129). Estas CA son *path dependent*: son función del conocimiento previo. Cuando este es más profundo y amplio, la firma puede acceder a

una mayor variedad de conocimientos, comprender y evaluar mejor la naturaleza y el potencial comercial de los avances tecnológicos. También consideran las CA como subproducto de la investigación y desarrollo (I+D); así, a las firmas con capacidades desarrolladas de I+D —con más conocimiento acumulado— se les facilitará identificar, asimilar y explotar económicamente el nuevo conocimiento externo.

El énfasis de Cohen y Levinthal (1990) en el *aprendizaje organizacional* subyacente a los conocimientos acumulados y a la apropiación y aplicación productiva del nuevo conocimiento absorbido, así como propicia articulaciones (posteriore) explícitas con el planteamiento de March (1991) sobre los aprendizajes derivados de las actividades de exploración y de explotación. Para March (1991), la exploración —asociada con términos como *búsqueda, toma de riesgos, experimentación, flexibilidad, descubrimiento e innovación*— tiene *trade-offs* con la explotación —asociada con *refinamiento, producción, eficiencia, implementación y ejecución*—, pues compiten por recursos escasos. La exploración se orienta a generar nuevas ideas derivadas del nuevo conocimiento incorporado, mientras la explotación incluye su réplica en diversos contextos de aplicación y su absorción en las rutinas existentes (Zollo y Winter, 2002). Así, son opuestas, y ello incidió en la visión sobre las CA.

La perspectiva de Cohen y Levinthal (1990) también facilitó establecer conexiones con la RBV, con la teoría evolutiva y con la literatura sobre estrategia, que arrojan luces sobre los vínculos de las CA con la innovación y la competitividad de la firma y, por esta vía, con el tránsito de las nociones de recursos y capacidades hacia las capacidades dinámicas, noción que permeó las perspectivas analíticas sobre las CA.

### La reconceptualización de las CA: como capacidades dinámicas

El artículo seminal de Teece *et al.* (1997) influyó en la reconceptualización de las CA. En efecto, Zahra y George (2002) las redefinen como "un conjunto de rutinas y procesos organizacionales por los cuales las firmas adquieren, asimilan, transforman y explotan conocimiento para producir *una capacidad dinámica organizacional*" (p. 186), que habilita a la firma para reconfigurar su base de recursos y adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado, para crear y sostener su ventaja competitiva. Estos autores las dividen en capacidades *potenciales y realizadas*: las potenciales, constituidas por la adquisición y asimilación de conocimiento externo, dan a la firma flexibilidad para adaptarse y evolucionar al ritmo de las exigencias del entorno cambiante; las realizadas, constituidas por

la transformación y explotación del conocimiento incorporado, reflejan la capacidad de la firma para apalancarlo. Los dos tipos de capacidades son complementarios, y coexisten y contribuyen a crear otras capacidades organizacionales.

Con posterioridad a ese trabajo, son pocos los esfuerzos relevantes de reconceptualización. El más destacado es el de Lane, Koka y Pathak (2006), quienes definen a la CA como:

La habilidad de la firma para utilizar el conocimiento externo a través de tres procesos secuenciales: reconocimiento y comprensión del valor potencial del nuevo conocimiento externo a la firma a través del aprendizaje exploratorio; su asimilación a través del aprendizaje transformativo, y uso del conocimiento asimilado para crear nuevo conocimiento y resultados comerciales a través del aprendizaje de explotación. (Lane *et al.*, 2006, p. 856)

Así, la absorción es un proceso continuo dinamizado por los aprendizajes subyacentes en cada etapa. Esta visión dialoga con March (1991), pero al incorporar exploración y explotación en un mismo proceso supera el *trade off* entre ambas. Esto representa una contribución vital en el ámbito de las CA<sup>1</sup>.

### Revisión de la literatura que vincula a las CA con las capacidades dinámicas

Llegados a este punto, es necesaria una revisión sistemática de la literatura para establecer, a grandes rasgos, cuál ha sido la dinámica de la producción académica sobre la CA y cuál ha sido el avance conceptual y empírico. Para ello, por lo visto, son insoslayables, por una parte, el trabajo de Cohen y Levinthal (1990), que introduce el concepto con matices que posibilitan la fertilización cruzada con una red de conceptos claves para la comprensión de las CA; por otra, la redefinición de Zahra y George (2002) de la CA como una capacidad dinámica. A partir de allí, se hace una revisión sistemática de la literatura que vincula las CA con las capacidades dinámicas. Su objetivo es aportar evidencia que permita contrastar la conjectura que guía el ejercicio, esto es, que la gran mayoría de los artículos sobre las CA publicados después del 2002 las asumen como capacidades dinámicas, y extienden su aplicación a

campos del *management* y de la actividad económica, y a contextos geográficos o países específicos.

La revisión se efectuó en las bases de datos de artículos científicos de Scopus y de la WoS<sup>2</sup> para el periodo 2000-2015<sup>3</sup>. El ejercicio se realizó en dos momentos. En un primer momento, se identificaron los artículos sobre CA que, en el título, en las palabras clave o en el *abstract*, contuvieran los términos "*absorptive capacity or absorptive capacities or absorptive capability or absorptive capabilities*" y que, además, estuvieran asociados con las áreas de conocimiento de *business, management and accounting* y *economics, econometric and finance*, en el caso de Scopus y a *business economics* en WoS. Esta búsqueda permitió identificar 2.649 artículos en Scopus y 3.442 en WoS, que se fusionaron, eliminándose los registros repetidos, obteniéndose un total de 4.875 artículos. A partir de este corpus, en un segundo momento, se identificaron los artículos que consideran a las CA como capacidades dinámicas. Para ello, se recuperaron los artículos que contuvieran los términos "*dynamic capability or dynamic capabilities or dynamic capacity or dynamic capacities*", en el título, palabras claves o *abstract*. Este filtro dio como resultado 362 artículos.

Sobre esos artículos también se hace un doble análisis: primero, para el conjunto de ellos, se realiza una breve descripción de sus características básicas y su dinámica, a partir de indicadores bibliométricos, mirada que se complementa con un análisis de los trabajos más relevantes, según la citación; segundo, la indagación se concentra en los trabajos que discuten el concepto CA, para establecer la contribución a su desarrollo como capacidad dinámica.

### Caracterización de la literatura que vincula a las CA con las capacidades dinámicas

En el 2002, se publica el primer artículo —(Zahra y George, 2002)— que redefine las CA como capacidades dinámicas. Luego de un breve periodo "de introducción" del concepto, entre el 2006 y el 2012 se registra un crecimiento progresivo de la cantidad de trabajos que asumen esa visión de las CA. Después, la producción se estabiliza y se mantiene alta, alrededor de 45 artículos anuales sobre el tema (figura 1).

<sup>1</sup> Lewin, Massini y Peeters (2011) proponen un modelo que entiende la CA como "un conjunto de rutinas" para identificar y asimilar ideas del entorno, pero también para generarlas desde dentro. Además, consideran que hay metarrutinas —rutinas de orden superior— internas y externas que definen el propósito de las capacidades dinámicas, y que se expresan en rutinas y capacidades operativas observables y medibles.

<sup>2</sup> Bases de datos multidisciplinares que permiten indagar en la literatura especializada y normalizada sobre el tema de interés; aplican criterios de calidad a los *journals* para su inclusión; contienen los *journals* y autores más relevantes (mediante indicadores de calidad e impacto, como la citación); contienen información organizada y estructurada —resúmenes, palabras clave, referencias, autores— que facilita su identificación, recuperación, análisis y estudios ciométricos mediante *software* especializado.

<sup>3</sup> Pues desde Zahra y George (2002) las CA se redefinen como capacidades dinámicas.

El avance de esta literatura es jalónado por autores de Estados Unidos, que originan la tercera parte (32,8%) de los artículos publicados; en segundo lugar, se ubican países europeos —como España, Reino Unido, Alemania y Holanda—, y una cantidad importante de esta producción se realiza en China y Australia. Por el contrario, la producción latinoamericana es marginal, con solo dos artículos: uno de Brasil y otro de México.

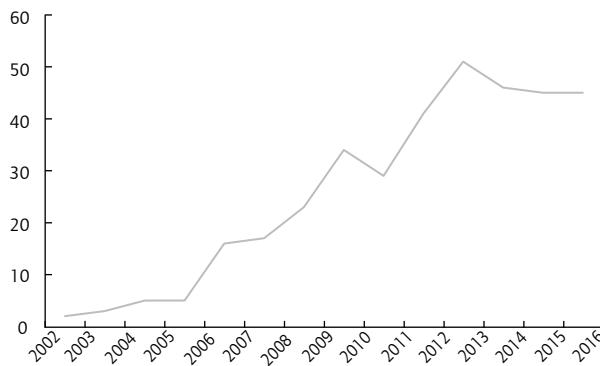


Figura 1. N.º de artículos publicados sobre CA entre el 2000 y el 2015.  
Fuente: elaboración propia a partir de Scopus y WoS.

Una visualización de las temáticas asociadas con las CA es proporcionada por la red bibliométrica configurada por la coocurrencia de las palabras clave (temas) de los artículos estudiados. Dicho indicador se obtiene del número de publicaciones en que dos palabras clave están presentes en el título, el *abstract* o el listado de palabras clave. Para elaborar dicha red, se acudió al análisis de la distancia, donde los nodos (palabras clave) en la red se posicionan en función de su proximidad, indicativa de su relación (Van Eck y Waltman, 2014). Para ello, se usa el *software* gratuito VOSviewer, que ubica los nodos en un espacio de dos dimensiones de acuerdo con su relación y, a partir de allí, conforma clústeres o conjuntos de nodos muy cercanos. Cada nodo se asigna a un clúster diferenciado por un color. De ese modo, en la figura 2 se revelan tres grupos de palabras nucleados alrededor de la innovación, el aprendizaje organizacional y las capacidades.

En la figura 3 se visualizan de manera más nítida los (cinco) clústeres, conformados por la cercanía cognitiva de las palabras clave, donde el tamaño de los círculos revela la cantidad de artículos con esas palabras. El primer grupo (de color rojo) está conformado por términos asociados con *innovación, gestión del conocimiento y aprendizaje*; el segundo (de color verde), por palabras como *aprendizaje organizacional, entornos turbulentos y desarrollo de nuevos productos*; el tercero (de color lila) por palabras como *ambidestreza, exploración y explotación*; el cuarto (de color azul) está conformado por términos relacionados con la *RBV, capacidades organizacionales, capital intelectual y perspectiva basada en el conocimiento*; y un quinto (color amarillo), muy difuso,

con palabras con baja ocurrencia y asociadas a una amplia diversidad de temáticas.

Esa multiplicidad temática está asociada con la naturaleza del tema, que lo vincula con una amplia variedad de tópicos. Los centrales son el aprendizaje y la innovación, que tienen estrechos vínculos con la absorción (figura 2), y configuran una tríada con el conocimiento como sustrato común. Por ello, la gestión del conocimiento, abordada desde distintas perspectivas (el capital intelectual, el enfoque basado en el conocimiento, etc.), la gestión de la innovación o la gestión del aprendizaje, desde la perspectiva de la ambidestreza (exploración y explotación), son relevantes dentro de la literatura revisada. Estos temas *core* se complementan con aquellos que abordan las condiciones intraorganizacionales (*management, estructura y estrategia*) e interorganizacionales —denominados *antecedentes* en esta literatura—, y que pueden actuar como moderadores o mediadores del vínculo entre la CA y el desempeño organizacional (innovación, exportación, ventaja competitiva). A esto habría que adicionar las aproximaciones analíticas generales de donde se nutre esta literatura (la RBV, las capacidades y las capacidades dinámicas).

Esa elevada confluencia de temas y perspectivas de análisis en el mismo espacio (organizacional) admite dos lecturas: una, indudable, es la riqueza analítica y de aportes específicos que de ellos resulta, riqueza que, como se vio, es propiciada desde la misma definición seminal de Cohen y Levinthal (1990), al tender puentes con distintas tradiciones académicas (economía evolutiva y el *management* estratégico) que abordan fenómenos que contribuyen a entender los procesos de absorción (aprendizaje, innovación, recursos y capacidades, capacidades dinámicas); la otra, también inevitable, es una gran dispersión temática (conformada por 850 palabras, con apenas 159 de ellas que se repiten) y una gran cantidad de trabajos puntuales que se intersectan, se traslanan y redundan, pero, sobre todo, que con sus diferentes maneras de aproximarse, de nombrar y de significar fenómenos muy similares y estrechamente relacionados producen una maraña de términos y de significados proclives a generar confusión.

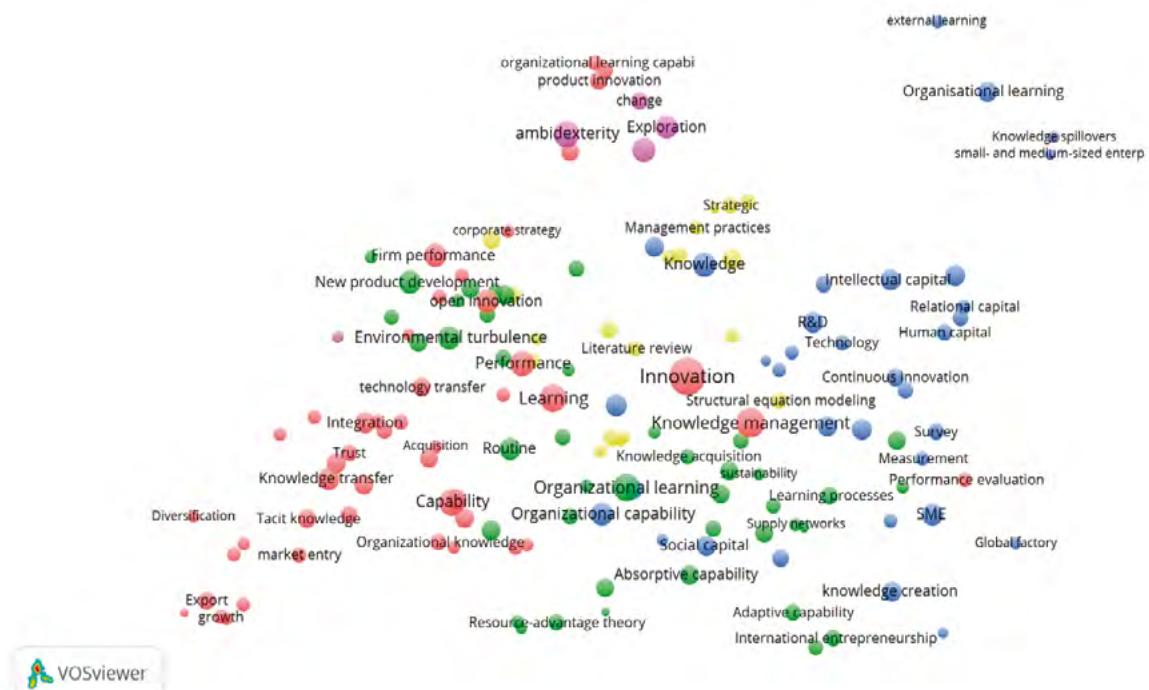
Por lo tanto, solo mediante una rigurosa conceptualización, que permita diferenciar (y delimitar) cada una de estas temáticas y aproximaciones, establecer sus núcleos analíticos y el ámbito y alcance de sus aportes específicos, será posible establecer los complementos, los diálogos y las retroalimentaciones productivas con las CA; solo así será posible establecer la magnitud de los aportes y los avances en el conocimiento sobre las CA y su contribución al desarrollo de las otras temáticas (y viceversa). En definitiva, solo así podrán nutrirse de la riqueza analítica resultante de la confluencia en mención.



**Figura 2.** Red bibliométrica de coocurrencia de palabras clave. Fuente: elaboración propia a partir de VOSviewer.

En consecuencia, una segunda aproximación a la literatura, relacionada con su contribución al desarrollo conceptual de las CA, es necesaria. Lo reclama, además, la importancia

del concepto como tal, según lo indican las más de 4.800 citas recibidas por Cohen y Levinthal (1990) desde el 2000 en los 4.875 artículos vinculados con el tema en Scopus



**Figura 3.** Red bibliométrica de coocurrencia de palabras clave. Fuente: elaboración propia a partir de VOSviewer.

y WoS, y las más de 29.000 citas en Google Académico<sup>4</sup>. Guardadas las proporciones, también lo reclama la importancia de la reconceptualización de Zahra y George (2002), con 1.695 y más de 6.500 citaciones recibidas en esas fuentes. Más relevante para este trabajo es que el 63% de los artículos del corpus conformado por los 362 artículos que asocian a las CA con las capacidades dinámicas tiene como referente este último trabajo.

La revisión muestra que la mayoría de esos artículos retoma la noción de Zahra y George (2002), y la aplica en trabajos empíricos de carácter puntual, extendiéndola a lo sumo a distintos contextos y temáticas. Esto confirma su alta influencia en la visión actual de las CA como capacidades dinámicas. Pero es mínima la cantidad de ellos que intenta desarrollar el concepto como tal.

Resultados similares se obtienen de la revisión de los trabajos más relevantes, definidos por la comunidad académica –según las citaciones recibidas<sup>5</sup>. En efecto, una muestra de 26 artículos conformada por aquellos que recibieron cien o más citas (anexo 1) indica que el 50% es de carácter empírico; más de la tercera parte de ellos vincula las CA con otras temáticas, como la ambidestreza, la innovación (abierta) o el aprendizaje, y menos del 8% discute el concepto de CA formulado por Zahra y George (2002). Esos trabajos, en particular los de Todorova y Durisin (2007) y Volberda, Foss y Lyles (2010), como se verá, critican la ambigüedad del concepto, pero no lo desarrollan. Cabe advertir que artículos que hacen avances conceptuales (Lane *et al.*, 2006; Lewin *et al.*, 2011) no son resaltados por esta comunidad académica, según las citaciones recibidas en el corpus. Tanto o más significativa para la evolución del concepto es la ausencia de discusiones explícitas sobre las CA como capacidades dinámicas.

Con relación a la conjectura que guía este trabajo, los resultados confirman que existe una profusa literatura sobre las CA, y que después del 2002, luego del trabajo seminal de Cohen y Levinthal (1990), el más relevante es, de lejos, el de Zahra y George (2002). Sin embargo, la mayoría de artículos constituyen aplicaciones o extensiones puntuales del concepto, y es mínima la cantidad de ellos que discuten esta última definición, aunque no lo hacen desde la perspectiva de las capacidades dinámicas. Esto corrobora la conjectura formulada, en el sentido, de que en el grueso de la literatura de la última década el concepto se asume y aplica, y –como se verá– esto limita su desarrollo.

<sup>4</sup> Consultado el 10 de mayo del 2016.

<sup>5</sup> Lo mismo puede afirmarse de la literatura publicada en el 2015, revisada con detalle para evitar el sesgo de la citación que produce su reciente publicación (como lo señala el indicador de *inmediatez*).

## Las críticas a la noción de CA como capacidad dinámica

Ahora, es preciso ahondar en la revisión de los artículos que discuten el concepto de CA, para dilucidar qué tanto contribuyen a su desarrollo, en particular, en relación con su redefinición como capacidades dinámicas.

En el periodo analizado (2000-2015), la primera evaluación sustantiva sobre la evolución del concepto CA la efectúan Lane *et al.* (2006). Estos autores critican la reificación de la noción de las CA, originada en que, con contadas excepciones como las de Zahra y George (2002), la mayoría de los trabajos "se alejan de la red de significados relacionados con el concepto original" (Lane *et al.*, 2006, p. 835) de Cohen y Levinthal (1990), y esto limitó los avances en la conceptualización de las CA.

Estas críticas adquieren cabal significado en Todorova y Durisin (2007), quienes señalan que la misma reconceptualización de Zahra y George (2002) es problemática por las omisiones y ambigüedades que revela una relectura de Cohen y Levinthal (1990) desde la investigación sobre aprendizaje e innovación. Sus principales críticas apuntan a la omisión del reconocimiento del valor del nuevo conocimiento, clave en la formulación seminal, así como a la ambigüedad en la relación entre asimilación y transformación, que no es secuencial, debido a que en ocasiones las firmas deben transformar sus esquemas perceptuales y cognitivos para asimilar el nuevo conocimiento, y esto a su vez ejemplifica la ambigüedad de la división entre CA potenciales y realizadas. Además, critican que el modelo de Zahra y George (2002) no es dinámico en el sentido del *path dependent* y, así, no concuerda con la descripción de cómo funcionan las CA. Señalan también la necesidad de clarificar la definición y la racionalidad de cada uno de los cuatro componentes (reconocer el valor, asimilar o transformar, y explotar), para operacionalizar las CA y avanzar en su medición. En la misma dirección, Lane *et al.* (1996) indican que la principal limitante de Zahra y George (2002) es su énfasis en la eficiencia de las CA, pues al evaluarlas como el cociente entre las CA realizadas y las potenciales –entre *output* e *input*– se sesgan hacia el corto plazo.

Revisões sistemáticas, como las de Easterby-Smith, Lyles y Peteraf (2009), y Volberda *et al.* (2010), insisten en la necesidad de superar las ambigüedades persistentes en el concepto CA. En Volberda *et al.* (2010), la ambigüedad está relacionada con el tipo de conocimiento (tecnológico y del mercado) que se absorbe. También se llama la atención sobre los vacíos en torno al conocimiento previo, así como frente al papel y el impacto en las CA de la acción gerencial, de los factores intra e interorganizacionales y de su interacción. En Easterby-Smith *et al.* (2009), se revisan las

tradiciones académicas que nutren el concepto de las CA como capacidades dinámicas, y se concluye sobre la necesidad de clarificar y desarrollar el concepto para no afectar la calidad y valor de los estudios empíricos.

Sin embargo, esos trabajos no hacen propuestas conceptuales sobre las CA. Todorova y Durisin (2007) sugieren una aproximación basada en la teoría dinámica de sistemas y Lane *et al.* (1996) proponen considerar las CA como un proceso de aprendizaje, pero ninguno tiene una posición explícita frente a las CA como capacidades dinámicas, lo que frente a la activa discusión sobre las capacidades dinámicas representa un anacronismo. Esto reconfirma la conjectura sobre el escaso desarrollo del concepto CA como capacidad dinámica, conteniendo importantes implicaciones sobre las que se ahondará enseguida. Cabe advertir que, en ese sentido, son excepcionales los artículos de Lewin, Massini, y Peeters (2008), que critican los trabajos empíricos de carácter puntual, frente a un concepto que es multidimensional, y los de Lewin *et al.* (2011), que le otorgan un carácter dual (interno y externo) a las CA y una diferenciación entre las metarrutinas (como CA dinámica) y las rutinas y capacidades operativas. Pero, su impacto –según las citaciones– ha sido débil.

### Las implicaciones de los hallazgos de la revisión: la necesidad de una propuesta

Enseguida, se discuten los resultados de la revisión, en particular, la asunción acrítica de las CA como capacidades dinámicas, que ha marcado y limitado a la vez su desarrollo conceptual. Se discuten las implicaciones empíricas de tal asunción y con respecto a la literatura sobre las capacidades dinámicas. Finalmente, se esboza una vía para analizar las CA según su grado de desarrollo.

### Las CA como capacidades dinámicas: una crítica a las críticas

Por lo visto, son excepcionales los trabajos que discuten sobre el concepto CA como tal. En general, este se asume o se hacen desarrollos puntuales sobre las condiciones que afectan las CA y sobre su interacción con temáticas adyacentes. Con respecto a la definición de las CA como capacidades dinámicas, el vacío de reflexión es total. En la generalidad de los trabajos, incluso los de carácter conceptual, se asume o declara las CA como capacidades dinámicas, pero sin señalarse por qué son tales. Simplemente, se retoma a Zahra y George (2002) y, a lo sumo, se alude a Teece o Winter.

Esa característica cabe incluso para los trabajos que critican la noción de Zahra y George (2002), pues hacen abstracción de ella o, en todo caso, no la discuten de manera explícita y sistemática desde la literatura de las capacidades dinámicas. Así, paradójicamente, aunque se asume a las CA como capacidades dinámicas que permiten a la firma coevolucionar con su entorno y así alcanzar y sostener ventajas competitivas –en la visión de Teece (2009 y 2014)–, la noción de CA no ha coevolucionado con la comprensión existente sobre las capacidades dinámicas.

Abstraer la naturaleza del concepto de CA como dinámica y tomarlo como algo concluido, dado, es fuente de gran parte de la ambigüedad señalada y sus implicaciones son contundentes. Sin un constructo bien desarrollado y un conjunto de predicciones testeables (contrastables), el trabajo empírico puede estar mal orientado y sus resultados pueden tener dudoso valor (Easterby-Smith *et al.*, 2009). Los problemas, sesgos y errores de interpretación que de allí se desprenden son protuberantes y repetidos. A ello son proclives incluso los trabajos de autores seminales, como el de Flatten, Engelen, Zahra y Brettel (2011), quienes proponen un índice para medir las CA (dinámicas) a partir de una encuesta. Allí, las contradicciones son evidentes. Lo son intentar captar este tipo de capacidad y, más aún, evaluar su componente dinámico mediante un instrumento de corte transversal y estático.

Por ello, resulta insoslayable observar la noción de Zahra y George (2002) con los lentes de las capacidades dinámicas. En ella se asumen los planteamientos evolutivos al definir las CA como capacidades organizacionales, que además son de orden superior, en la medida en que contribuyen a transformar capacidades operativas (Zollo y Winter, 2002 y Winter, 2003); al mismo tiempo, en su división de las CA en potenciales y realizadas, se asume la visión de Teece *et al.* (1997). Sin ahondar en la discusión teórica, esta doble asunción hoy es problemática, porque, si bien estas perspectivas convergen en considerar que las capacidades dinámicas transforman a las operativas, se separan en la noción misma de capacidades. La visión evolutiva las considera como capacidades organizacionales (Winter, 2014), en cuyo núcleo subyacen acciones repetitivas y rutinarias, mientras en Teece (2014) el elemento activo de las capacidades dinámicas es el gerente (o el equipo gerencial), quien enfrenta problemas cambiantes, no rutinarios y, así, su noción alude más a una habilidad gerencial para enfrentar lo inesperado que a una capacidad organizacional<sup>6</sup>. Por ello, en su visión, las capacidades dinámicas desenca-

<sup>6</sup> Este énfasis persiste en su planteamiento, pese a que en Teece (2016) alude al componente rutinario de la capacidad.

denan procesos *top down*, mientras que en Winter (2014) pueden ser *bottom up*.

Por lo tanto, si se asumieran los avances generados por el debate iluminante y abierto sobre las capacidades dinámicas para analizar la noción imperante de las CA, la percepción sobre sus ambigüedades y limitaciones se incrementaría. Pero ahondar aquí desborda los alcances del trabajo.

En síntesis, las críticas a la definición de las CA como dinámicas, si bien son pertinentes, no han ido al centro de la cuestión: su naturaleza dinámica *per se*. Esto ha limitado el desarrollo del concepto –confirmándose la segunda conjetura que guía este trabajo–, y ha sido fuente de ambigüedades y equívocos. Lo más grave es que ha impedido analizar la mayor parte de la realidad de la que pretende dar cuenta la noción de CA –como se verá en seguida–. Por ello, es necesario retornar a la noción seminal de Cohen y Levinthal (1990) y desarrollarla, de modo que pueda captar la realidad en su conjunto, incluida aquella de la que pretende dar cuenta la noción de CA de las firmas como capacidades dinámicas.

## La necesidad de retornar a la noción original de CA y una propuesta

Frente a los problemas de la adopción acrítica de la noción de CA de Zahra y George (2002) como capacidad dinámica, retomar a Cohen y Levinthal (1990) tiene múltiples ventajas: su planteamiento es rico en matices y facilita el diálogo con tradiciones académicas que estudian fenómenos que contribuyen a entender los procesos de absorción (como el aprendizaje, la innovación, las capacidades dinámicas y la competitividad), y permite analizar el nivel de avance de los recursos y capacidades que la constituyen, al igual que el aprendizaje que desencadena su despliegue. Esto amplía las posibilidades de análisis, pues permite analizar las CA en firmas e industrias con escaso avance en ellas –como ocurre en los contextos (países y o regiones) de bajo desarrollo tecnológico–, o allí donde están tan altamente desarrolladas que operan como capacidades dinámicas.

También resulta útil la propuesta de Lane *et al.* (2006) de considerar la absorción como un proceso con fases interrelacionadas. Ello evita caer en el *trade off* entre exploración y explotación (March, 1991), o en la dicotomía de Zahra y George (2002) entre el componente dinámico (CA potenciales) y estático (CA realizadas), porque cuando se mira como un proceso que propicia diferentes aprendizajes –exploratorio, transformativo y explotativo–, el énfasis en una o otra fase del proceso aporta indicios sobre

el grado de desarrollo de las CA y los desempeños a que dan lugar. En un proceso en el que predominen las capacidades de explotación y sea mínima la intervención de la exploración y la asimilación, se activarán CA operativas y, en consecuencia, es probable un desempeño absorbivo muy bajo. Por el contrario, cuando en el proceso el énfasis descance en la exploración, se requieran fuertes aprendizajes para apropiar el nuevo conocimiento externo y se induzcan transformaciones en los procesos (rutinas) y productos para explotarlo, es muy probable que se desplieguen CA dinámicas y los desempeños absorbivos sean altos (Vargas, 2017).

De ese modo, retornar a Cohen y Levinthal (1990) permite superar el restringido ámbito al que se ven sometidas las CA en Zahra y George (2002) y en quienes lo asumen, cuando se las define *a priori* como capacidades dinámicas. Como se ilustró, entre un abanico muy amplio de posibilidades, las CA pueden actuar como capacidades operativas o como dinámicas. Así, la visión sobre las CA puede actualizarse incorporando los avances de la discusión –desarrollada en un ámbito más general– sobre las capacidades dinámicas y, entonces, *pueden jugar un papel dual* –a la manera de Helfat y Winter (2011)–; de este modo, preservan su condición de capacidades organizacionales, y no se ven forzadas a ser consideradas *a priori* como capacidades dinámicas, lo que puede resultar cuando menos equívoco en la mayoría de los casos, especialmente en economías en desarrollo.

Por esta vía se logra una visión más flexible, más dinámica y más comprensiva de las CA, que posibilita su aplicación a distintas realidades –aquellas donde su desarrollo es muy bajo y las más escasas en que son dinámicas–. Esto permitirá que el concepto de CA coevolucione con el ritmo de avance de la comprensión de las capacidades dinámicas y de las realidades empresariales. Pero también son posibles avances endógenos, surgidos de la reflexión sobre las CA en sí mismas. En este sentido sería pertinente preguntarse, por ejemplo, ¿cuándo es dinámica una CA? ¿Es posible identificarlas en estudios transversales? Y en caso de que sea posible, ¿cómo? Si bien aquí se plantean elementos para responder estos interrogantes, es claro que desbordan los alcances de este artículo; por ello, se formulan con la intención de mostrar rutas para indagaciones futuras.

## Referencias bibliográficas

- Augier, M., & Teece, D. (2009). Dynamic capabilities and the role of managers in business strategy and economic performance. *Organization Science*, 20(2), 410-421.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.

- Barney, J. (2001). Is the resources-based "view" a useful perspective for strategic management research? *Academy of Management Review*, 26(1), 41-56.
- Becker, M., & Zirpoli, F. (2008). Applying organizational routines in analyzing the behavior of organizations. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 66, 128-148.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152.
- Easterby-Smith, M., Lyles, M., & Peteraf, M. (2009). Dynamic capabilities: current debates and futures directions. *British Academy of Management*, 20, s1-s8.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. (2000). Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105-1121.
- Flatten, T., Engelen, A., Zahra, S., & Brettel, M. (2011). A measure of absorptive capacity: scale development and validation. *European Management Journal*, 29, 98-119.
- Helfat, C., & Winter, S. G. (2011). Untangling dynamic and operational capabilities: strategy for the (n)ever-changing world. *Strategic Management Journal*, 32, 1243-1250.
- Helfat, C., & Peteraf, M. A. (2003). The dynamic resource-based view: capability lifecycles. *Strategic Management Journal*, 24(Special Issue), 997-1010.
- Katkalo, V., Pitelis, C., & Teece, D. J. (2010). Introduction: on the nature and scope of dynamic capabilities. *Industrial and Corporate Change*, 19(4), 1175-1186.
- Lane, P., Koka, B., & Pathak, S. (2006). The reification of absorptive capacity: a critical review and rejuvenation of the construct. *Academy of Management Review*, 31(4), 833-863.
- Leonard-Barton, D. (1992). Core capabilities and core rigidity: a paradox in managing new product development. *Strategic Management Journal*, 13(5), 111-126.
- Levinthal, D. A., & March, J. G. (1993). The myopia of learning. *Strategic Management Journal*, 14, 95-112.
- Lewin, A., Massini, S., & Peeters, C. (2011). Microfoundations of internal and external absorptive capacity routines. *Organization Science*, 22(1), 81-98.
- Lewin, A., Massini, S., & Peeters, C. (2008). *The configuration of internal and external practiced routines of absorptive capacity: A new perspective*. Working Paper CEB 08-010, Solvay Business School, Université Libre de Bruxelles, Brussels, Belgium.
- March, J. G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*, 2, 71-87.
- Nelson, R., & Winter, S. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge: Harvard University.
- Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Oxford: Oxford University.
- Pitelis, C. N., & Teece, D. J. (2009). The new nature and essence of the firm. *European Management Review*, 6, 5-15.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28, 1319-1350.
- Teece, D. J. (2009). *Dynamic capabilities and strategic management: organizing for innovation and growth*. Oxford: Oxford University.
- Teece, D. J. (2012). Dynamic capabilities: routines versus entrepreneurial action. *Journal of Management Studies*, 49(8), 1395-1401.
- Teece, D. J. (2014). The foundations of enterprise performance: dynamic and ordinary capabilities in an (economic) theory of firms. *The Academy of Management Perspectives*, 28(4), 328-352.
- Teece, D. J. (2016). Dynamic capabilities and entrepreneurial management in large organization: Toward a theory of the (entrepreneurial) firm. *European Economic Review*, 86, 202-216. doi:10.1016/j.euroecorev.2015.11.006.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Schuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Todorova, G., & Durisin, B. (2007). Absorptive capacity: valuing a reconceptualization. *Academy of Management Review*, 32(3), 774-786.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2014). Visualizing bibliometric networks. En Y. Ding, R. Rousseau & D. Wolfram (ed.), *Measuring scholarly impact: methods and practice* (pp. 286-320). Cham: Springer.
- Vargas, M. (2017). *Un modelo integrado de capacidades de absorción al nivel de la firma* (tesis doctoral). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.
- Volberda, H., Foss, N., & Lyles, M. (2010). Absorbing the concept of absorptive capacity: how to realize its potential in the organization field. *Organization Science*, 21(4), 931-951.
- Winter, S. G. (2003). Understanding dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, Special Issue 24(10), 991-995.
- Winter, S. G. (2012). Capabilities: their origins and ancestry. *Journal of Management Studies*, 49(8), 1402-1406.
- Winter, S. G. (2014). The future of evolutionary economics: can we break out of the beachhead? *Journal of Institutional Economics*, 10(4), 613-644.
- Zahra, S., & George, G. (2002). Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.
- Zollo, M., & Winter, S. (2002). Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities. *Organization Science*, 13(3), 339-351.

## Anexo 1. Artículos con mayor relevancia de acuerdo con su citación

Autores	Título	Año	Citas	Contribución
<b>Trabajos teóricos</b>				
Zahra y George	"Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension"	2002	1695	Seminal. Reconceptualiza la CA como dinámica, fuente de ventaja competitiva (vc).
Lavie	The competitive advantage of interconnected firms: An extension of the resource-based view"	2006	316	Extiende la RBV para analizar las redes y sus beneficios.
Raisch y Birkinshaw	"Organizational ambidexterity: Antecedents, outcomes, and moderators"	2008	305	Revisa literatura sobre ambidestreza y formula modelo con sus antecedentes, moderadores y resultados.
Ireland, Hitt y Sirmon	"A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions"	2003	274	Propone modelo conceptual para el emprendimiento estratégico, que busca oportunidades y genera vc.
Raisch, Birkinshaw, Probst y Tushman	"Organizational ambidexterity: Balancing exploitation and exploration for sustained performance"	2009	259	Revisa literatura, formula un modelo conceptual y líneas de investigación sobre ambidestreza. Explora sus tensiones: diferenciación o integración, estática o dinámica, interna o externa.
Todorova y Durisin	"Absorptive capacity: Valuing a reconceptualization"	2007	255	Con base en Cohen y Levinthal y avances en aprendizaje e innovación, señala ambigüedades en Zahra y George y sugiere incorporar efecto de retroalimentación en el modelo CA.
Lavie, Stettner y Tushman	"Exploration and exploitation within and across organizations"	2010	111	Revisa literatura sobre ambidestreza y retoma a March para interpretar conductas y resultados en firmas.
Ployhart y Moliterno	"Emergence of the human capital resource: a multilevel model"	2011	114	Propone nueva conceptualización y modelo multinivel para capital humano, vía psicológica.
Schreyoegg y Kliesch-Eberl	"How dynamic can organizational capabilities be? Towards a dual-process model of capability dynamization"	2007	179	Considera capacidades dinámicas como contradicción y desarrolla modelo dual, donde monitoreo preserva la noción de capacidad al ser observación de segundo nivel.
Jarzabkowski	"Strategy as practice: Recursiveness, adaptation, and practices-in-use"	2004	170	Desarrolla marco de teoría social, para prácticas en uso (recursivas y adaptativas) subyacentes en <i>management</i> estratégico.
Volberda, Foss y Lyles	"Absorbing the concept of absorptive capacity: How to realize its potential in the organization field"	2010	137	Revisa literatura sobre CA; formula modelo integrado de CA; señala pocos avances en antecedentes individuales, organizacionales e interorganizacionales y el efecto de su interacción sobre CA; así como en el efecto de la CA sobre innovación, desempeño y vc.
Lichtenthaler y Lichtenthaler	"A capability-based framework for open innovation: Complementing absorptive capacity"	2009	123	Integra gestión del conocimiento, CA y capacidades dinámicas. Analiza como la gestión del conocimiento (capacidad dinámica) desarrolla capacidades críticas (como la CA) para <i>open innovation</i> .
<b>Trabajos empíricos</b>				
Jansen, Van Den Bosch y Volberda	"Managing potential and realized absorptive capacity: How do organizational antecedent's matter?"	2005	340	Retoma a Zahra y George y analiza el impacto de antecedentes organizacionales sobre CA potencial y realizada, mediante un modelo
Vohora, Wright y Lockett	"Critical junctures in the development of university high-tech spinout companies"	2004	205	Propone recursos y capacidades críticas para desarrollo de <i>spin offs</i> . Recurre a estudios de caso.
Pavlou y El Sawy	"From IT leveraging competence to competitive advantage in turbulent environments: The case of new product development"	2006	187	Analiza relación entre competencia apalancada en TIC y vc, mediada por la capacidad dinámica y moderada por el entorno (turbulento), en el desarrollo de productos. Aplica modelo con mediación y moderación.
Lichtenthaler	"Absorptive capacity, environmental turbulence, and the complementarity of organizational learning processes"	2009	166	Analiza el efecto de la CA sobre innovación y desempeño y la importancia de capacidades dinámicas en entornos turbulentos. Aplica regresión múltiple.

(Continúa)

**Anexo 1. (Continuación)**  
**Artículos con mayor relevancia de acuerdo con su citación**

Autores	Título	Año	Citas	Contribución
<b>Trabajos empíricos</b>				
Rothaermel y Hess	"Building dynamic capabilities: Innovation driven by individual-, firm-, and network-level effects"	2007	159	Analiza antecedentes (al nivel individual, de la firma y de las redes) de la innovación, y su relación (sustitutos o complementarios). Aplica análisis multinivel con datos panel en empresas farmacéuticas.
Jansen, Tempelaar, Van Den Bosch y Volberda	"Structural differentiation and ambidexterity: The mediating role of integration mechanisms"	2009	126	Analiza mecanismos de integración (formales e informales) como mediadores entre diferenciación estructural y ambidestreza, mediante un modelo econométrico.
Rothaermel y Alexandre	"Ambidexterity in technology sourcing: The moderating role of absorptive capacity"	2009	115	Analiza a la CA como moderadora en la relación entre ambidestreza y desempeño, mediante un análisis empírico en firmas de Estados Unidos.
Danneels	"Organizational antecedents of second-order competences"	2008	113	Retoma a Teece y analiza capacidades dinámicas (exploración del entorno como competencia de segundo orden) para construir competencias en marketing y en I+D. Aplica datos panel, en dos etapas en firmas de Estados Unidos.
Uhlenbruck, Meyer y Hitt	"Organizational transformation in transition economies: Resource-based and organizational learning perspectives"	2003	112	Basado en aprendizaje organizacional y RBV, estudia y propone mejoras para la reestructuración de firmas en economías en transición (postprivatización), mediante un análisis empírico.
Rothaermel, Hitt y Jobe	"Balancing vertical integration and strategic outsourcing: Effects on product portfolio, product success, and firm performance"	2006	106	Analiza simultáneamente integración vertical y <i>outsourcing</i> y propone integración cónica, para su balanceo. Aplica análisis panel (3500 productos industrias software).
Damanpour, Walker y Avellaneda	"Combinative effects of innovation types and organizational performance: a longitudinal study of service organizations"	2009	104	Analiza efecto de adoptar y combinar distintos tipos de innovación sobre el desempeño en servicios, en un ejercicio análisis panel para 400 firmas de servicios en Inglaterra.
Heimeriks y Duysters	"Alliance capability as a mediator between experience and alliance performance: An empirical investigation into the alliance capability development process"	2007	103	Estudia el efecto de las diferencias en antecedentes de las capacidades de alianza sobre la heterogeneidad en el desempeño, en un análisis panel en 159 firmas.
Fosfuri y Tribo	"Exploring the antecedents of potential absorptive capacity and its impact on innovation performance"	2008	101	Aplica Zahra y George y estudia antecedentes de CA potencial, su distancia con la CA realizada y su efecto sobre la VC en innovación, para 2464 firmas, España.

Fuente: elaboración propia a partir de Scopus y WoS.



# Organizational Studies in Latin America. A Literature Review (2000-2014)\*

ESTUDIOS ORGANIZACIONALES EN AMÉRICA LATINA. UNA REVISIÓN DE LITERATURA (2000-2014)

**RESUMEN:** En este artículo se analiza el estado actual del estudio de las organizaciones a partir de la revisión de 10 de las principales revistas latinoamericanas editadas durante los últimos 15 años (2000-2014). Los artículos estudiados corresponden a revistas indexadas en las bases de datos Web of Science/Scopus. En el marco de las perspectivas teóricas definidas para la revisión, se clasificaron 3.210 artículos. La indagación realizada incluye un estudio de redes para el análisis de las coautorías e instituciones de adscripción de los autores. Los resultados permiten afirmar que existe una tendencia a estudiar las organizaciones desde una aproximación funcional-positivista, al tiempo que comienzan a surgir otras opciones de abordaje de los fenómenos organizacionales desde una mirada más comprensiva y crítica. El trabajo estuvo limitado a la selección definida, dejando de lado otras revistas importantes y representativas. En la discusión se identifica un panorama de la realidad del campo organizacional en la literatura especializada en América Latina, con lo que a los futuros investigadores se les brinda posibilidades de conocer, ubicar y construir proyectos específicos en este campo.

**PALABRAS CLAVE:** teoría administrativa, teoría de la organización, estudios organizacionales, organizaciones, Latinoamérica.

ESTUDIOS ORGANIZACIONAIS NA AMÉRICA LATINA: UMA REVISÃO DE LITERATURA (2000-2014)

**RESUMO:** Neste artigo, analisa-se o estado atual do estudo das organizações, a partir da revisão de dez das principais revistas latino-americanas editadas durante os últimos 15 anos (2000-2014). Os artigos que foram examinados correspondem a revistas indexadas às bases de dados Web of Science e Scopus. No âmbito das perspectivas teóricas definidas para a revisão, classificaram-se 3.210 artigos. O questionamento realizado inclui um estudo de redes para a análise das coautorias e instituições de vinculação dos autores. Os resultados permitem afirmar que existe uma tendência a estudar as organizações sob uma aproximação funcional-positivista, enquanto começam a surgir outras opções de abordagem dos fenômenos organizacionais a partir de um olhar mais compreensivo e crítico. O trabalho esteve limitado à seleção definida, deixando de lado outras revistas, também importantes e representativas. Na exposição, identifica-se um panorama da realidade do campo organizacional na literatura especializada na América Latina, com o qual são oferecidas, aos futuros pesquisadores, possibilidades de conhecer, posicionar e construir projetos específicos nesse campo.

**PALAVRAS-CHAVE:** América Latina, estudos organizacionais, organizações, teoria administrativa, teoria organizacional.

LES ÉTUDES ORGANISATIONNELLES EN AMÉRIQUE LATINE. UNE REVUE DE LA LITTÉRATURE (2000-2014)

**RÉSUMÉ :** Cet article analyse l'état actuel de l'étude des organisations, à partir de la révision de dix des principales revues latino-américaines publiées au cours des quinze dernières années (2000-2014). Les articles examinés correspondent à des revues indexées sur les bases de données Web of Science / Scopus. Dans le cadre des perspectives théoriques définies pour la révision, on a classé 3 210 articles. La recherche effectuée comprend une étude de réseaux pour l'analyse des co-auteurs et des institutions d'inscription des auteurs. Les résultats permettent d'affirmer qu'il existe une tendance à étudier les organisations à partir d'une approche fonctionnelle-positiviste, alors que d'autres options commencent à émerger pour aborder les phénomènes organisationnels d'une perspective plus globale et plus critique. Le travail s'est limité à la sélection définie, en laissant de côté d'autres revues importantes et représentatives. L'exposition identifie un aperçu de la réalité du domaine organisationnel dans la littérature spécialisée en Amérique latine, qui offre aux futurs chercheurs la possibilité de connaître, localiser et construire des projets spécifiques dans ce domaine.

**MOTS-CLÉ :** théorie administrative, théorie de l'organisation, études organisationnelles, organisations, Amérique latine.

**CITACIÓN:** Gonzales-Miranda, D. R., Ocampo-Salazar, C. A., & Gentilin, M. (2018). Organizational Studies in Latin America. A Literature Review (2000-2014). *Innovar*, 28(67), 89-109. doi: 10.15446/innovar.v28n67.68615.

**ENLACE DOI:** <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68615>.

**CLASIFICACIÓN JEL:** M10, L20, L29.

**RECIBIDO:** febrero 2017. **APROBADO:** mayo 2017.

**DIRECCIÓN DE CORRESPONDENCIA:** Diego Gonzales-Miranda. Carrera 49 n.º 7 sur 50, Bloque 26. Medellín, Colombia.

**Diego René Gonzales-Miranda**

Ph. D. en Administración y Ph. D. en Estudios Organizacionales

Profesor de tiempo completo de la Universidad EAFIT

Medellín, Colombia

Grupo de investigación "Administración y Organizaciones"

dgonzal8@eafit.edu.co

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1211-0656>

**Carmen Alejandra Ocampo-Salazar**

Ph. D. en Administración

Profesora de tiempo completo de la Universidad EAFIT

Medellín, Colombia

Grupo de investigación "Información y Gestión"

cocampo2@eafit.edu.co

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4417-2683>

**Mariano Gentilin**

Ph. D. en Administración y Ph. D. en Estudios Organizacionales

Profesor de tiempo completo de la Universidad EAFIT

Medellín, Colombia

Grupo de investigación "Administración y Organizaciones"

mgentilin@eafit.edu.co

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9432-8450>

**ABSTRACT:** This paper analyzes the current state of organizational studies based on a review of the top 10 Latin American journals published during the last 15 years (2000-2014). The reviewed articles were published in journals included in Web of Science or Scopus databases. A total of 3,210 articles were classified according to the theoretical perspectives defined for this review study. Research included a study of networks for the analysis of co-authors and the institutional affiliation of authors. The results allow to assert there is a tendency in the study of organizations from a functional-positivist approach, while other options for addressing organizational phenomena from a more comprehensive and critical perspective begin to emerge. This work was limited to the defined selection, leaving aside other important and representative journals in the field of organizational studies. Discussion section presents a general picture of the reality of the organizational field in Latin American specialized-literature, which provides possibilities to identify, locate and build specific projects in this field for future research.

**KEYWORDS:** Administrative theory, organizational theory, organizational studies, organizations, Latin America

\* This paper is the result of the research project "Revisión de literatura sobre el estudio de las organizaciones a nivel nacional y latinoamericano entre el 2000 y el 2014" financed by Universidad EAFIT, which is part of a set of projects developed between 2012 and 2016.

## Introduction

Currently, scientific production is one of the most important tools in the development of a society within the perspective of finding answers to problems identified as essential for good cohabitation. Journal papers are crucial for communication at this level. Thanks to them, results are delivered to the public rapidly and reach a broader number of people due to the easiness of their diffusion in periodical publications (Viana de Souza, Corréa da Silva & Oliveira Araújo, 2013). In such a context, the current research emphasizes the analysis of several studies published in one area, in an attempt to identify their features and to specify the profile of a given academic production (Costa & Boente, 2012).

The organizational field both globally and in Latin America has been mediated by different theoretical perspectives, among which the following can be identified: a functional one, aimed at administrative problem resolution; a functional/positivist, focused on conceptualizing organizations as productive objects; and a critical perspective from the Social Sciences, leading to the understanding of organizational reality.

Keeping this heterogeneity in mind, and with the conviction that scientific judgments do not result from one single research, as they should consider the accumulation of knowledge from previous studies, a revision of Latin American literature in the administrative and organizational fields was made from the review of the top 10 Latin American journals published during the last fifteen years (2000-2014).

In order to meet this purpose, a selection of journals indexed by ISI and Scopus databases within the specified period was made. In total, 3,210 papers written by 5,336 authors, members of 1,096 institutions from 78 countries were considered. For this, the journals, authors and institutions they are members of were examined. Such approaches have been used in previous studies as variables to identify the differences between trends in different fields of knowledge (Claver, Gonzales & Llopis, 2000; Lan & Anders, 2000; Lowery & Evans, 2004).

The revision was carried out in order to answer the following questions: What are the main themes studied by researchers in the organizational field? Who are the main authors and where do they publish the results of their studies? Which is the predominant theoretical perspective in the administrative and organizational fields in Latin America?

The results of this work suggest a reflection about the importance of a functional and pragmatic view that

characterizes the study of organizations in Latin America on acknowledging the importance and the implications of publishing in co-authorship, and on identifying the main themes shared by authors in each of the theoretical perspectives as well as the collaboration network between authors and institutions in the publishing of papers.

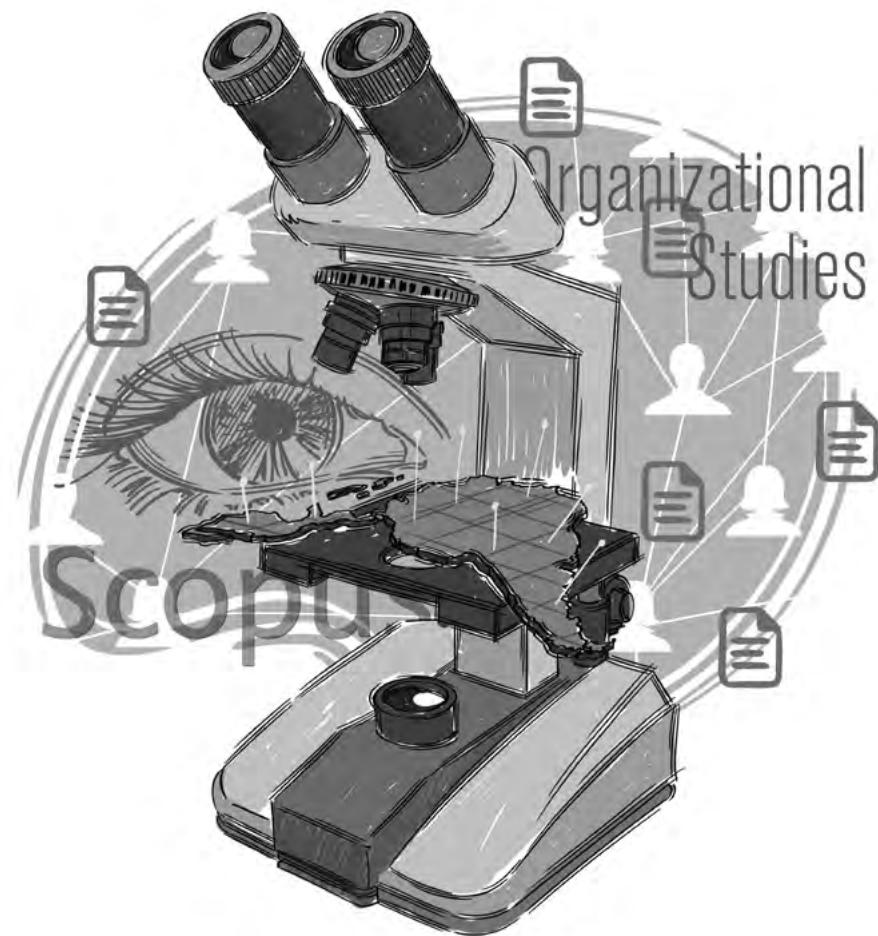
The document is divided into four sections. In the first one, three conceptual perspectives and a cross-thematic axis are explained, from which the papers in the selected journals were classified. In the second, the methodological aspects related to data collection and analysis are presented. In the third section, the results of the revision are described and analyzed. Finally, in the fourth section, some brief considerations concerning the reality of the organizational field in the Latin American context are proposed, and the findings, limitations and pending themes for future studies are discussed.

## Theoretical Perspectives and Cross-thematic Axis

The conceptual axes used for classifying the papers under analysis arise from a theoretical review of the existing frameworks for the study of organizations: Administrative Theory (AT), Organization Theory (OT), Organization Studies (OS) and Research and Education in Administration and Organizations (R&E). The latter brings together papers that take into consideration research and education as well as teaching tools and models. Notice that the foundations of this theoretical framework are shared with papers by: Ocampo-Salazar, Gentilin and Gonzales-Miranda (2016) and Gentilin, Gonzales-Miranda and Ocampo-Salazar (2016).

The study of organizations has been characterized by a technical-instrumental and prescriptive-oriented approach, relegating organizational problems to factors that must be solved under the criteria of efficiency and productivity. Consequently, an organizational isomorphism has been historically developed around the single axis of the company's efficiency, where: "The enterprise becomes the organizational benchmark, and its language, methods, tools and techniques increasingly contaminate the organizational world" (Vieira & Da Silva, 2011, p. 457).

As an objection to the idea above, Ailon (2006, p. 885) states that "the last two decades have been marked by a growing number of critical voices that directly affect the foundations of the mainstream of organizational and management thinking", which is expressed in the questioning of canonical texts regarding their underlying assumptions and normative commitments. This is due to the organizational complexity and to the fact that the study of organizations



is going through a period of multiple approaches that favor the analysis of various phenomena from various perspectives (Vieira & Rivera, 2012).

This diversity of approaches to the study of organizations is reflected in the four proposed axes, which are subject to debates and controversies. Some authors, for instance, differentiate the first three (Bédard, 2003; Gonzales-Miranda, 2014; Gonzales-Miranda & Gentilin, 2012; Montaño-Hirose, 2004; Ramírez-Martínez, Vargas & De la Rosa, 2011); others, instead, include AT, OT and os under the umbrella term of organization studies (Sanabria, Saavedra & Smida, 2013); others consider AT and OT (Vieira & da Silva, 2011), and OT and os (Hatch, 1997; Tsoukas & Knudsen, 2005; Westwood & Clegg, 2003) in a similar way; while other authors make a radical distinction between AT and OT (Scott, 2003).

The conceptual classification used for this work is not intended to delve into this debate, still unfinished, but to propose theoretical foundations that enable distinguishing one axis from the other in order to classify the papers.

### Administrative Theory

Administration is first seen as a social practice –empirical in nature– (Chanlat, 2004; Déry, 2004), without its own discourse (Jurado, 2015). Administration involves an administrative knowledge; not a practice in itself, but an administrative knowledge in the organizational practice, disassociating it from the category of Science (De Mattos, 2009). Over time, and thanks to the systematization of the works of some classic authors such as Taylor and Fayol, a discursive practice (Jurado, 2015) arose. This can be understood as a knowledge or AT in the field.

Administration has been the subject of various controversies regarding its scientific status (Bédard, 2003, 2004; Marín-Idárraga, 2012; Muñoz, 2011; Podestá & Jurado, 2003), its definition and limits (Aktouf, 1998; Dávila, 2001), and its object of study (Hernández, Saavedra & Sanabria, 2007; López, 1999). Without delving into these debates, criticism is mainly based on pragmatism, which reaffirms its functional purpose in the application of models developed in very different contexts from those in Latin America (Vieira & Da Silva, 2011) that have been embraced as unique, true

and universal (Bédard, 2003), to the point of being replicated without a lot of thought (Bédard, 2004).

Administrative practices, in their ambivalent and still controversial status for academics, are founded on reason as a philosophical category that has oscillated between two logics: an objective one, where the observer is an external entity; and a subjective one, which uses the particular interest of the technique with a utilitarian-instrumental purpose (Marín-Idárraga, 2007). Within the latter, administration is understood as a practice-oriented knowledge.

That rationality has been behind the approaches of the most prominent thinkers and supporters of AT, such as Taylor (1961) and Fayol (2003), who recognized in humans their desire to maximize profits and, consequently, their administrative and professional capacity. According to Jurado (2015), the writings of both authors represented a separation from what administration had been for centuries: "a social and cultural practice without a theoretical discourse" (p. 132). This allowed going beyond the practice in order to form a corpus or theoretical knowledge, leaving a legacy of the work within organizations and saving what otherwise would remain personal, fragile and ephemeral memories "whose existence did not go beyond the life of their bearer" (p. 130).

De Bruyne (1973, pp. 39-40) classifies the great theoretical approaches to AT as follows: (i) it is studied in a descriptive way, reducing it entirely to the results obtained or to the synthesis derived from many observations; (ii) it is studied from a normative approach, where it conditions reality based on some abstract principles to channel the results into the fulfillment of pre-defined objectives; (iii) it is studied from a psychological point of view, emphasizing its human content and the interpersonal relationships of individuals in relation to behavior; (iv) it is studied from a sociological approach, where attention is paid to the forms of formal and informal organization, conceived as institutions or systems of social relations. Thus, in AT, conceptualization and theory might seem to be a few steps behind practice and action, fostering excessive pragmatism and consequent hostility to intellectual activity (Dávila, 2005). Nevertheless, efforts on creating a corpus of knowledge that has given rise to various themes around AT are recognized.

## Organization Theory

During the 1930s, the works of Mayo (1880-1949) would give rise to a new movement for the study of administration and organizations called "Science of organizational behavior". The purpose of this movement was to provide the administrator with instrumental tools for creating and

maintaining a favorable organizational climate in order to intervene people and generate greater productivity and efficiency (Aktouf, 1998). This apparent concern for the human issue marks the beginning – between 1925 and 1945 – of the Human Relations School, from which OT arises (Ibarra-Colado & Montaño-Hirose, 1990).

The development of OT led to the inclusion of various areas of knowledge, such as philosophy, sociology, anthropology and psychology, in the study of organizations (Ibarra-Colado, 2002). OT is thus conceived as the theoretical consciousness of AT due to its continuous search for meaning to face problems in modern organizations, always linked to the same goals: productivity, efficiency, efficacy and control.

AT was developed in a context pressed by inventions and technology and governed by a mechanistic view that prevented the possibility of seeing the human nature of employees, according to Bendix (as cited in Jurado, 2015). Instead, OT favored the inclusion of labor, the human interaction and the informality as the unit of analysis (Mayo, 1972), recognizing the industrial organization as a socio-technical system.

OT is consolidated, while marking a difference from AT, from the studies of Woodward (1975), Pugh (1997), Burns and Stalker (1961), and Lawrence and Lorsch (1973). These authors led to the creation of the Contingency Movement in the 1960s. When studying the context and the environment, the organization remained as an object of study in itself, and, for the first time, spatial and temporal aspects that contradict the claim of a unique and general discourse became apparent. This meant a departure from AT when arguing the contrary through the expression "all depends" that questions Taylor's core idea of a "one best way" (Clegg, 1990), because there is no one best way of doing things but many better ways as many organizations exist (Montaño-Hirose, 1994).

OT represents a set of movements that emerged sequentially and are characterized by their strong link to positivist postulates (Boal, Hunt & Jaros, 2003; Donaldson, 2003; McElvey, 1997), the use of the hypothetico-deductive model (De Rond & Miller, 2005; Shepherd & Sutcliffe, 2011), a mechanistic approach, the use of a large-scale statistical and quantitative methodology (Donaldson, 1997; McKinley, 2003) and to empiricism. OT sought to generalize, prescribe and obtain a practical use from organizational knowledge (Bort & Schiller-Merkens, 2011; McKinley & Mone, 1998).

## Organization Studies

The field of os can be considered a relatively new conceptual axis in Latin America. Some authors indicate that its inception dates back to the 1970s with the establishment of the European Group for Organizational Studies (EGOS) and the journal *Organization Studies* (Clegg & Bailey, 2008). Others place its origin in the period after World War II (Augier, March & Ni-Sullivan, 2005; Scott, 2004) or from the Contingency Movement (Gonzales-Miranda, 2014).

The transition from ot to os is mediated by a critical-reflective factor that enables proposing new approaches to comprehending the organizational field, without excluding ot, but, on the contrary, recovering its proposals. It is a European project that fosters critical thinking (Montaño-Hirose, 2004) and arises as an alternative response to the ot in the us (Shenhav, 2003), which has considered, as the object of study, a linear, static and causal organization (Ibarra-Colado, 2002).

In os the purpose is to generate a self-and-specific knowledge of the context in which organizations are embedded. As Ibarra-Colado (2006a) states: interpreting the problems of our local realities is indispensable, or bringing back ot in a critical way when considering the reality of Latin America (Ibarra-Colado & Montaño-Hirose, 1992). Therefore, the major paradigmatic rupture involves trying to understand practices and theoretical products based on the social and cultural contexts of the parties concerned (De Mattos, 2009), seeking to comprehend, rather than to solve, the social phenomena within organizations (Clegg & Dunkerley, 1977).

os tend to assume a constructivist stance rather than a positivist approach. Positivism had dominated the study of organizations at first. Constructivism believes that people create the society (Berger & Luckmann, 2008) and its constituent structures, such as organizations, which only exist as supra-individual entities when their members interact and socially construct themselves. In this regard, it seeks to reveal those social issues that are in the informal side of organizations.

When studying construction processes, we understand how these organizations emerge or disappear (Czarniawska, 2003) and – from a more critical point of view – we go back to their origins and organizational forms in order to de-reify the organization (Burrell & Morgan, 1979). A paradigmatic debate within the academic world begins with the emergence of new schools of thought. The presence of, often, dissimilar variables of analysis allows studying the social phenomena within organizations from a multidisciplinary

perspective, favoring the emergence of this new theoretical perspective.

Far from being exclusive, os are inclusive (Clegg & Hardy, 1996) and seek to mobilize the approach from various disciplines as a crossing point (Callon, 1986) in the study of organizations. The participation of various rationalities in comprehending social phenomena within organizations goes against single-discipline approaches, exemplified by the excessive specialization of modernity. As organizations become more complex, structurally speaking, it is increasingly unlikely that a single discipline has the necessary knowledge to address all the problems. Modernity is based on a growing functional differentiation of phenomena. Post-modernization and post-modernity, however, are characterized precisely by the opposite process (Clegg, 1990) that opposes the bureaucratic differentiation and seeks to go from a rigid to a flexible model, from mass to niche consumption, from unqualified to versatile work. As a result, the critical view cannot be excluded as a constitutive element of os. Given the participation of various theoretical perspectives, the critical view of social phenomena within organizations is a particular issue found in research studies that choose the perspective of os.

## Research and Education in Administration and Organizations

Research and education, as historical and articulating axes in the administrative and organizational field, have been associated with the production and generation of knowledge, as well as with the reflection and the methodologies upon which it is constructed. In this sense, research can be understood as a social activity that seeks to contribute to a field of knowledge, although, in essence, it helps solve social problems from the understanding of reality (Calderón & Castaño, 2005). Education, understood at a higher level, refers to reflection, problematization, discussion, argumentation and knowledge construction (Marín-Idárraga, 2005).

Both activities are closely related. Research has been a key element in education and in the university as a meeting point; therefore, quality education should be supported in research (Malaver, 1999). Education, for its part, "should encourage participation, seeking that discussion and debate contribute to the incorporation of knowledge" (Marín-Idárraga, 2005, p. 53) and to the generation of ideas for new research projects by teachers involved (Duque & Royuela, 2005). "Without the renewal of knowledge, academic programs could not move forward. Teaching helps identify themes for research" (Daniels, 1999, p. 28).

In the administration field, research has not been traditionally a strength due to its practical approach and the consequent carelessness of the theory (Calderón & Castaño, 2005). "The temptation of intending to change the world subjugates much more than the arduous task of trying to understand it" (Dávila, 2005, p. 40). According to García and Carrieri (2001), there is a production of manuscripts that appear to show a path that research in administration would be building. But, in this respect, a big question related to the critical and reflective nature arises: Are those paths being created really new, or are they following the way already outlined in other countries?

As for education, the teaching-learning processes should be aimed at the socialization of knowledge with a special emphasis on the pedagogical aspects, thus making possible to address the needs of today's society (Marín-Idárraga, 2005). Pedagogy, whose general purpose is the analysis and understanding of the phenomenon of education, recognizes and studies the aspects related to this as a complex and multidisciplinary phenomenon that articulates various sciences and disciplines for its comprehension. In the field of administration and organizations, pedagogy has taken part in the discussion of the relationship between theory and transmission process of knowledge, emphasizing the techniques used in the classroom (Wren, Buckley & Michaelson, 1994) and their excessive instrumentalization (Ottewill, 2003).

## Methodological Aspects

With the purpose of reaching the goal of analyzing the current state of the study of organizations, from the revision of the top 10 Latin American journals published between 2000 and 2014, a model of revision was shaped in order to systematically assess the contributions of this literary corpus (Ginsberg & Venkatraman, 1985) to the study of organizations. This task was undertaken through the search and critical assessment of literature by means of a transparent and reproducible procedure, intending to improve the quality of the consultation process and its results (Tranfield, Denyer & Smart, 2003). The methodology employed was not free from challenges, such as the access to information and the complete collection of data, an insufficient representation of journals of the scientific field of study, or the great amount of documents to analyze (Pittaway, Robertson, Munir, Denyer & Neely, 2004). In spite of this, it was important to have a method to face the vast information covered by the research. Therefore, the revision process consisted of three parts: data collection, analysis and synthesis.

## Data Collection

Researchers may collect the papers in different ways: by using a panel of experts to identify the relevant documents, by using the knowledge of the existing literature for the selection of papers, or by searching for texts in different databases through key words (Crossan & Apaydin, 2010), among others. For this literature review, a predefined selection of journals was established for the analysis. The choice was to consider very prestigious academic articles in a worldwide level, which provide indicators based on citation methodologies with themes that are useful and reasonably valid for the analysis (Garfield, 1972). Along with this, papers published in those journals with international impact were submitted to a deep process of exploration before being published, more than books or book chapters (Ullah, Butt & Haroon, 2008) – which does not mean books are less important –, ensuring their relevance and pertinence for the research.

For journal classification, two of the main databases were cross-matched (Web of Science and Scopus), assessing the impact of each paper by the amount of references cited within a specific theme frame. With this aim, three criteria were considered: (i) theme categories related to the research (business, management, sociology, organization); (ii) the correlation between the JCR (*Journal Citation Reports*) and SJR (*Scimago Journal and Country Rank*) indicators; and (iii) interquartile ranges of the frequency distribution of the respective indicators. The results of the scrutiny allowed the selection of 10 journals catalogued in the third (Q3) and fourth (Q4) quartiles for 2014, and indexed in ISI and/or Scopus databases, as shown in table 1.

Upon selecting the journals for analysis (year 2014), it was shown that all were indexed in Scopus, but only 4 were included in the Web of Science database. For this reason, and despite the fact that our criteria for the selection of journals (at the Latin American level) considered both databases, for reasons of clarity and comparability, only data obtained from *Scimago Journal & Country Rank* (SJR) will be presented (table 1).

Then, the papers to analyze were chosen. The following data was considered to classify the main themes approached in the organizational field: title, name of authors, institutional affiliation, abstract and key words. Only those publications written as a paper were considered, while editor comments, forums, book reviews, case studies, etc., were excluded. Similarly, special editions published during the period studied were also included, for a total of 3,210 papers corresponding to the 2000-2014 period.

**Table 1.**  
*Journals selected for the research.*

Journal	Country	Papers analyzed	Quartile of the category	SJR (2014)
<i>Brazilian Administration Review (BAR)</i>	Brazil	207	Q3	0.176
<i>Revista de Administração de Empresas (RAE)</i>	Brazil	386	Q3/Q4	0.198
<i>Revista Brasileira de Gestão de Negócios (RBGN)</i>	Brazil	337	Q3	0.194
<i>Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales</i>	Colombia	473	Q4	0.125
<i>Academia. Revista Latinoamericana de Administración</i>	Colombia	140	Q3/Q4	0.188
<i>Cuadernos de Administración</i>	Colombia	270	Q4	0.121
<i>Journal of Technology Management &amp; Innovation</i>	Chile	451	Q4	0.202
<i>Journal of Theoretical &amp; Applied Electronic Commerce Research</i>	Chile	197	Q3/Q2	0.425
<i>Reforma y Democracia. Revista del CLAD</i>	Venezuela	330	Q4	0.102
<i>Revista Venezolana de Gerencia</i>	Venezuela	419	Q4	0.115

Source: Own elaboration.

## Data Analysis

The purpose of the research was to analyze the current state of the study of organizations in the Latin American context, rather than an in-depth revision of a specific theme. Therefore, methodologically, the work was led towards a more descriptive approach and the analysis of the papers reduced, choosing range over depth.

The identification and categorization of the main themes to classify a particular text into certain theoretical perspective, given the nature of the data collected, was based on a previously built framework and on the interpretation and conceptualization made by the researcher. In this sense, the work of text analysis and classification is part of a qualitative methodology with a descriptive focus (Hernández-Sampieri, Fernández & Baptista, 2010).

## Data Synthesis

The synthesis made from this revision is an added value, which contributes knowledge to the academic field as it provides substantial information for future researches. At the same time, it outlines the theoretical fields and perspectives in the study of organizations. The chosen papers were classified into the three conceptual axes considered in the research – AT, OT and os – as well as a fourth, cross-thematic axis, named R&E. According to Tranfield, Denyer and Smart (2003), a conceptual consolidation of the diverse themes studied in and around organizations was sought in a fractured field that is not free from debate and controversy.

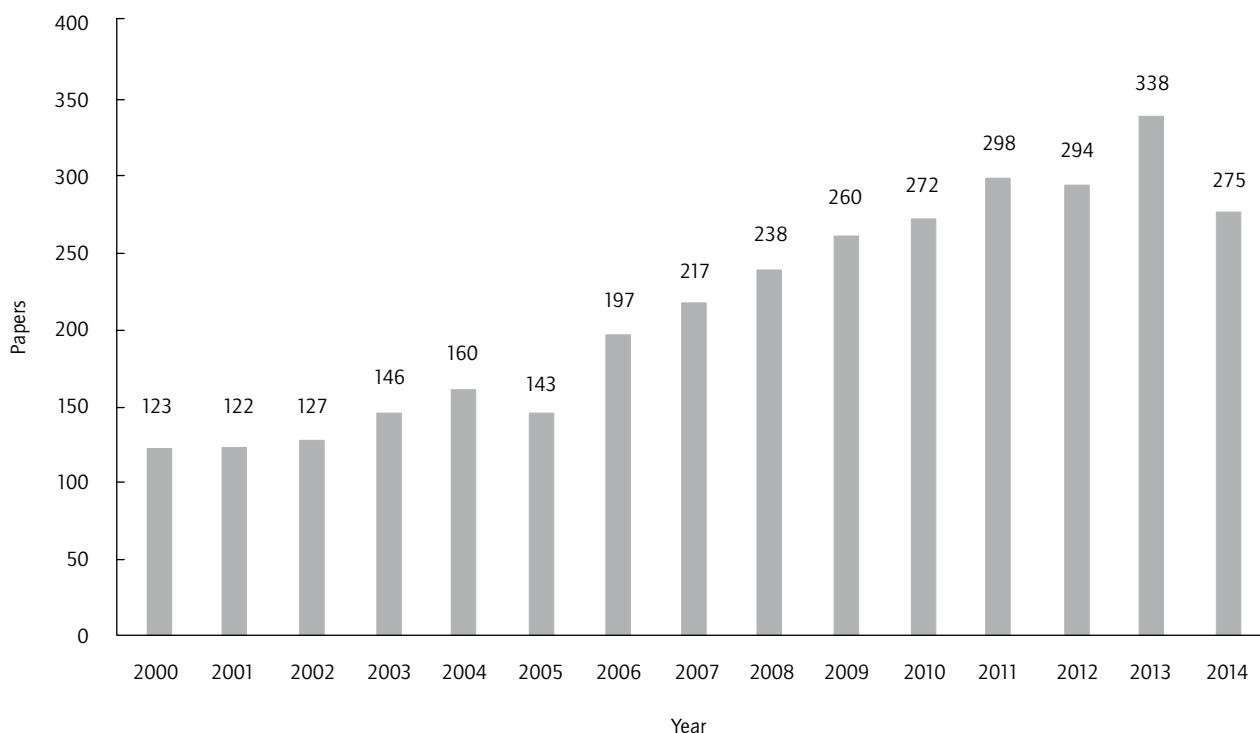
The results of this study are presented in frequency charts. The amount of papers per year, the institutional affiliation of authors, the amount of co-authored texts, the main authors by theme, the institutions with higher presence, and the most frequent themes are presented there. Together with that, an instrument for Social Network Analysis was implemented so that the most relevant authors, as well as the institutions they are members of, could be identified (Matheus & Silva, 2006). In this sense, the analysis of social networks is a pertinent, useful and appropriate tool, structured enough, through which it is possible to understand the intellectual development of the themes referring to organizations in Latin America (Melo-Ribeiro, 2014).

Selected journals, their country of origin, the number of papers chosen for each of them and the corresponding impact indexes until December 2014, according to Scimago, are presented in table 1.

## Research Results

The academic production in the field of management and organizations in Latin America has grown significantly in recent years. This is evident in the publishing of papers, as shown in graph 1. The number of publications increased by 123.5% between 2000 and 2014. They went from 123 in 2000 to 275 in 2014. Only in 2005, 2012 and 2014, the amount of publications decreased in relation to the previous year.

The classification and categorization made are, by themselves, an important result of the research, since they show the themes associated with each defined theoretical perspective and cross-thematic axis. Table 2 displays the top 5 themes in each of the axes established. In this regard, AT



Graph 1. Number of papers published per year. Source: Own elaboration.

provided the highest amount of classified papers; followed by os and ot. On the subject of R&E, only the three themes shown in table 2 were identified. It is worth noting the broad thematic diversity found in AT, marked in the 661 papers filed under the "Others" category.

Table 3 introduces the top 10 themes with the highest register throughout the analyzed period. It is worth noting the little difference between each of the themes in terms of percentage and the great diversity of research interests that is seen under the "Others" category, reaching up to 32.2%, which shows the thematic plurality existing in Latin America. There is great theme heterogeneity in every approach, especially among AT. Nevertheless, the most common theme is the New Institutionalism discussed in os (11.8%).

Out of the theoretical perspectives and the cross-thematic axis established for the revision (table 4), 60% correspond to AT, 28% to os, 7% to OT and 5% to R&E. All of them underwent an increase, but AT clearly leads the figures with a steady growth of 194.9% during the 10-year period studied; more than twice the average. Such growth reflects a functional and pragmatic trend in the study of organizations. In this regard, organizational reality and the social dynamics taking place seem not to be important objects of inquiry yet. On the contrary, the interest of researchers prevails in the solution of problems related to management

itself. Nevertheless, it is worth noting that the papers related to os increased 73.1% in the period studied, which makes it evident there is a new perspective in the study of organizations.

After checking the journals referring to the theoretical perspectives studied (graph 2), it is worth saying that: AT is the one theoretical perspective on top with the most papers classified. This is a steady pattern in all journals, with the exception of CLAD journal, which focuses on themes related to the public sector. Since one of the themes associated with os is that of New Institutionalism, many papers in the CLAD journal were filed under that category. This allowed the growth of papers related to os.

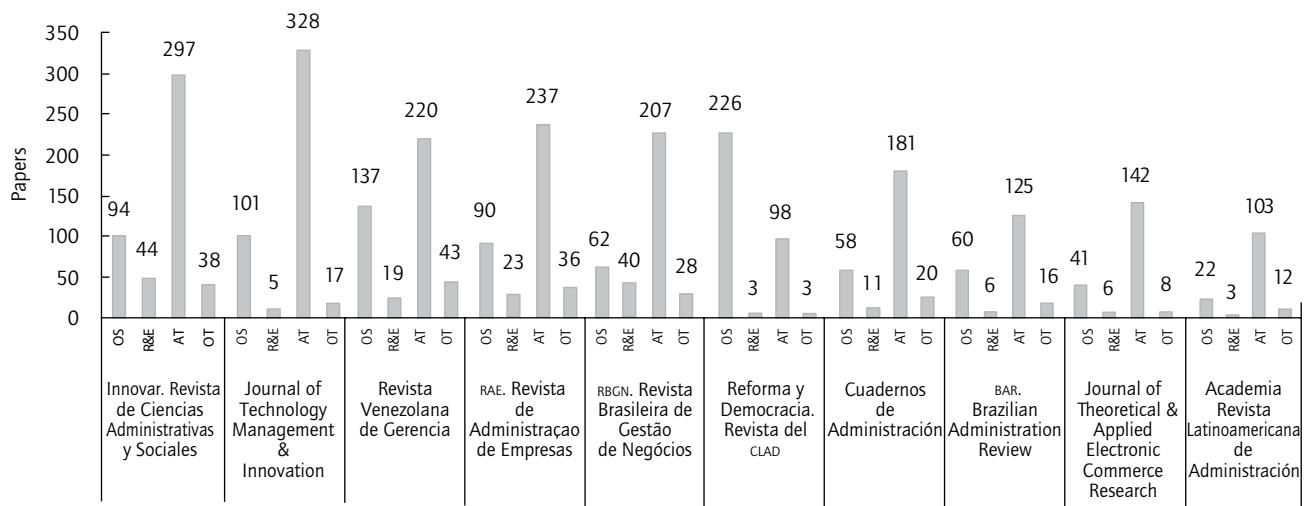
Regarding the latter, there are other journals with very specific profiles in terms of their perspective. For instance, the *Journal of Technology Management & Innovation*, and the *Journal of Theoretical & Applied Electronic Commerce Research* feature papers on technology and innovation. The rest of the journals analyzed publish papers referring to different themes, which is why they cannot be classified into one specific theme.

OT is present in every publication studied, but in terms of the amount of papers filed, the top three are *Revista Venezolana de Gerencia* (43), *RAE* (36) and *RBCN* (28). Additionally, the cross-cutting approach of R&E has more presence in the journals *Innovar* and *RBCN*. In some publications such

**Table 2.**  
*Main themes by each conceptual axis.*

Administrative Theory (Management)	No. of papers	Organization Studies	No. of papers
Technology management	294	New Institutionalism	379
Entrepreneurship	271	Learning and knowledge in organizations	160
Marketing	255	Culture	84
Strategy	250	Organizational sociology	65
Finance	207	Post modernism - Critical theory	60
Others	661	Others	143
Organization Theory	No. of papers	Research and Education in Administration and Organizations	No. of papers
Scientific Management – Control	59	Education	110
Contingency School	50	Research	44
Behavior School	32	Pedagogy	6
Human relationships	26		
New human relationships	25		
Others	29		

Source: Own elaboration.



**Graph 2.** Papers by journal, theoretical perspective and crosscutting theme axis. Source: Own elaboration.

as *Academia*, *BAR*, *Journal of Theoretical & Applied Electronic Commerce Research* and *CLAD*, the amount of papers is low.

When analyzing graph 3, the data included shows a clear trend on the part of researchers to write in co-authorship. It is worth noting there is a point of inflection in 2006, when the co-authorship trend intermingled, which allowed, in turn, the amount of articles published to increase considerably as of that year. When checking the 3,210 papers

edited in the last ten years in the selected journals, 31% are signed by one single author, showing a 50% decrease in the last 15 years. The rest were written by two (33%), three (24%), four (9%), five or more authors (2%). This means that 68% of the texts considered were written in co-authorship.

Table 5 displays the main authors with the amount of papers published by them and their corresponding institution. Additionally, the amount of documents belonging to

**Table 3.**  
*Main topics per year.*

Main topics	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total	%
New Institutionalism	27	27	21	22	16	26	25	29	26	28	23	32	27	23	27	379	11.8
Technology management	7	9	6	9	7	5	28	20	22	32	26	10	29	54	30	294	9.2
Entrepreneurship	1	2	5	4	6	10	10	23	23	19	25	42	39	28	34	271	8.4
Marketing	6	7	7	6	5	7	13	18	28	19	25	31	32	33	18	255	7.9
Strategy	7	7	10	17	26	10	13	18	23	22	22	17	17	19	22	250	7.8
Finance	8	8	7	8	6	8	15	6	20	15	28	27	27	14	10	207	6.4
Learning and knowledge in organizations	3	-	5	4	9	5	12	12	9	16	6	7	8	47	17	160	5.0
Ethics - RSE	7	5	8	5	8	3	12	10	6	8	14	11	5	20	8	130	4.0
Public management	11	2	4	9	8	9	10	9	7	5	7	8	8	11	12	120	3.7
Education	8	8	2	6	4	6	5	6	4	20	4	14	14	4	5	110	3.4
Other themes	38	47	52	56	65	54	54	66	70	76	92	99	88	85	92	1034	32.2
Total	123	122	127	146	160	143	197	217	238	260	272	298	294	338	275	3210	100

Source: Own elaboration.

**Table 4.**  
*Theoretical perspectives and cross-thematic axis of the papers per year.*

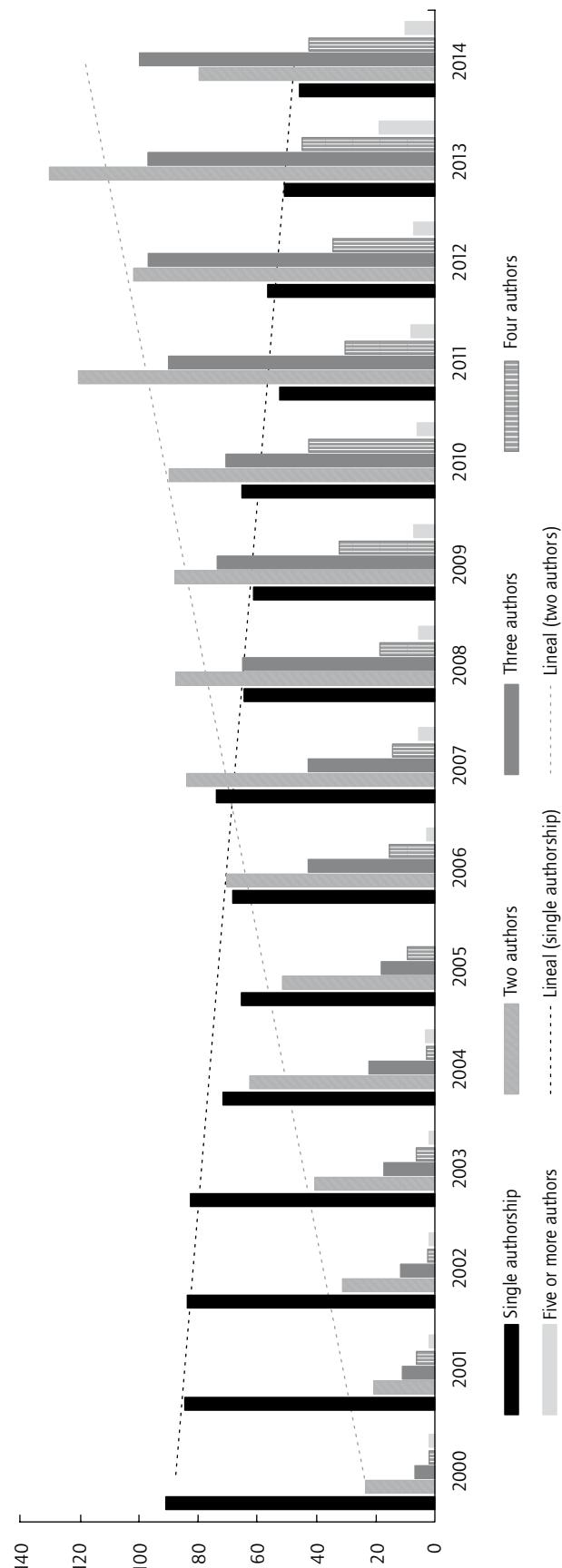
Theoric perspective and crosscutting themes axes	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total	%
Administrative Theory	59	56	63	82	85	78	123	127	153	153	189	192	193	211	174	1,938	60
Organization Studies	41	46	46	46	52	47	56	71	62	63	63	65	60	102	71	891	28
Organization Theory	10	6	11	9	15	10	10	12	18	21	15	24	21	19	20	221	7
Research and Education in Administration & Organizations	13	14	7	9	8	8	8	7	5	23	5	17	20	6	10	160	5
Total	123	122	127	146	160	143	197	217	238	260	272	298	294	338	275	3,210	100

Source: Own elaboration.

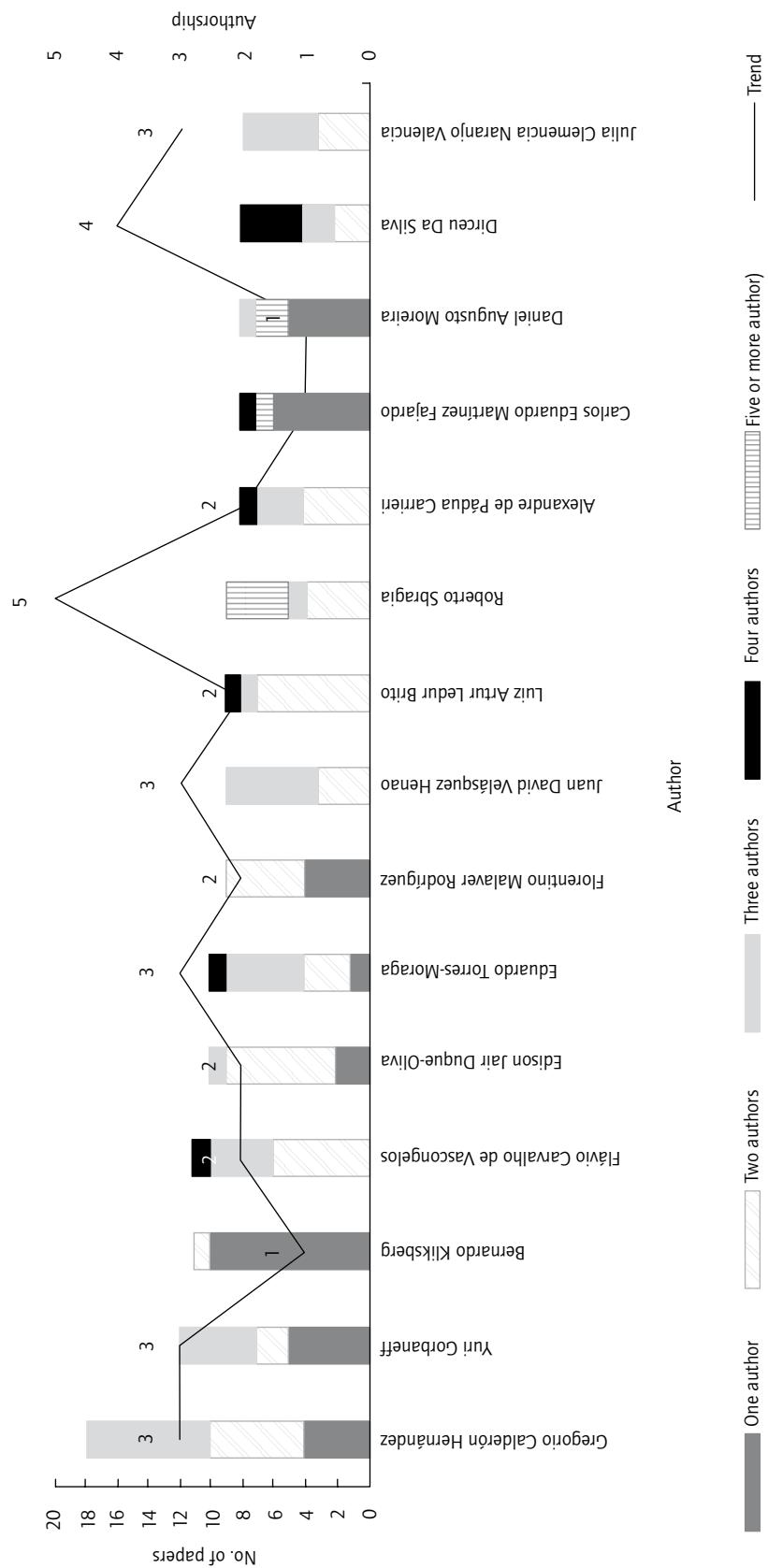
each approach is discriminated. Most of the researchers are members of Latin American institutions. A remarkable aspect is that, on this list, there are not authors from Universidad del Zulia, which is the one with the highest representation thanks to the amount of articles published. In that sense, publications are centralized in a few authors regardless of their link to the educational institutions. In fact, in some cases, authors may have worked at several universities or educational institutions. Thus, in relation to the matter of co-authorship, the spreading of the results

of research focuses on some professors able to build networks of academic cooperation.

As seen in graph 4, the degree of co-authorship of the top 15 researchers in publications indicates that 73.3% of them show a trend to publishing with a co-author. In fact, they have presented their work between two or more authors in at least six occasions. Three authors show a trend to writing individually, which reflects the positive co-relation existing between the amount of papers published and co-authorship.



Graph 3. Authorship per year. Source: Own elaboration.



Graph 4. Most prolific authors in relation to co-authorship. Source: own elaboration.

In relation to countries (table 5), the analysis shows that from the 78 countries represented in the research, the first five are Spanish- and Portuguese-speaking countries. The biggest contributor is Brazil with 36%, followed by Spain with 14%, and Colombia with 12%. It is worth noting that among the first 10 countries 70% of the publications belong to authors from Latin American institutions, of which 60% speak Spanish. Most journals publish papers in other languages such as English or Portuguese and, despite of being in Latin America, there is a high percentage of authors publishing in those journals, although they are not affiliated to institutions in these latitudes.

**Table 5.**  
*Percentage of authors by country.*

Country	Authors	%
Brazil	2,497	36%
Spain	1,010	14%
Colombia	840	12%
Venezuela	583	8%
Chile	337	5%
US	306	4%
Mexico	265	4%
Argentina	159	2%
Portugal	111	2%
Australia	84	1%
Others	836	12%

Source: Own elaboration.

Researchers of analyzed journals are affiliated to 1,096 institutions. This figure is obtained from the number of times that an institution is mentioned as the place of ascription of the papers. In this sense, a text may be related to several different institutions. Considering this, the educational institution with the highest amount of publications is *Universidad del Zulia* from Venezuela (5.1%), followed by *Universidad Nacional de Colombia* (4.8%), and *Fundação Getulio Vargas* from Brazil (3.9%). As shown in table 6, there is not one single Latin American educational institution that stands out for the amount of papers published. However, in percentage terms, the first universities in the list publish four times more than the last ones. That is, and as an example, *Universidad Nacional de Colombia* publishes four times more papers than *PUC Rio* or *Universidad de Chile*.

When network analysis is carried out (Figure 1), the great network of worldwide cooperation becomes visible. The most prominent ones are *Universidad del Zulia*, *Universidad Nacional de Colombia* and *Fundação Getulio Vargas*,

universities that stand with the most joint contributions with other educational institutions in the publishing of papers. The most prolific universities have the broadest networks of cooperation, and are associated with international institutions.

**Table 6.**  
*Secondment main institutions of the authors.*

Institutions / Country	Articles	%
Universidad del Zulia / Venezuela	358	5.1
Universidad Nacional de Colombia / Colombia	337	4.8
Fundação Getulio Vargas - FGV / Brazil	277	3.9
Universidade de São Paulo - usp / Brazil	236	3.4
Institutos y Centros de Investigación	187	2.7
Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS / Brazil	120	1.7
Universidad de Valencia / Spain	116	1.7
Pontificia Universidad Javeriana / Colombia	106	1.5
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (puc Rio) / Brazil	86	1.2
Universidad de Chile / Chile	85	1.2
Public Sector	74	1.1
Others	5,048	71.8

Source: Own elaboration.

Figure 1 shows the most important conglomerations of networks of cooperation. It can be observed that the three above-mentioned universities have cooperation relationships with a considerable number of universities from the same region and, in some cases, they are also related or connected to international universities. That is the case of the Venezuelan *Universidad del Zulia*, which has active involvement with universities in the USA, Spain, Brazil, Colombia, among others. In contrast, there is a greater presence of regional universities in the other two major networks (*Fundação Getulio Vargas* and *Universidad Nacional de Colombia*) and, therefore, more domestic networks of cooperation are constituted. From an institutional point of view, authors join different entities among which networks of national and international cooperation are built, even if they are not very dense and dynamic, in order to have a better chance for their papers to be published.

The cross-thematic axis titled R&E is a relevant theme into which it is worth delving. The results of the investigation on this axis show tensions among the scientific rigor, originality and relevance of research. Rigor focuses on the theory and the methodology according to the conventions of a scientific community, while originality and relevance

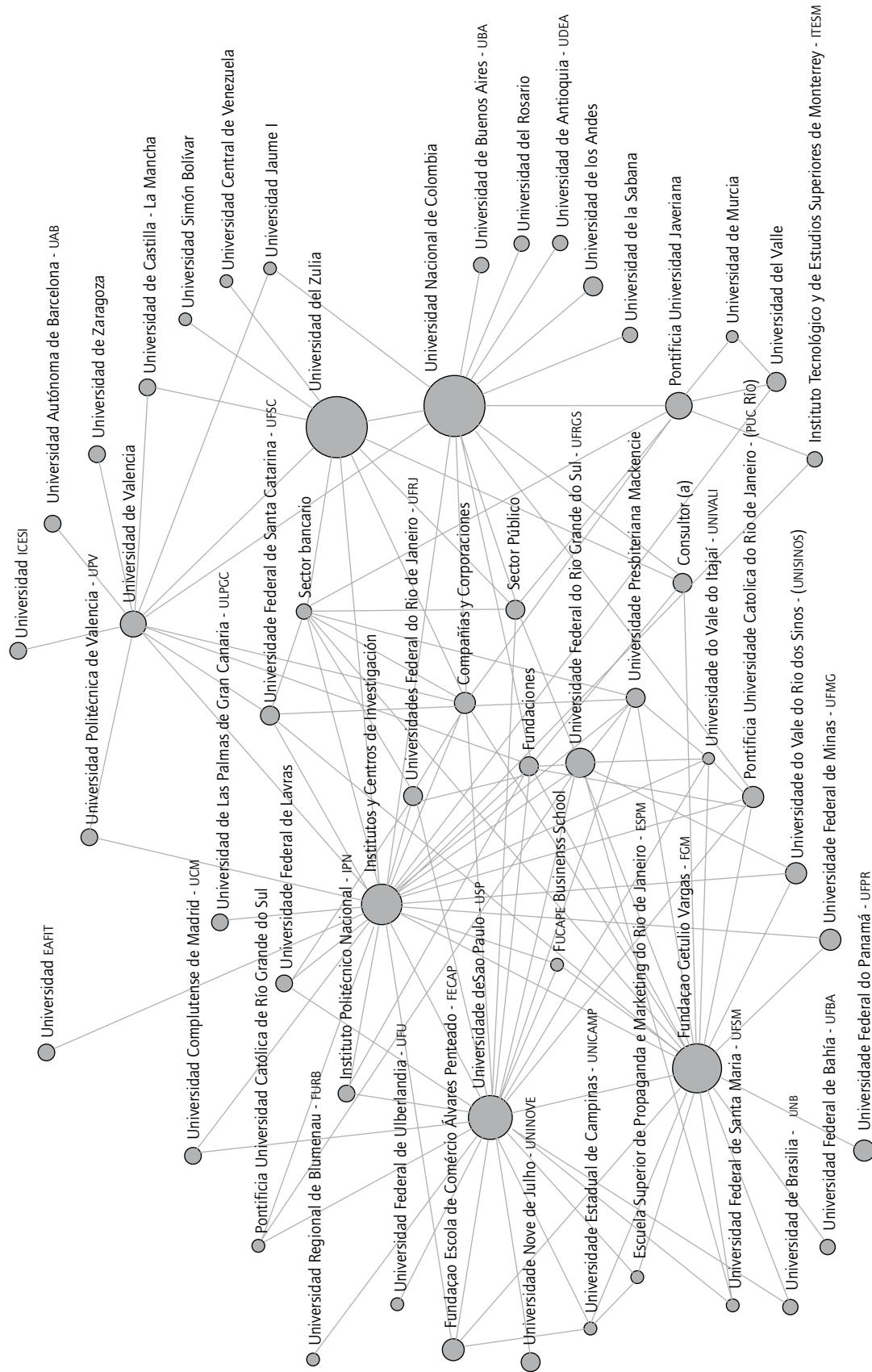


Figure 1. Networks of the institutions. Source: Own elaboration.

suggest necessary considerations for this type of community, taking into account the impact on knowledge to direct the practical application, reconsider the understanding of reality or legitimate aspects in it (Ofenhejm, Zambaldi & Alves de Moraes, 2011).

In this regard, some of the texts analyzed show that the researcher's work has become an academic productivism as capital that requires knowledge. This trend is supported by national and international agencies, as well as by the current system (Netto & Bianchetti, 2011), thereby increasing precariousness of the research in the context of academic capitalism. Other studies propose, for example, to measure research skills from the intellectual capital for institutions of higher education (Sanchez-Torres & Rivera, 2009), exposing an increasingly pragmatic relationship between research, education quality and knowledge management.

As for education, the teaching-learning processes should be aimed at the socialization of knowledge, emphasizing the pedagogical aspects, and thus making possible to address the needs of today's society (Marín-Idárraga, 2005). Pedagogy, whose general purpose is the analysis and understanding of the phenomenon of education, has taken part in the discussion on the relationship between theory and the transmission process of knowledge, with special emphasis on the techniques used in the classroom (Wren, Buckley & Michaelsen, 1994) and their excessive instrumentalization (Ottewill, 2003).

From the point of view of education, the results show several issues that have been discussed in recent decades, such as the reduction in the complexity of the phenomena studied in administration (Mainardes & Domingues, 2010; Uribe, Ortiz & Domínguez, 2011); the americanization of teaching and the instrumentalization of knowledge (Alcadipani & Bertero, 2012); efficiency in education as an essential element (Marcén & Martínez-Caraballo, 2012); shortcomings in the generational shift (Hernández & Dueñas, 2005); the lack of adaptability and use of tools in virtual teaching (Buil, Hernández, Sesé & Urquiza, 2012); and bullying and violence associated with teaching (León, 2009).

Research and education, as articulating axes, should essentially favor the reflection on themselves. That is, productions that enable critical views about matters related to what and how to research, what and how to teach, and what and how to employ teaching methods in administration and organizations. This involves thinking on the possibilities about how to create and reproduce knowledge in these processes (Chia & Holt, 2008).

## Discussion and Final Comments

Results show a clear tendency of researchers to conduct organizational studies from a functional-positivist perspective. This demonstrates the limited presence of a comprehensive view to study social phenomena within organizations. However, the increase in publications of os represents growing interest and concern for organizational analysis and favors – as in this case – the emergence of academic networks and discussion spaces in Latin America, with their focal point in organizations and not only in administrative practices or in the implementation of efficient management models. Some examples are the Latin American and European Meeting on Organizational Studies (LAEMOS), the Brazilian Society of Organizational Studies (SBO), the Mexican Network of Researchers on Organizational Studies (REMINO), the Network of Latin Research Graduate Studies in Business Administration and Organizational Studies (PILARES) and two networks still being constituted: the Colombian Network on Organizational Studies (REOC) and the Latin American Network on Critical Organizational Studies (ECO).

The present research exposes the general and comprehensive framework of the study of organizations in Latin America. It is a literature review based on specific criteria that leaves aside academic texts and other journals affiliated to other type of indexes such as SciElo, EBSCO, Pro-Quest, Latindex, among others. Although it is a limiting factor, it was considered necessary to limit the research and define the criteria for the classification and analysis. This is reflected in the classification of the papers from the proposed perspectives, since it implies considering that the same paper could be related to several perspectives. Additionally, and due to the nature and objective of the research, an outlook of the organizational field is exposed without going deeply into each topic of study and methodology used by the authors, aspects that can be investigated in the future from a specific theme.

There is even a questionable assumption: that every journal indexed in the Web of Science and Scopus databases enjoys a reputation of being good quality. The point is not to question the prestige of journals, but only to point out that evaluation processes are conditioned by the amount of time and dedication of reviewers, the themes and interests of the academic committees of journals, and by the pressure that rankings exercise as criterion of evaluation – an aspect often associated with resources for its operation. These considerations, among others, contradict the quality of publications without delegitimizing them *per se*.

Associated with the above is the subject of bibliometric practice, which becomes a "black box" according to Latour (1987). To value scientific production only by means of the quantity of citations that a scientific product has, is the same as entering into a dark world of inaccuracies that question its impact and quality. Within the multiple comments that could be made from this, which exceed the objectives and scope of this article, just mentioning that the analysis of the citations in its beginnings consisted in a methodology for documentation, thereby giving value to the fact that one author cited the other; since this established links between documents sharing common ideas or reflections. But to go on evaluating the text in terms of its impact and quality through the number of citations it has (in relation to the "H" index, which today is highly valued), not only distorts the relationships and networks that arise in the creation and socialization of knowledge, but partializes and reduces knowledge to an arithmetic activity that leads and encourages a race to obtain numbers, tossing aside the sense and the elemental reason of publications. This, in turn, opens the discussion on the possibilities and conditions that Latin American journals have in accessing the Web of Science and Scopus databases. Time, economic resources and the premature importance given to research in these fields of knowledge, among other aspects, make their access a difficult issue to achieve.

The three theoretical perspectives, as well as the cross-thematic axes described above, are a theoretical-methodological classification proposal, still unfinished, to systematize the articles analyzed. It is worth mentioning that this classification proposal is itself a value of research. Although it is not exempt from controversies, debates and possible disagreements, this proposal will facilitate discussion and, hence, will promote the study of organizations as a field of research interest. In this regard, the analysis shows that even though AT carries more weight (60%), os are becoming increasingly significant (28%). It is also important to note that AT, OT and os develop in parallel and, in that sense, os do not represent an "improved" version of AT and OT, thereby showing their expiration. os are a new way of approaching the study of organizations, taking up AT and OT in a critical manner and with the support of other disciplines of the social sciences to analyze organizational phenomena in a more comprehensive way. The three perspectives are not only contemporary; they also represent an increasing interest for researchers, so choosing one of them does not exclude the possibility of adopting other approaches. In other words, the study of organizations in Latin America has a connotation of non-exclusion from the theoretical-conceptual point of view, even when there is a strong inclination towards AT. In that

sense, theoretical perspectives coexist in the organizational zoo (Perrow, 1984) and are used to analyze the various organizational issues.

This theoretical diversity is related to the themes associated with each of the proposed conceptual axes. In the administration field, it is typical to find a diversity of themes related to organizational management and intervention. This is one of the reasons, among many others, Administration has become so valued and necessary, because of its versatility and possibilities of application in companies. However, considering this wide range of themes, AT and OT are expected to have a deeper comprehension of the actions they favor within organizations and the ethical and human implications such actions entail. This does not occur in the conceptual axes of os or in that of R&E, where it seems that not only themes are more reduced and definite, but the pragmatic and functional trend of AT is prone to cover more application themes; moreover, it is in this field in which new managerial fashions and trends emerge.

The purpose of the above is not to favor an epistemological stance characterized by an irreconcilable polarity of perspectives, the functional-positivist one on the one hand and the comprehensive one on the other; nor is it to stigmatize one of them in terms of value. The organizational study implies recognizing the reality of organizations in their particular context, as well as having clear that their operation is ruled by the logics of efficiency and productivity. Thus, far from defending the idea of standing for one theoretical perspective in particular, the purpose of this work is to favor complementarity. In that way, it is important that the functional pragmatism of intervention meets the organizational objectives with a previous comprehension of the reality to be intervened, taking into account that a better comprehension of organizational phenomena will enable a better intervention.

From the point of view of the countries participating in the research, Brazil has a very high contribution regarding the number of authors. Moreover, the researchers who publish the most have a high percentage of co-authored papers. It could be said that, thanks to that, Brazil has become an important reference in the region. The reason for this is that Brazil, unlike other countries such as Colombia or Chile, has built a history of theoretical-conceptual development in the organizational study and a series of active academic networks that favor cooperative associations; a feature that encourages the dissemination of research results. It would be valuable to integrate and promote a greater quantity of collaborative research among countries and, why not, with comparative methodologies that show the global academic community the reality of Latin

American organizations, thus avoiding a sort of trend towards individualist regionalism.

This research promotes many reflections and considerations on the reality of the study of organizations in the region, which could well be part of a future research agenda. This is precisely the case in Brazil, for example, where the beginning of os dates back to the 1950s. Beatriz Wahrlich (1977) conducted an analysis of the main theories that were in progress during that period, questioning the fact that the field of theory was undermined by the favoring of its practical aspect. Since then, os in Brazil distinguish two main and complementary lines: one related to management and to the proper administrative practices, and other linked to the human and social sciences.

In this context, the presence of a relevant group of Brazilian intellectuals stands out against the dominant trend, critically positioning itself and adopting an anti-management stance, which led to the founding of a critical tradition originating in the os in that country. Among such researchers who stood out were Alberto Guerreiro Ramos, who began his reflections in the 1950s; Mauricio Tragtenberg, who developed his studies during the 60s and 70s, and Fernando Prestes Motta, in the 1980s and 1990s (Misoczky, Flores & Goulart, 2015). This tradition of critical thinking is currently expressed in three aspects: (i) Critical Theory and Marxism, where Marx, Lukács and the Frankfurt School have been retaken; (ii) Critical Management Studies, critical works in the management, centered in this subject and that mainly take as reference authors of the Anglo-Saxon context; and (iii) Critical Analysis in os, which is based upon post-structuralism and postmodernism (Faria, 2009). Does this development explain the great rise of the study of organizations in this country? What differences exist in Mexico, which is the other focus of organizational study development in Latin America? These are some of the questions that guide possible research lines.

Another aspect to highlight is the contribution of two relevant researchers in Latin America who are not in the research due to the type of publication they carry out (restrictive and limiting aspect of the research), but are important to highlight. On one hand are the reflections of Ernesto R. Gantman related to the reality of the Administration in Latin America (2010, 2011, among others), the potential of Critical Management Studies for organizational analysis (2013, 2017) and other issues in which he expresses his concern for local research in relation to the Administration and the study of organizations.

On the other hand (from the Mexican context), are the contributions by Eduardo Ibarra Colado. Within the multiple themes he worked on, such as: organizational studies,

university studies, critical management, among others, highlighting the issue of coloniality as a pertinent and timely aspect for what is discussed in this article. The author warns that the same conceptualization of organization was reinvented as an "indispensable artifice that homogenizes different realities, incorporated into the everyday language of our countries and used to explain the economic problems that derive from the rationality of the market" (Ibarra-Colado, 2006b, p. 5). With this issue raised, Ibarra underlines the importance of the studies of the organization in Latin America, in a globalized context where the Anglo-Saxon perspective predominates.

The lack of homogenization in epistemological and methodological perspectives is also reflected in the journals. There is no absolute evidence that indicates the hegemony of one of the theoretical perspectives and the cross-thematic axis suggested in any of the journals participating in the research. Although there is preponderance towards AT, generally, the perspectives and the thematic axis described coexist in the journals. This suggests that the reality of the study of organizations in Latin America is fragmentary, vague and with no clear preeminence.

In spite of that, it is important to emphasize that, at the end of this research, the journals related to administration and organizational themes and indexed in the *isi-Scopus* databases were few. This shows the remote possibilities of researchers to publish and disseminate their research results in these journals. Furthermore, researchers see their publication options even more reduced given the quantity of annual issues of the journals, since most of them are bi-annual. Additionally, there is a conjuncture of no less importance which is the proliferation of Ph.D. programs in Latin America (for instance, only in Colombia, there are nine Ph.D. programs in Administration and related areas) that encourage the publication in high-profile journals. This is closely related to the higher education accreditation systems that rank universities and such programs based on the impact of their Ph.D. students' publications in this type of journals. Publication alternatives become then even fewer and more difficult. In this regard, one could resort to other type of possibilities of high-quality publications that are not reduced and confined to publishing in journals indexed in the *isi-Scopus* databases.

Language is another factor that adds to the difficulty of publishing. Although they are Latin American journals and many of them state in their publication requirements that they accept papers in native languages (Spanish and Portuguese), some of them only receive – perhaps, prefer – papers in English. The aim of this reflection is not to underestimate publications in this language, but to show

the contradiction of not encouraging publications in the spoken languages of the region. In the same way that researchers are compelled to publish in high-profile journals, journals themselves are conditioned to finding international recognition through the dissemination of their publications. Since English is the global language of academics, journals seek, through their papers, to be known worldwide and, thus, acquire greater prestige. Although this does not have to be a negative situation, it does have a questionable aspect in which some matters that – despite being related to the academic community – are prioritized and manipulated to favor the particular purposes of the journals. This could be an example of a typical situation in other latitudes that is starting to meddle in the Latin American reality, where one of the strategies to be implemented by editors is to open special issues in regional languages, which may widen and encourage the participation of other type of authors.

Since the theme of R&E is an extremely important aspect, papers related to this axis were analyzed. Results lead to conduct critical research studies, distancing oneself from the pragmatic view – without meaning that this view is not important. Although it is true that the theme strictly related to research and education has gained strength, the articulation with education in administration and the pedagogical aspects that strengthen the learning process are still emerging compared to other themes published in these fields of knowledge. Research is in itself a theme of interest to be researched; it is a crucial academic activity that supports education in Administration and favors new pedagogical strategies. In this sense, this theme should be part of a complete research agenda in Latin America that, in turn, will encourage several lines of research.

In this capitalist context, that has moved functionalism and the positivist view of reality to the efficient applicability of research processes, it is a priority to encourage and create, at the same time, appropriate dissemination spaces that do not prioritize these logics. For that, it is necessary to create networks of cooperation where research interests are relatively common and favor long-term collaborative research. This could help identify those researchers living in different perspectives of analysis. Furthermore, the edition of textbooks or book chapters is also a feasible option that can boost spaces different from the publication of papers in high-profile journals. Due to their critical and interdisciplinary nature (Gonzales-Miranda, 2014), os necessarily entail dialog and foster discussion. Therefore, the creation of academic communities and spaces for the dissemination of research results and theoretical reflections become the logical tributary to consolidate os as a different approach to study organizations, whose supremacy

has focused – still does – in the functional and positivist view of AT.

From the networks of cooperation point of view, it is clear that the journals classified in the ISI-Scopus indexes are appealing to researchers for them to disseminate the results of their research. This is proved by the considerable participation of non-Latin American authors in journals of the region and the publication of papers in English. The research results allow the academic community of researchers to identify the institutions, authors, areas and themes of production that are currently at peak, and to show new lines of work, new connection possibilities and new trends in research interests in Latin America. The challenge is that these networks of cooperation will provide new knowledge, thus becoming an input for the development of Latin American societies.

This work has showed a diverse reality of the study of organizations in Latin America. Likewise, it reflects the willingness to create spaces to consider the administrative practices in organizations from different views, approaches and methods. This heterogeneity calls to reflect even more on Latin American organizations and the implications of administrative interventions. At the same time, it requires an autocriticism whose repercussions foster not only a better teaching and research development in academic institutions and in the work of professors and researchers, but also a better citizenry and society model that is being built from this field of knowledge.

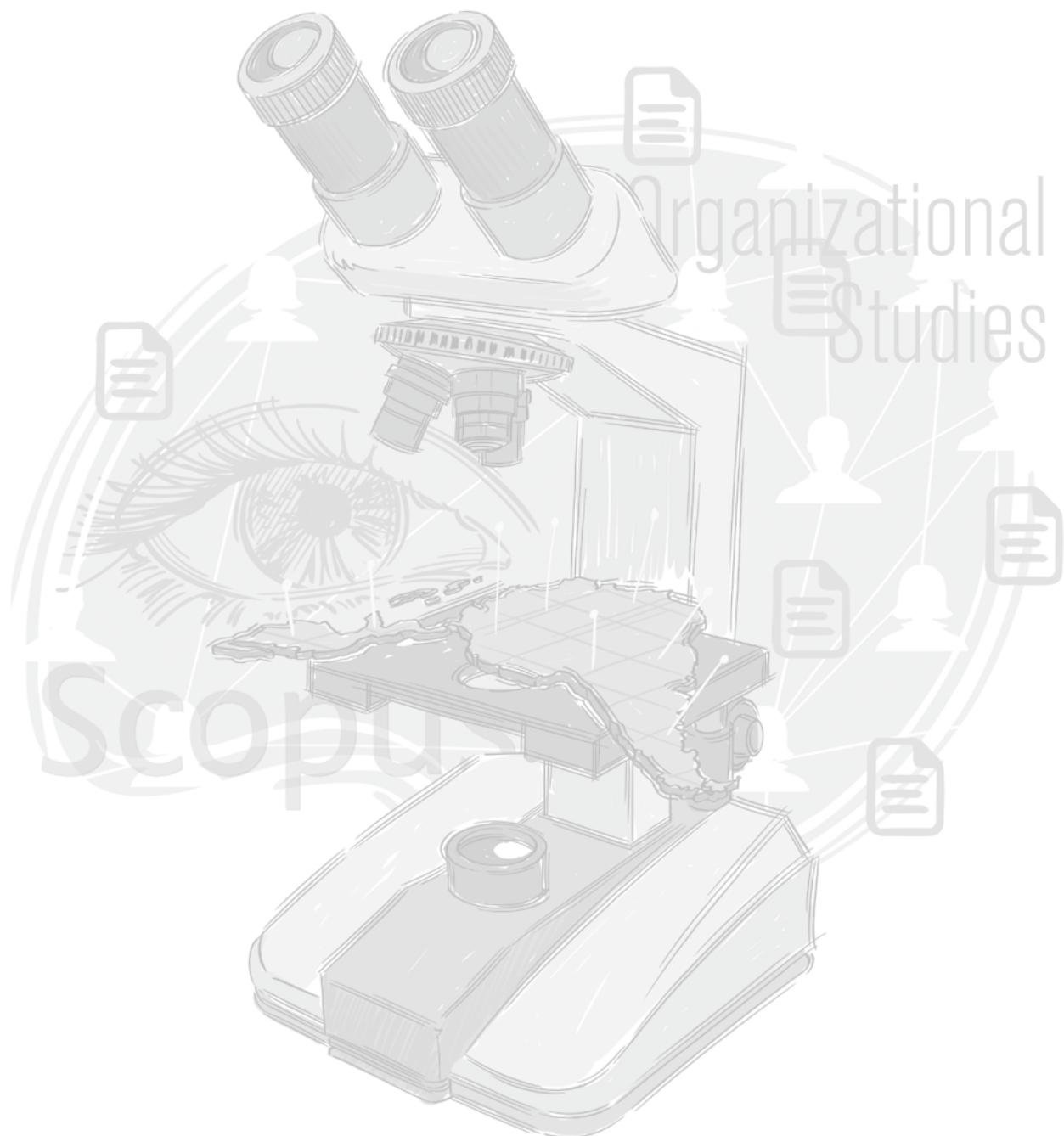
## References

- Ailon, G. (2006). What B would otherwise do: a critique of conceptualizations of "power" in organizational theory. *Organizations*, 13(6), 771-800.
- Aktouf, O. (1998). *La administración: entre tradición y renovación*. (3a. ed.). Cali: Artes gráficas del Valle.
- Alcadipani, R., & Bertero, C. (2012). Guerra fria e ensino do management no Brasil: o caso da FGV-EAESP. *RAE. Revista de Administração de Empresas*, 52(3), 284-299.
- Augier, M., March, J. G., & Ni-Sullivan, B. (2005). Notes on the evolution of a research community: organization studies in anglophone North America, 1945-2000. *Organization Science*, 16(1), 85-95.
- Bédard, R. (2003). Los fundamentos del pensamiento y las prácticas administrativas. El rombo y las cuatro dimensiones filosóficas. *Revista Ad Minister*, 3, 68-87.
- Bédard, R. (2004). Los fundamentos del pensamiento y las prácticas administrativas: La trilogía administrativa. *Revista Ad Minister*, 4, 80-108.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2008). *La construcción social de la realidad*. Argentina: Amorrortu.
- Boal, K. B., Hunt, J. G., & Jaros, S. J. (2003). Order is free: On the Ontological Status of Organizations. In: Westwood, R., & Clegg, S. (Eds.). (2003). *Debating Organization* (pp. 84-98). Oxford: Blackwell.

- Bort, S., & Schiller-Merkens, S. (2011). Reducing uncertainty in scholarly publishing: concepts in the field of organization studies, 1960-2008. *Schmalebach Business Review*, 32(5), 655-681.
- Buil, I., Hernández, B., Sesé, F., & Urquiza, P. (2012). Los foros de discusión y sus beneficios en la docencia virtual: recomendaciones para un uso eficiente. *Innovar*, 22(43), 131-143.
- Burns, T., & Stalker, G. M. (1961). *The management of innovation*. Great Britain: Oxford University Press.
- Burrell, G., & Morgan, G. (1979). *Sociological Paradigms and Organizational Analysis. Elements of the Sociology of Corporate*. London: Heinemann.
- Calderón, H. G., & Castaño, D. G. (2005). Introducción. In: Calderón, H. G., & Castaño, D. G. (comps) (2005). *Investigación en Administración en América Latina: Evolución y Resultados* (pp. 7-12). Manizales: Universidad Nacional de Colombia.
- Callon, M. (1986). Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St. Brieuc Bay. In: Law, J. (ed.) (2014). *Power, action and belief* (pp. 196-233). London: Routledge.
- Chanlat, A. (2004). *Ciencias Sociales y Administración. En defensa de una antropología general*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Chia, R., & Holt, R. (2008). The nature of knowledge in business schools. *Academy of Management Learning & Education*, 7(4), 471-486.
- Claver, E., Gonzalez, R., & Llopis, J. (2000). An analysis of research in information systems (1981-1997). *Information & Management*, 37, 181-195.
- Clegg, S. R. (1990). *Modern Organizations. Organization Studies in the Postmodern world*. London: SAGE.
- Clegg, S. R., & Bailey, J. R. (2008). Introduction. In: Clegg, S., & Bailey, J. R. (eds.) (2008). *International encyclopedia of organization studies* (pp. xiii-xviii). Los Angeles: SAGE.
- Clegg, S. R., & Dunkerley, D. (1977). *Critical issues in organisations*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Clegg, S. R., & Hardy, C. (1996). Introduction. Organizations, Organization and Organizing. In: Clegg, S. R., Hardy, C., & Nord, W. R. (eds.) (1996). *Handbook of Organization Studies* (pp. 1-28). London: SAGE.
- Costa, G., & Boente, D. (2012). Análise do perfil da produção científica sobre ciclo de vida no período de 2000 a 2011. *Revista Ambiente Contábil*, 4(1), 106-119.
- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154-1191.
- Czarniawska, B. (2003). Social Constructionism and Organization Studies. In: Westwood, R., & Clegg, S. (eds.), *Debating Organization. Point-Counterpoint in Organization Studies* (pp. 128-139), London: Blackwell.
- Daniels, J. (1999). La Enseñanza, la Investigación y el Servicio a la Comunidad. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 23, 28-34.
- Dávila, C. (2001). *Teorías organizacionales y administración*. Bogota: Mc GrawHill.
- Dávila, L. (2005). Generación de conocimiento administrativo en América Latina: ¿Realidad, necesidad o utopía?. In: Calderón, H. G., & Castaño, D. G. (eds.), *Investigación en Administración en América Latina: Evolución y Resultados* (pp. 39-43). Manizales: Universidad Nacional de Colombia.
- De Bruyne, P. (1973). *Teoría Moderna de la Administración de Empresas*. (J. Pallas Navarro, Trad.) Madrid: Aguilar.
- De Mattos, P. (2009). Administração é ciência ou arte? O que podemos aprender com este mal-entendido? *Revista de Administração de Empresas*, 49(3), 349-360.
- De Rond, M., & Miller, A. N. (2005). Publish or perish: bane or boon of academic life? *Journal of Management Inquiry*, 14(4), 321-329.
- Déry, R. (2004). El homo Administrativus y su doble en busca del saber. *Ad Minister*, 5(jul-dic), 86-125.
- Donaldson, L. (1997). Derek Pugh: Scientific revolutionary in organization studies. In: Clark, T. (Ed.), *Advancement in organizational behaviour: Essays in honour of Derek S. Pugh*. (pp. 23-43). Aldershot: Ashgate.
- Donaldson, L. (2003). Position Statement for Positivism. In: Westwood, R., & Clegg, S. *Debating Organization* (pp. 116-127). Oxford: Blackwell.
- Duque, C., & Royuela, M. (2005). La investigación como motor de desarrollo. In: Calderón, H. G., & Castaño, D. G. (comps), *Investigación en Administración en América Latina: Evolución y Resultados* (pp. 15-34). Manizales: Universidad Nacional de Colombia.
- Faria, J. H. (2009). Teoria crítica em estudos organizacionais no Brasil: o estado da arte. *Cadernos EBAPE. BR*, 7(3), 509-515.
- Fayol, H. (2003). *Administración industrial y general*. Bogota: Adígrama.
- Fernández-Rodríguez, C. J., & Gantman, E. R. (2011). Spain and Argentina as Importers of Management Knowledge (1955-2008): A Comparative Analysis. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28(2), 160-173.
- Gantman, E. R. (2010). Scholarly management knowledge in the periphery: Argentina and Brazil in comparative perspective (1970-2005). *Brazilian Administration Review*, 7(2), 115-135.
- Gantman, E. R. (2013). Escuelas de negocios lantinoamericanas: un análisis empírico. *Contaduría y Administración*, 58(3), 279-298.
- Gantman, E. R. (2017). El desarrollo de los estudios críticos de gestión en los países latinoamericanos de habla hispana. *Política y Sociedad*, 54(1), 45-64.
- García, F., & Carrieri, A. (2001). Nota Técnica: Dados em Estudos Organizacionais - Representações simbólicas metamorfoseadas pelo pesquisador? In: Clegg, S., Hardy, C., Nord, W., Caldas, M., Fachin, R., & Fischer, T. *Handbook de Estudos Organizacionais* (pp. 89-92). São Paulo: Atlas.
- Garfield, E. (1972). Citation analysis as a tool in journal evaluation. *Science*, 17(60), 471-479.
- Gentilin, M., Gonzales-Miranda, D. R., & Ocampo-Salazar, C. A. (2016). Estudios de las organizaciones: un panorama de últimos quince años en Brasil. *Revista Economía & Gestão*, 16(45), 3-31.
- Ginsberg, A., & Venkatraman, N. (1985). Contingency perspective of organizational strategy: a critical review of the empirical research. *Academy of Management Review*, 10, 421-434.
- Gonzales-Miranda, D. R. (2014). Los Estudios Organizacionales. Un campo de conocimiento comprensivo para el estudio de las organizaciones. *Innovar*, 24(54), 43-58.
- Gonzales-Miranda, D. R., & Gentilin, M. (2012). Panorama del estudio de las organizaciones. Una caracterización del campo organizacional con base en tres ejes temáticos (2000-2011). *Ánalisis Organizacional*, 7(5), 1-28.
- Hatch, M. J. (1997). *Organization Theory. Modern, symbolic and post-modern perspectives*. Great Britain: Oxford University Press.
- Hernández, A. G., Saavedra, J., & Sanabria, M. (2007). Hacia la construcción del objeto de estudio de la administración: Una visión desde la complejidad. *Investigación y Reflexión*, 15(1), 91-112.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill.

- Hernández, I., & Dueñas, M. (2005). Contribución al debate sobre la educación y el mercado laboral en la administración pública en Colombia. *Innovar*, 15(26), 13-32.
- Ibarra-Colado, E. (2002). Teoría de la Organización. Mapa conceptual de un territorio en disputa. In: De la Garza-Toledo, E. (Ed.), *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo*. Mexico: Fondo de Cultura Económica/UAM/Flacso/Colmex.
- Ibarra-Colado, E. (2006a). ¿Estudios Organizacionales en América Latina? Transitando del centro a las orillas. In: De la Garza-Toledo, E. (Ed.), *Teorías Sociales y Estudios del Trabajo. Nuevos Enfoques* (págs. 88-107). Mexico City, Mexico: Anthropos, UAM-I.
- Ibarra-Colado, E. (2006b). Organization Studies and Epistemic Coloniality in Latin America: Thinking Otherness from the Margins. *Organization*, 13(4), 463-488.
- Ibarra-Colado, E., & Montaño-Hirose, L. (1990). Teoría de la Organización: Desarrollo histórico, debate actual y perspectivas. In: Ibarra-Colado, E., & Montaño-Hirose, L. (eds.), *Teoría de la Organización: fundamentos y controversias* (pp. vii-xxvi). Mexico: UAM-I.
- Ibarra-Colado, E., & Montaño-Hirose, L. (1992). *Mito y poder en las Organizaciones*. México: Trillas.
- Jurado, J. (2015). Hacia una arqueología de la administración. *Cuadernos de Administración*, 28(50), 113 – 136.
- Lan, Z., & Anders, K. K. (2000). A paradigmatic view of contemporary public administration research: An empirical test. *Administration and Society*, 32(2), 138-165.
- Latour, B. (1987). *Science in Action. How to Follow Scientists and Engineers through Society*. Cambridge: Harvard University Press.
- Lawrence, P. R., & Lorsch. (1973/1967). *Organización y ambiente*. México: Editorial Labor S.A.
- León, E. (2009). Angustia docente: una revisión de la investigación del malestar y la violencia docente en Latinoamérica. *Innovar*, 19(Especial), 91-110.
- López, F. (1999). La Administración como sistema gnoseológico. En búsqueda de un objeto de estudio. *Revista Universidad EAFIT*, 113, 19-40.
- Lowery, D., & Evans, K. G. (2004). The iron cage and methodology: The vicious circle of means limiting ends limiting means. *Administration and Society*, 36(3), 306-327.
- Mainardes, E., & Domingues, M. (2010). Qualidade de Cursos de Administração e instituições de Ensino Superior em Joinville - SC: um estudo sobre fatores relacionados ao mercado de trabalho na percepção dos alunos. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 12(35), 208-223.
- Malaver, F. (1999). La investigación en gestión empresarial. *Academia - Revista Latinoamericana de Administración*, 23, 62-77.
- Marcén, M., & Martínez-Caraballo, N. (2012). Gestión eficiente del tiempo de los universitarios: evidencias para estudiantes de primer curso de la Universidad de Zaragoza. *Innovar*, 22(43), 117-130.
- Marín-Idárraga, D. A. (2005). La enseñanza de las teorías de la Administración: limitantes epistémicos y posibilidades pedagógicas. *Innovar*, 15(26), 23-34.
- Marín-Idárraga, D. A. (2007). Administración y racionalidad. *Sotavento*, 14, 8-41.
- Marín-Idárraga, D. A. (2012). Consideraciones epistemológicas en torno al carácter científico de la administración. *Innovar*, 22(46), 39-52.
- Matheus, R. F., & Silva, A. B. (2006). Análise de redes sociais como método para a Ciência da Informação. *DataGramZero-Revista de Ciencia da informacao*, 7(2), A03-0.
- Mayo, E. (1972). *Problemas humanos de una civilización industrial*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- McKelvey, B. (1997). Quasi-natural organization science. *Organization Science*, 8(4), 352-380.
- McKinley, W., & Mone, M. A. (1998). The re-construction of Organization Studies: Wrestling with Incommensurability. *Organization*, 5(2), 169-189.
- McKinley, W. (2003). From Subjectivity to Objectivity: A Constructivist Account of Objectivity in Organization Theory. In: Westwood, R. (2003). *Debating Organization: Point-Counterpoint in Organization Studies* (pp. 142-156). London: Blackwell.
- Melo Ribeiro, H. C. (2014). Produção acadêmica dos temas governança corporativa e sustentabilidade: uma análise dos últimos 14 anos nos periódicos internacionais. *Revista Economia & Gestão*, 14(35), 5-34.
- Misoczky, M. C., Flores, R. K., & Goulart, S. (2015). An anti-management statement in dialogue with critical Brazilian authors. *Revista de Administração de Empresas*, 55, 130-138.
- Montaño-Hirose, L. (1994). Modernidad, postmodernismo y organización. Una reflexión acerca de la noción de estructura postburocrática. In: Montaño-Hirose, L. (ed.), *Argumentos para un debate sobre la modernidad. Aspectos organizacionales y económicos* (pp. 67-91). UAM-I.
- Montaño-Hirose, L. (2004). El estudio de las organizaciones en México, una perspectiva social. In: Montaño-Hirose, L. (ed.), *Los estudios organizacionales en México. Cambio, poder, conocimiento e identidad* (pp. 9-39). Mexico: UAM-I, Universidad de Occidente, Miguel Ángel Porrúa.
- Muñoz, R. (2011). *Formar en administración. Por una nueva fundamentación filosófica*. Bogota: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Netto, A., & Bianchetti, L. (2011). (Des)Fetichização do Produtivismo Acadêmico: Desafios para o Trabalhador-Pesquisador. *RAE. Revista de Administração de Empresas*, 51(3), 244-254.
- Ocampo-Salazar, C. A., Gentilin, M. y Gonzales-Miranda, D. R. (2016). Conversaciones sobre administración y organizaciones en Latinoamérica. Un énfasis en el estado actual de la investigación y la educación. *Cuadernos de Administración*, 29(52), 13-51.
- Ofenhejm, A., Zambaldi, F., & Alves de Morales, E. (2011). Rigor, Relevância e Desafios da Academia em Administração: Tensões entre Pesquisa e Formação Profissional. *Revista de Administração de Empresas*, 51(3), 265-279.
- Ottewill, R. M. (2003). What's wrong with instrumental learning? The case of business and management. *Education + Training*, 45(4), 189-196.
- Perrow, C. (1984). La historia del zoológico o la vida en el arenal organizativo. In: Salaman, G., & Thompson, K. *Control e Ideología en las organizaciones* (pp. 293-314). México: Fondo de Cultura Económica.
- Pittaway, L., Robertson, M., Munir, K., Denyer, D., & Neely, A. (2004). Networking and innovation: a systematic review of the evidence. *International Journal of Management*, 5(6), 137-168.
- Podestá, P., & Jurado, J. C. (2003). Fundamentos del Saber Administrativo. *Cuadernos de difusión*, 15, 81-100.
- Pugh, D. S. (1997). Does context determine form? In: Pugh, D. S. (1997). *Organization Theory*. London: Penguin Books.
- Ramírez-Martínez, G., Vargas, G., & De la Rosa, A. (2011). Estudios Organizacionales y Administración. Constras y complementariedades: caminando hacia el eslabón perdido. *Forum Doctoral*, 3(3), 7-54.

- Sanabria, M., Saavedra, J., & Smida, A. (2013). *Los Estudios Organizacionales ("Organization Studies"): fundamentos, evolución y estado actual del campo*. Bogota: Universidad del Rosario.
- Sanchez-Torres, J., & Rivera, S. A. (2009). Model for measuring research capacity using an intellectual capital-based approach in a Colombian higher education institution. *Innovar*, 19, 179-197.
- Scott, W. R. (2003). *Organizations: rational, natural, and open systems*. (5a ed.). NJ: Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Scott, W. R. (2004). Reflections on a half-century of organizational sociology. *Annual Review of Sociology*, 30(1), 1-21.
- Shenhav, Y. A. (2003). The historical and epistemological foundations of organization theory: fusing sociological theory with engineering discourse. In: Tsoukas, H., & Knudsen C. (ed.), *The Oxford handbook of organization theory* (pp. 183-209). Oxford-New York: Oxford University Press.
- Shepherd, D. A., & Sutcliffe, K. M. (2011). Inductive top-down theorizing: a source of new theories of organization. *Academy of Management Review*, 36(2), 361-380.
- Taylor, F. (1961). *Principios de Administración Científica*. México: Herrero Hermanos.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207-222.
- Tsoukas, H., & Knudsen, C. (2005). Introduction. The Need of Metatheoretical reflection in Organization Theory. In: Tsoukas, H., & Knudsen, C. *The Oxford Handbook of Organization Theory. Metatheoretical Perspectives* (pp. 1-36). UK: Oxford.
- Ullah, M., Butt, I. F., & Haroon, M. (2008). The journal of ayub medical college: A 10 years bibliometric study. *Health information and libraries journal*, 25(2), 116-124.
- Uribe, J., Ortiz, C., & Domínguez, J. (2011). La rentabilidad de la formación para el empleo en Colombia. *Cuadernos de Administración*, 24(43), 111-132.
- Viana de Souza, F. J., Corrêa da Silva, M., & Oliveira Araújo, A. (2013). Uma análise da produção científica da área de contabilidade governamental nos periódicos que utilizam o SEER e o SciELO. *RCUFBA*, 7(2), 22-37.
- Vieira, A. M. & da Silva, R. (2011). Eight Propositions Towards New Possibilities of Studying Organizing and Organizations. *Brazilian Administration Review*, 454-467.
- Vieira, A. M., & Rivera, D. P. B. (2012). Hermeneutic questions in organizational studies: Two interpretative possibilities for research. *Review of Business Management*, 14(44), 261-273.
- Wahlrich, B. M. (1977). *Uma análise das teorias de organização*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getulio Vargas.
- Westwood, R., & Clegg, S. (2003). The Discourse of Organization Studies: Dissensus, Politics and Paradigms. In: Westwood, R., & Clegg, S. (eds.) *Debating Organization: Point-Counterpoint in Organization Studies* (pp. 1-42). London: Blackwell.
- Woodward, J. (1975) Management and technology. In: Pugh, D. S. *Organization Theory* (pp. 56-71). Londres: Penguin Books.
- Wren, D. A., Buckley, M. R., & Michaelsen, L. K. (1994). The Theory/ Applications balance in management pedagogy: Where do we stand? *Journal of Management*, 20(1), 141-157.



# Ética organizacional aplicada. Estudio de caso de una organización de servicios sociales en España\*

APPLIED ORGANIZATIONAL ETHICS. CASE STUDY OF A SOCIAL SERVICES ORGANIZATION IN SPAIN

**ABSTRACT:** Studying the organizational ethics of a social services organization is of the utmost importance, given the public role of this type of organizations in society. Such study can be performed by analyzing the structure and behavior of an organization on the basis of its organizational ethical principles, where different values coincide: individual, professional and organizational. The goal of this paper is to introduce a case study in which the ethics of a private social services organization in Spain is analyzed, identifying its ethical management model. For this purpose, this work follows a qualitative approach based on participant observation and in-depth interviews techniques. It also explores some elements that articulate the study of organizational ethical culture and the ethics applied to social intervention. This research allowed identifying implicit and explicit shared values that operate across the studied organization and how they affect its operation.

**KEYWORDS:** Social Services, organizational ethical culture, Spain, case study, qualitative research.

**ÉTICA ORGANIZACIONAL APLICADA. ESTUDO DE CASO DE UMA ORGANIZAÇÃO DE SERVIÇOS SOCIAIS NA ESPANHA**

**RESUMO:** Estudar a ética organizacional de uma organização de serviços sociais é de suma importância, dado o papel público desse tipo de entidades com a sociedade. O estudo pode ser realizado analisando a estrutura e o comportamento da organização com base na cultura ética organizacional, em que convergem diferentes valores: individuais, profissionais e institucionais. Este artigo tem como objetivo apresentar um estudo de caso no qual se analisa a ética de uma organização privada de serviços sociais espanhola, identificando seu modelo de gestão ética. Para isso, utilizou-se o método qualitativo de observação participante e entrevistas em profundidade. Exploram-se alguns elementos que articulam o estudo da cultura ética organizacional bem como da ética aplicada à intervenção social; além disso, identificaram-se os valores implícitos e explícitos partilhados, que operam transversalmente nessa organização e o modo como estes afetam sua atividade.

**PALAVRAS-CHAVE:** cultura ética organizacional, Espanha, estudo de caso, pesquisa qualitativa, serviços sociais.

**L'ÉTHIQUE ORGANISATIONNELLE APPLIQUÉE. UNE ÉTUDE DE CAS D'UNE ORGANISATION DE SERVICES SOCIAUX EN ESPAGNE**

**RÉSUMÉ :** L'étude de l'éthique organisationnelle d'une organisation de services sociaux est de la plus haute importance, étant donné le rôle public de ce type d'entité dans la société. Cette étude peut se mener en analysant la structure et le comportement de l'organisation sur la base de la culture de l'éthique organisationnelle, où différentes valeurs convergent: individuelles, professionnelles et de l'entité. Le but de cet article est de présenter une étude de cas dans laquelle on analyse l'éthique d'une organisation privée espagnole de services sociaux, en identifiant son modèle de gestion éthique. Pour cela, on a utilisé la méthode qualitative d'observation participante et des enquêtes approfondies. On explore certains éléments qui articulent l'étude de la culture éthique organisationnelle, ainsi que l'éthique appliquée à l'intervention sociale; en outre, on a identifié les valeurs partagées implicites et explicites qui opèrent transversalement dans cette organisation et la façon dont elles affectent son activité.

**MOTS-CLÉ :** services sociaux, culture de l'éthique organisationnelle, Espanne, étude de cas, recherche qualitative.

**CITACIÓN:** Cubillos Vega, C. (2018). Ética organizacional aplicada. Estudio de caso de una organización de servicios sociales en España. *Innovar*, 28(67), 111-121. doi: 10.15446/innovar.v28n67.68616.

**ENLACE DOI:** <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68616>.

**CLASIFICACIÓN JEL:** L31, M14, P36.

**RECIBIDO:** mayo 2015. **ACEPTADO:** marzo 2017.

**DIRECCIÓN DE CORRESPONDENCIA:** Carla Cubillos. Facultad de Trabajo Social, Departamento de Trabajo Social y Servicios Sociales, Despacho/oficina 2114, Universidad Complutense de Madrid, Campus de Somosaguas, 28223 - Pozuelo de Alarcón. Madrid, España.

**Carla Cubillos Vega**

Maestría en Trabajo Social Comunitario, Gestión y Evaluación de Servicios Sociales  
Investigadora de la Universidad Complutense de Madrid  
Madrid, España  
carlacub@ucm.es  
Enlace ORCID: orcid.org/0000-0002-3306-8787

**RESUMEN:** Estudiar la ética organizacional de una organización de servicios sociales es de suma importancia, dado el cometido público de este tipo de entidades con la sociedad. Dicho estudio se puede realizar analizando la estructura y el comportamiento de la organización con base en la cultura ética organizacional, donde convergen distintos valores: individuales, profesionales y de la entidad. Este artículo tiene por objetivo presentar un estudio de caso en el que se analiza la ética de una organización privada de servicios sociales española, identificando su modelo de gestión ética. Para ello, se utilizó el método cualitativo de observación participante y entrevistas en profundidad. Se exploran algunos elementos que articulan el estudio de la cultura ética organizacional, así como de la ética aplicada a la intervención social; además, se identificaron los valores implícitos y explícitos compartidos, que operan transversalmente en dicha organización y el modo en que estos inciden en su actividad.

**PALABRAS CLAVE:** Servicios sociales, cultura ética organizacional, España, estudio de caso, investigación cualitativa.

## Introducción

La ética organizacional es un tipo de ética que se aplica a las organizaciones en función de su especificidad. Como disciplina, tiene un doble objeto de estudio: la conducta humana (objeto material) y las implicaciones morales de esa conducta en el resto de personas, el grupo y la sociedad (objeto formal). En el ámbito de los servicios sociales, el término *organización* abarca tanto a entidades públicas como privadas. En dicho ámbito, el análisis de la ética organizacional obedecerá a varios de los principios por los que se rige la intervención social, que se refieren principalmente a la justicia social, la solidaridad, la calidad y la confianza que reciben de la sociedad, además de los principios de transparencia y rendición de cuentas (Aguiló, Longás y Saavedra, 2014). La necesidad de analizar la ética organizacional es consecuencia de la creciente profesionalización y burocratización en la gestión de este tipo de entidades, cuya responsabilidad pública genera una

\* Este artículo se deriva del trabajo de fin de máster en Trabajo Social Comunitario, Gestión y Evaluación de Servicios Sociales, de la Universidad Complutense de Madrid, titulado *La dimensión ética de las organizaciones de servicios sociales: estudio de un caso*.

serie de exigencias de calidad por parte de la sociedad. Para responder a dichas exigencias, este tipo de organizaciones han ido adoptando criterios decisionales, técnicas, métodos, herramientas e, incluso, un lenguaje, todos provenientes del ámbito empresarial. Este trabajo tiene por objetivo explorar cómo se manifiesta este fenómeno: analizar la dimensión ética de una organización de servicios sociales, atendiendo a su estructura y su comportamiento, en el marco de su cultura ética organizacional, donde convergen los valores individuales, los valores profesionales y los valores que se han definido como propios de la entidad.

Cada cultura se caracteriza por disponer de un conjunto de creencias morales, códigos de normas o valores y costumbres que se van modificando con el transcurso del tiempo. Este *ethos* o fenómeno de la moralidad (Maliandi, 2004) puede ser individual, grupal o de una sociedad, manifestándose en sus costumbres y conductas (actitudes, convicciones y creencias). El *ethos* va a configurar la cultura que, como señalan Zazueta y Arciniega (2010), está sustentada –en parte– por una serie de valores (convergentes: individuales, profesionales y de la entidad); por ello, el *ethos* también va a fundamentar la ética de dicha cultura. Si las organizaciones son consideradas agrupaciones humanas, entonces estas tendrían su propio *ethos*. Ahora bien, aceptar dicha idea implica suponer que las organizaciones también se pueden considerar como agentes morales. Esta idea sugerida por French (1979) conllevaría a que estas –en calidad de personas jurídicas– tengan privilegios, derechos y deberes asimilables a los de cualquier persona moral. Si bien esta consideración requiere que se evalúen las consecuencias que de ella se desprenden, lamentablemente no disponemos del espacio para abordar aquí el debate sobre la agencia moral de las organizaciones, que además no es el objeto de este estudio. Sin embargo, se comparte la premisa de que las organizaciones, en calidad de partícipes de la sociedad, tienen como mínimo una serie de responsabilidades ante esta, que independientemente de ser o no una obligación legal es siempre una obligación moral (Argandoña, 2008).

Las organizaciones comparten una cultura cuando el grupo de personas que las integra comparte un patrón de creencias básicas que desarrolla, inventa o descubre para afrontar las dificultades de adaptación (externas e internas) (Schein, 2010). Esta definición de cultura organizacional, que surge de la psicología social, subraya, además, que la cultura se comparte cuando se comparte una "historia" (Schein, 1990). La cultura organizacional integra valores, creencias y presunciones explícitas e implícitas que comparte el grupo (Schein, 1990; Ruiz-Palomino y Martínez-Cañas, 2014) y se compone de una parte observable, así como de otra que no se manifiesta, sino que

debe estimarse de manera indirecta o interpretarse (Guillén, 2006; Zazueta y Arciniega, 2010; Pelegrí, 2013).

De acuerdo con Schein (2010), la cultura organizacional se puede apreciar en tres estratos:

- 1) *Artefactos observables*, que son estructuras y procesos visibles encontrados, en un primer nivel, en la superficie, es decir, todos los fenómenos que podemos captar a través de nuestros sentidos (por ejemplo: el entorno, la decoración, el vestuario, el lenguaje, las narraciones, los listados de valores, las ceremonias, los artefactos y los dispositivos tecnológicos, etc.); aunque paradójicamente este nivel sea fácil de describir, será muy difícil percibir el significado que las personas atribuyen a dichos elementos.
- 2) *Valores adoptados* (reglas y normas de comportamiento), en cuyo nivel se sitúan los objetivos, las estrategias y la filosofía de la entidad, que se transmiten al grupo, y que este, al percibirlos como valiosos, comparte. Los "valores" hacen referencia a aquellas actitudes, creencias y principios que tienen las personas (Cubillos, 2014) y que, para ellas, vale la pena que se protejan o promuevan; por su parte, los "principios" designan la manera en que se considera correcto que las personas reconozcan dichos bienes (los valores) y se comprometan con su protección o promoción (Salcedo, 2010). En el marco de la ética organizacional, la noción de valores se suele solapar con el concepto *principios*; en este contexto, los valores serán entendidos como creencias generalizadas y perdurables sobre la conveniencia personal y social de ciertos modos de conducta (Craft, 2016).
- 3) *Los supuestos básicos subyacentes*, que se ubican en el nivel más profundo o inconsciente, sustentando los valores y las acciones interiorizadas, que han sido incorporadas cuando determinadas soluciones a determinados problemas han funcionado reiteradamente. Estas son realidades generalizadas que ya no se cuestionan y que son muy difíciles de modificar; para comprender los artefactos, los valores y las normas, habrá que llegar a este nivel de profundidad.

Así, para analizar la cultura de la organización será preciso observar de manera interrelacionada estos tres niveles (Guillén, 2006; Schein, 2010).

Al estudiar la ética organizacional, se suele distinguir entre ética *en* las organizaciones y ética *de* las organizaciones (Fernández, 1996; Pelegrí, 2013): la primera se refiere a una ética que se manifiesta de manera individual, que pertenece a las personas que integran una determinada organización y se manifiesta en un nivel individual; en cambio, la segunda se refiere al marco ético compartido por el grupo



de personas que conforman una organización. Así, los valores individuales de cada persona que integra la entidad interactuarán con los valores y principios de esta, que configurarán la ética organizacional.

Coincidimos con Guillén (2006) en que la ética de una organización no se puede equiparar a la mera ejecución de actividades aisladas de interés social; al contrario, se debe presentar de manera continua, manifestándose, entre otros aspectos, en la responsabilidad de la misma con su entorno. En todo caso, no se debe confundir a la ética con la responsabilidad social ni tampoco reducirla a la existencia de un código de ética o a la obtención de certificaciones de ética o de calidad, pues, aunque muchas organizaciones implementen o exhiban dichos elementos, no por ello garantizan el compromiso con el ejercicio de su contenido (Guillén, 2006; Bañón-Gómis, Guillén-Parra y Ramos-López, 2011). Aguiló *et al.* (2014) exemplifican esto último, señalando que, aunque una organización ostente un sistema de calidad excelente, puede tener una gestión deficiente en otros aspectos éticos.

¿Cuándo es ética la cultura de una organización? Cuando los elementos que la componen se pueden juzgar como "buenos" en sentido moral, es decir, que contribuyan al desarrollo y bienestar de las personas (las que integran la entidad como cualquier otro sujeto o grupo afectado por su actividad) y al bien común (Guillén, 2006; Huhtala, Feldt, Lämsä, Mauno y Kinnunen, 2011). En suma, el aspecto ético de la cultura organizacional se refiere a los principios del bien y el mal en el contexto de una organización y nos provee un marco desde el que poder explicar y predecir el comportamiento ético (o no) de quienes conforman tal organización (Huhtala *et al.*, 2011).

Entre los elementos que componen la cultura ética encontramos aspectos relacionados con el clima y la gestión de la organización, tales como el estilo de dirección y de toma de decisiones, la gestión de personas, la interlocución y la comunicación, así como el diseño de su estructura, en tanto esta condicionará las dinámicas relacionales. El clima que se va configurando dentro de una entidad será ético, en la medida en que se vaya incorporando la ética a las actividades cotidianas y a medida que las personas

incorporen y pongan en práctica los valores que la organización ha establecido para orientar las decisiones que se adopten. Así, un mayor o menor grado de ética se verá reflejado en el comportamiento de las personas en concreto, observando si los medios empleados o los fines perseguidos son malos o gradualmente buenos, es decir, si no tienen ética (organizaciones éticamente reprobables) o si tienen menor o mayor calidad ética, en una graduación que iría desde las entidades éticamente cumplidoras, pasando por las éticamente sensibilizadas, hasta las éticamente excelentes (Bañón-Gómis *et al.*, 2011).

Para que los fines, medios y prácticas dentro de las organizaciones sean éticamente excelentes, se han de dirigir, como se señaló arriba, a la contribución al bien común y al desarrollo de las personas que forman parte de la organización (Guillén, 2006; Bañón-Gómis *et al.*, 2011). Aunque la ética y la responsabilidad social sean conceptos diferentes que no se deben confundir pese a que estén relacionados, cabe señalar que esta última también puede ser graduada en una escala que la situaría desde una responsabilidad social menos ética a una más ética (Bañón-Gómis *et al.*, 2011; O'Mara-Shimek, Guillén y Bañón, 2015).

## Método

La presente investigación tuvo el objeto de analizar la ética de una organización de servicios sociales, partiendo del paradigma interpretativo y analizando la cultura ética de una organización a través de la construcción que las personas que la integran han elaborado, compartido y asumido (Callejo y Viedma, 2005; Guillén, 2006). Para ello, se utilizó una perspectiva metodológica descriptiva, mediante la estrategia del estudio de casos. Este método no busca la representatividad de una población para –en este caso– obtener conclusiones generalizables a todas las entidades de servicios sociales, sino el análisis de una muestra que permita demostrar la utilidad de un marco de análisis determinado, que deberá ser aplicado a cada caso en su particularidad, y conocer mejor la realidad estudiada mediante su descripción (Coller, 2005; Stake, 2010). De acuerdo con la tipología de Coller (2005), el caso que presentamos se clasificaría como: a) un caso típico, porque la entidad objeto de estudio puede considerarse un caso frecuente entre las organizaciones de servicios sociales españolas (en lo que respecta al tipo de estructura, gestión y modelo de financiación); b) un caso genérico, porque permite ilustrar el marco teórico presentado, y c) un caso analítico, porque se basa en el estudio del funcionamiento de una organización en relación con determinados fenómenos (en este caso los valores).

El trabajo de campo fue desarrollado entre octubre del 2013 y marzo del 2014, en una organización de servicios sociales que, con el fin de garantizar su anonimato, en adelante se le denominará "GST". Esta organización, desde su constitución a principios de la década de los 90, posee una trayectoria relevante en el campo de la acción social española. Desde entonces, su actuación se ha venido dirigiendo a sectores en estado de vulnerabilidad social, para lo cual ha utilizado un modelo de financiación mixto, en el que un 87% de los ingresos que percibe provendría de la financiación pública. Esta entidad fue seleccionada por un criterio de rentabilidad en la obtención de la información (Stake, 2010), respondiendo a los siguientes motivos: a) su tipicidad, que la convierte en un caso susceptible de analizar de manera generalizada, con respecto a cualquier otro caso de su categoría (Coller, 2005); b) su abarcabilidad, por ser una entidad mediana (su plantilla no llega a superar las 100 personas); c) su accesibilidad temporal y espacial, porque todas sus dependencias se ubican en Madrid capital, y d) por pertenecer a un grupo de organizaciones que están implementando protocolos para la gestión de calidad y expresando su compromiso con la transparencia y la satisfacción tanto de su personal como de las personas que se benefician por sus servicios.

## Instrumentos

Se utilizaron como técnicas de recogida de datos la observación participante en la entidad, el análisis de fuentes documentales y las entrevistas en profundidad (ocho). Aunque las personas informantes disponían de perfiles profesionales diversos, estas se pueden situar en dos grupos: a) personal con responsabilidad en la toma de decisiones en el diagnóstico, la planificación o la intervención social, y b) personal de nivel técnico de intervención directa con las personas usuarias. Estos informantes se seleccionaron atendiendo a la conveniencia con el objeto de estudio, no por su representatividad estadística, sino por el objetivo de indagación exploratoria (Cea, 2009) de acuerdo con los siguientes criterios: perfil profesional, cargo, área de desempeño y experiencia (años) dentro de la entidad.

El guion de las entrevistas se elaboró siguiendo la propuesta de Schein (2010): recorrer la evolución de la organización partiendo desde un punto crítico; en este caso, dicho punto se situaría en el momento en que se acordó obtener la certificación de calidad e implementar una serie de actuaciones dirigidas a la consecución de dicho fin. En ese marco, las preguntas se dirigieron a explorar los valores que subyacían a la descripción de sucesos

relevantes, a cómo estos fueron percibidos y gestionados, y cómo, en relación a dichos sucesos, el equipo percibía su situación actual, la de la entidad y la relación de esta con el entorno.

## Análisis

Siguiendo a Schein (2010), se adoptó la estrategia analítica de triangulación de datos, por constituir la única segura para poder identificar presunciones culturales (que pueden ser en ocasiones muy obvias, o en otras muy difíciles de distinguir). Así, los diversos instrumentos utilizados (observación, documentación y entrevistas) permiten configurar un esquema que se va haciendo visible por sí mismo, en cuya construcción se debe atender a tres dimensiones: 1) la dirección hacia dónde mirar, 2) el fenómeno que observar y 3) la manera de observarlo.

Respecto a *dónde mirar*, Zazueta y Arciniega (2010) proponen dirigir la mirada a siete elementos que interactúan dentro de la cultura organizacional: el personal (qué clase de personas integran la organización); el estilo directivo (las relaciones entre las directivas y el resto del personal); las tácticas (cómo se hacen las cosas); los sistemas o modelos de comunicación (internos y externos); la estructura o diseño organizativo; los valores que se comparten, y las estrategias, esto es, los planes y directrices. En cuanto a *qué mirar*, el foco se centró en los tres niveles en que la cultura organizacional se manifiesta, de acuerdo con el modelo de cultura organizacional propuesto por Schein (2010): artefactos observables, valores explícitos e implícitos, y supuestos básicos subyacentes (detallados arriba). Por último, el *cómo mirar* se resolvió siguiendo a Guillén (2006), analizando la cultura ética con base en la calidad que proyectan los componentes de la organización y el grado de contribución que esta aporta al desarrollo de las personas y de la sociedad. De acuerdo con esta propuesta, la calidad ética de una organización se podrá analizar observando: a) sus fines (misión y visión), b) sus medios, que pueden ser de acción directa (políticas, códigos de ética o de conducta y listados de principios) o indirecta (elementos que garantizan la eficacia y que corresponden a la cultura organizacional), y c) las relaciones entre los sujetos que la integran.

Para el análisis, se relacionaron los valores de la cultura compartida y los valores que guían a sus profesionales, considerando que los valores manifestados individualmente van construyendo en gran medida los valores de la organización, porque la intervención de cada profesional se desarrolla en el marco de unos equipos de trabajo y porque, en este caso concreto, los informantes correspondieron a perfiles con alto poder decisional; así se fue conformando la dimensión ética de la entidad estudiada y, en

consecuencia, de su intervención social. No se pretende que el material obtenido, en concreto los datos de las entrevistas, represente los puntos de vista del personal en su conjunto, sino solo que caracterice las percepciones prevalentes en las personas entrevistadas (Taylor y Bogdan, 2013).

## Resultados

En el plano observable de la cultura ética, se pudo apreciar que GST no dispone de políticas expresas, códigos de ética o certificaciones en ética, aunque sí cuenta con una declaración de valores. Además, se apreció que la dimensión ética se manifestaba en varias de sus actuaciones como, por ejemplo, la reciente adquisición del logotipo de "ONG acreditada por la Fundación Lealtad" de España, una certificación que tiene por objeto señalar el compromiso de las entidades con la transparencia. La transparencia incide en la confianza que una organización transmite a sus *stakeholders*, y se relaciona con el compromiso hacia sus integrantes y hacia la sociedad al rendir cuenta de sus actuaciones.

Por su parte, la misión de GST —o su razón de ser— es de carácter práctico, pues se orienta al desarrollo de servicios, proyectos y programas que tienen como finalidad mejorar la calidad de vida de las personas que reciben sus servicios (que son personas en situación de vulnerabilidad social), incrementando su inclusión y fomentando la igualdad. Estos productos —o *outputs*— se generan mediante una serie de actuaciones concretas que involucran estrategias individuales, grupales y comunitarias. Ahora bien, una deficiencia encontrada es que la misión de GST solo está definida como misión externa. Para que se pueda conseguir un nivel de calidad ética de excelencia, deben definirse explícitamente tanto la misión externa como interna; en este último caso, esta se definirá cuando desde la organización se explice la meta de brindar bienes relacionados con el desarrollo profesional y ético de las personas que la componen (Guillén, 2006).

En lo que concierne a la visión, se pudo apreciar que dentro de ella confluyen una concepción de la ética que tiene GST y otra de cómo dicha ética va a incidir en el logro de su misión: la intención declarada de la entidad de constituirse en un referente —dentro del Tercer Sector— en la satisfacción adecuada de las necesidades de las personas usuarias de sus servicios; así, la intervención se realizará vigilando atentamente una serie de actuaciones consideradas imprescindibles, como ser coherentes con los valores que se declaran, realizar una gestión de calidad, disponer de estabilidad financiera y actuar con transparencia. Si se atiende a la clasificación de la calidad ética como visión de deontología, de integridad y de excelencia éticas

(Guillén, 2006), se puede apreciar que GST se sitúa en el segundo plano: el de la integridad ética, porque actúa con un marco de normas éticas que son aceptadas dentro de su campo de actuación (lo que se correspondería con una visión deontológica); pero además avanza a este segundo plano (integridad), en cuanto expresa una serie de principios y valores éticos que se logran gracias al esfuerzo de las personas que integran la organización, por actuar con integridad, con coherencia y con honestidad (situados en su escala de valores éticos). En cambio, una entidad que alcance una visión de excelencia deberá, además de incorporar deontología e integridad, otorgar un rol decisivo a la dimensión ética de la misión interna (de la que, como vimos arriba, GST no dispone).

En todo caso, es preciso subrayar que no se puede reducir la ética de una entidad a la mera declaración o exposición de sus buenas intenciones. Aunque indudablemente supone un gran mérito la presencia de dicha intención y es plausible el esfuerzo que se hace por sistematizarla y declararla, será igual de importante comprobar hasta qué grado los valores declarados son realmente compartidos por el grupo, están interiorizados y se manifiestan en las actuaciones de quienes integran la organización. Así, la coherencia entre lo declarado y los hechos será el fundamento de la integridad, siendo además esencial para garantizar unas relaciones personales eficientes y transparentes (Corrada, 2013), lo que comprobaremos a continuación.

## Dinámicas relacionales

Las regularidades o irregularidades en la acción de una organización y en su interacción (figura 1) en sus procesos estarán determinadas por su estructura, donde la ética habrá de manifestarse hacia el exterior en todos los niveles (Guillén, 2005). El diseño organizativo de GST obedece a una estructura funcional, a una configuración de la gestión según áreas temáticas, respondiendo a la similitud de

competencias. Igualmente, se puede apreciar una estructura basada en equipos, de modo similar a una muñeca rusa (*matrioska*), en la que cada persona se va insertando en un equipo de nivel jerárquico superior (Fantova, 2014). Respecto a la coordinación de los equipos, la estructura es vertical, pues parte en la dirección desde donde baja hacia el personal técnico y administrativo; asimismo, también es posible percibir una coordinación horizontal entre los equipos de trabajo en el marco de cada área de intervención. La coordinación vertical que opera en la organización dificulta que la información descienda hacia los equipos de trabajo que se ubican en otras sucursales distintas a la central, que es donde se encuentra la dirección. Así, esta dificultad en la transferencia de información repercute en la comunicación que va perdiendo efectividad a medida que la entidad se dispersa físicamente. De este modo, el resto de equipos se perciben a sí mismos como islas, donde la comunicación y la coordinación "entre" los centros y "con" la dirección central son más remotas y complejas, aun cuando han incorporado a sus canales de comunicación las redes sociales, la intranet y, por supuesto, el teléfono.

Una característica de las organizaciones del tercer sector español es la variedad de perfiles profesionales, que también se aprecia en GST; en líneas generales, cada sucursal coordina su trabajo con efectividad, se da una gran importancia al trabajo en equipo y se reconocen ampliamente las aportaciones que pueda añadir cada perfil profesional para la mejora del proceso de toma de decisiones. En las entrevistas se coincide en manifestar la importancia de las reuniones de equipo, que son vistas como una oportunidad de enriquecer al equipo, pues suponen un espacio para el aprendizaje mutuo y la reflexión. Es posible apreciar, asimismo, un clima de respeto a la diversidad y de reconocimiento de las personas, especialmente a la experiencia y profesionalidad. En las entrevistas a perfiles técnicos, se manifiesta una percepción de participación equitativa

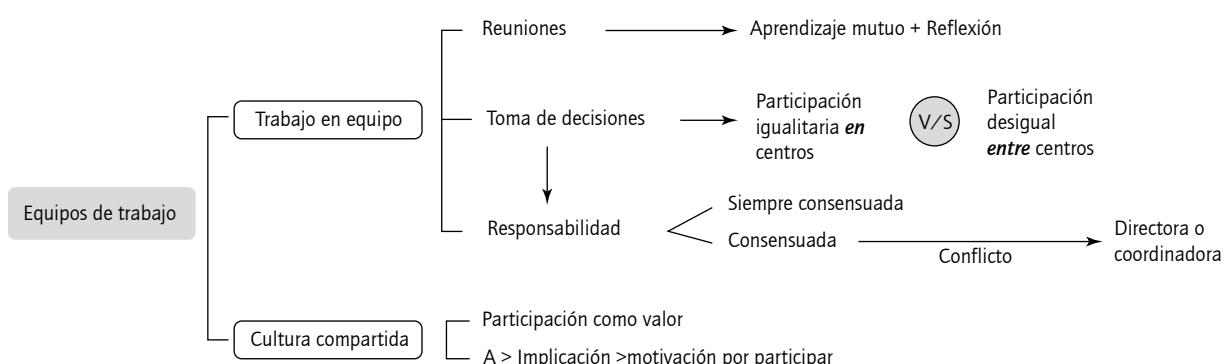


Figura 1. Dinámica de interacción. Fuente: elaboración propia.

en la toma de decisiones entre los grupos de trabajo, que además se tiende a asociar al grado de implicación que tienen los empleados en las instancias de toma de decisión, como se puede ver en el siguiente fragmento de una entrevista, en referencia a una auxiliar de ayuda a domicilio:

Es que son ellas las que están en ese domicilio y con ese usuario. Yo puedo tener la información general, pero quien tiene la información del día a día son ellas. Entonces, son ellas las que tienen que ir marcándonos un poco. ¿Sabes? O diciéndonos.

"esto lo cambiaría, esto no lo cambiaría". ¿Sabes? O "esto mira... por lo que me habéis dicho pues, como que no. No, porque no conseguimos absolutamente nada" (Beatriz, responsable de área).

En este ejemplo se desprende que la participación del personal se reconoce como un valor que integra la cultura de GST. No obstante, esta participación solo se percibe en el nivel meso, en cada centro de trabajo, y no a nivel macro, en la organización en general, es decir, como parte de la cultura corporativa de la entidad. El personal se percibe como parte de un equipo concreto adscrito a una determinada sucursal (o área de intervención), donde la participación en la toma de decisiones se hace de manera implicada.

Nosotras, hablo de aquí, estamos constantemente generando. Estamos todo el tiempo, me imagino que en GST igual, porque creo que sí, en general, pero aquí, desde luego yo creo que estamos siempre como con la pila puesta, y valorando cosas y viendo esto, y quitando de aquí, y dando opinión. Pues y "esto va de esta manera", y "esto funcionaría mejor así". Yo creo que somos un equipo muy implicado en lo que se está haciendo (Elena, técnica).

Al hablar de participación, es preciso aclarar que su definición implica necesariamente aludir a la capacidad de decisión y no solo a la posibilidad de dar una opinión: debe incluir la posibilidad de elegir o poder incidir en una decisión. Así, es posible afirmar, en lo que compete a la participación del personal dentro de los equipos, que en GST se manifiesta bastante coherencia entre lo declarado formalmente (como un valor) y la práctica. Por su parte, cuando hablamos de capacidad de decisión, esta se confirma al percibir una retroalimentación cuando se manifiestan los resultados. En este sentido, la evaluación de la participación en el ámbito global, ya no de los equipos, demuestra nuevamente tener falencias. Tal como argumenta una de las informantes responsable de área, uno de los problemas detectados es la falta de retroalimentación: si bien en las encuestas de clima laboral que realiza cada año la entidad

a su personal se ha incluido una sección para realizar propuestas de mejora, estas no suelen llegar siempre a las bases operativas.

El ejercicio de la autonomía implica la participación, ya que una persona tiene la facultad de participar porque previamente se le ha reconocido su libertad para actuar y para decidir. De ello se desprende que la autonomía profesional se va a relacionar con el reconocimiento del "saber hacer" profesional o técnico: dado que son las personas trabajadoras quienes, en su desempeño cotidiano, van obteniendo y generando información de primera mano sobre las necesidades y las demandas de las personas que asisten o atienden; dicho "saber" ha de ser considerado e integrado de cara a mejorar los procedimientos de la organización.

### La dimensión directiva

La dirección de una organización es un rol que conlleva el ejercicio de poder. Entendido en un sentido amplio y en este contexto, el poder directivo se puede definir como la capacidad para influir en el comportamiento de aquellas personas que integran la entidad y que se encuentran en un nivel jerárquico inferior (Guillén, 2006). La dimensión directiva de una organización abarca, asimismo, los mandos intermedios o cargos de supervisión y coordinación de equipos. En el análisis de la dimensión directiva de GST, se perciben dos tipos de discursos respecto al rol directivo: el discurso de la igualdad (figura 2) y el discurso de la cercanía, que se aprecia en las relaciones y que se asocia a las dimensiones de comunicación y cuidado de los equipos (figura 3).

Respecto a la igualdad, algunos de los informantes cuestionaron esta dimensión al insinuar cierta inequidad en GST en el trato por parte de la dirección hacia las personas con cargos directivos intermedios, manifestando que hay ocasiones en las que se estima que operan criterios subjetivos de afinidad personal. No obstante, a nivel de mandos medios respecto a sus equipos, los discursos evidencian igualdad de trato, que además se refleja en las relaciones que se aprecian desjerarquizadas: ninguna persona está sobre otra en términos de poder en su sentido restrictivo. Estos discursos se confirman con los del resto del personal, pudiéndose apreciar, como se refleja en la figura 3, una amplia atribución de importancia a valores como la comunicación y el cuidado.

[Refiriéndose al cuidado] Es fundamental. Yo creo que sí, que es fundamental, porque es que entra dentro de lo que es nuestro trabajo. Es que este es un trabajo; no estás en una, no sé qué ejemplo ponerte (...) Tienes que ser muy profesional, pero al mismo tiempo con empatía, o sea, la empatía está ahí, es fundamental, profesionalidad y empatía serían las cosas. Y el cuidado, claro, entre nosotras

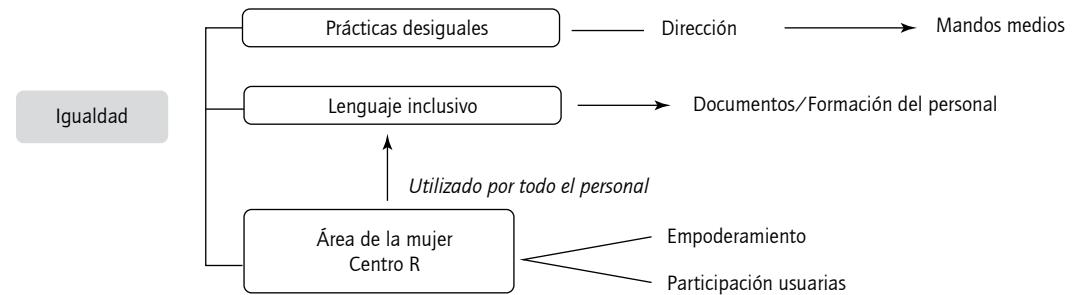


Figura 2. Concepción de la igualdad. Fuente: elaboración propia.

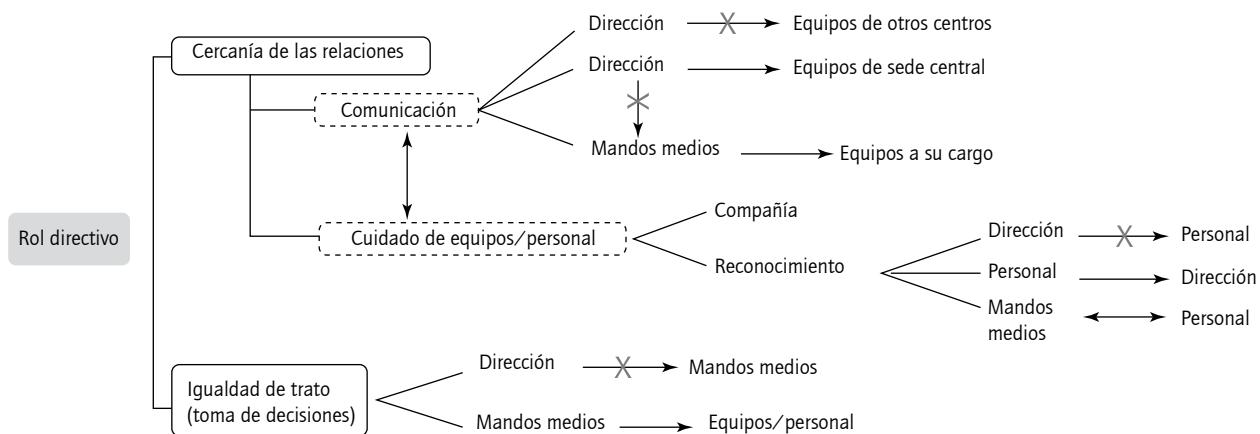


Figura 3. Dinámica directiva. Fuente: elaboración propia.

somos un equipo y nos queremos mucho, y tenemos también nuestras cosas. Cada una somos de una manera, entonces sí, sí que es fundamental, que es la directora del centro, es muy cuidadora también ella. Cuida y es bastante, pero yo creo que las demás también, nos cuidamos entre nosotras. Yo creo que sí (Ana, técnica).

En este ejemplo, se pueden apreciar algunas características que definen una moral basada en el cuidado (Gilligan, 1982), que se presentan como el reconocimiento de las relaciones, de la confianza y de la comunicación, entendidas como elementos para resolver o evitar conflictos. De este modo, se enfatizan ciertos valores como el cuidado, la empatía, la solidaridad y la cooperación, que son subrayados por la ética del cuidado (Gilligan, 1982; Arráez, 2013; Cubillos, 2014); dicha ética constituye, tal vez, la perspectiva ética más presente en los discursos en los que se aprecia la ética organizacional de CST, aunque solo a nivel meso, entre equipos, sucursales o áreas de intervención.

Retomando la última idea, a nivel de dirección central, el ejercicio del liderazgo es de tipo gerencial, pues se orienta a la eficiencia y eficacia, desatendiendo en algunas

ocasiones los aspectos relacionales. Si bien existe una alta motivación de la dirección por brindar un servicio, este solo se proyecta hacia la sociedad, hacia el exterior y hacia unos resultados concretos, con lo que se descuidan las relaciones con quienes integran la organización. De ahí que no se pueda afirmar que la ética del cuidado sea un modelo que defina la actuación global de CST. Se aprecia un quiebre con la ética del cuidado, observada en el resto de la organización, en relación a dos aspectos señalados por Arráez (2013): 1) al no lograr superar la visión tradicional objetiva/racional de organización, que funciona con base en criterios positivistas centrados en la maximización de la eficiencia, en oposición a criterios subjetivos que enfaticen las relaciones y la experiencia, y 2) al establecerse una relación de poder jerárquica vertical (de arriba abajo) donde se tiende a pasar por alto las "voz" de quienes están en los segmentos más operativos, como es el caso del personal técnico (incidiendo al mismo tiempo en la efectividad de la participación dentro de la entidad) frente a una estructura horizontal o más descentralizada.

El problema de este tipo de quiebres en las relaciones personales es que afecta no solo al desempeño laboral, sino

que va generando una cadena que acaba perturbando la calidad del servicio que la entidad presta a las personas usuarias y a la comunidad. La fractura en las relaciones va a repercutir, en un último momento, en el logro de la misión y de la visión de la entidad, por lo que es de gran relevancia considerar la concepción que se tiene dentro de la entidad del "servicio interno", que se debe ejercer en primer lugar por aquellas personas que tienen una responsabilidad mayor en el logro de la misión: quienes lideran u ostentan los cargos de directivos dentro de la organización (Guillén, 2006).

### La gestión de calidad

Otro factor que también va a repercutir en la calidad ética de una entidad es el modo de operar y de tomar decisiones, es decir, cómo se hacen las cosas: la manera en que se planifican y se ejecutan. Ello se puede observar en las dinámicas de los equipos, así como en los instrumentos que marcan las directrices de actuación (documentos formales). En el caso de GST, la organización recientemente ha adoptado el modelo EFQM (sigla en inglés para *Fundación Europea para la Gestión de la Calidad*), respondiendo a la necesidad de competitividad dentro del tercer sector, que ha surgido en un escenario de crisis del estado de bienestar español tras la crisis económica de 2008. Este escenario está llevando a un progresivo proceso de deterioro y privatización de los servicios sociales públicos a través de la adopción de (eufemísticas) fórmulas de gestión mixta. Así, el fenómeno de la certificación se está haciendo progresivo en las entidades grandes y medianas, de cara a disponer de mayores posibilidades de financiación, puesto que las administraciones públicas centrales y locales están requiriendo que las entidades que se presentan a conciertos para gestionar sus servicios estén certificadas bajo algún modelo de gestión de calidad.

Al respecto, se preguntó a los informantes su opinión sobre el proceso de implementación de la certificación señalada y su percepción sobre la incidencia de dicho proceso en la intervención social y en el desarrollo del clima laboral. De estas cuestiones surgieron tres tipos de discursos: a) el discurso de la gestión de personas, hallándose opiniones a favor y en contra de la certificación, centradas todas en la salida/entrada del personal en la entidad; b) discursos sobre la organización del trabajo, y c) discursos en torno a la competitividad.

Hombre, sirve mucho, porque tienes que tener las cosas protocolizadas y las cosas organizadas son muy buenas, porque lo hablábamos muchas veces ¿no? Y, m: tú tienes que... si tú te vas de la entidad, tienes que... la persona que venga tiene que entender perfectamente cuál es tu

trabajo, aunque tú no estés. Entonces qué sepa cuál es el protocolo de esto, cuál es este documento para esto (Beatriz, responsable de área)

A mí el tema de la calidad... claro es que tampoco lo tengo muy claro (...) Es importante, es muy importante la calidad y tenerlo claro, pero que no sea una mera herramienta para conseguir algo, como decirte... puede que pase a segundo plano a veces en algunas empresas, ¿no? Como que la calidad es algo muy, como ahí... que no se le da demasiada importancia, ¿no? Pero luego es importante tener certificaciones, que te... porque te lo piden. No sé si a veces es meramente un protocolo para conseguir algo más, no sé si me explico, o si realmente se le da la importancia que se le debiera dar (Elena, técnica).

Se pone en duda la pertinencia del esfuerzo requerido para implementar este sistema de gestión, que generaría cierta burocratización en desmedro de lo que realmente importa: la atención de las personas usuarias. Aquí se aprecia una doble paradoja, en la medida en que se supone que el fin último de la gestión de calidad, al menos en el ámbito de los servicios sociales, es la mejora del servicio a las personas usuarias, y porque la propia implantación del proceso estaría generando la burocratización de los servicios privados, una burocratización que antaño constituyía la principal crítica erigida a la gestión de los servicios públicos (para justificar su privatización).

Se pudo apreciar, en términos generales, que en GST no existe una cultura corporativa compartida en torno a la calidad, tal vez porque aún está en proceso de implementación y porque hay muchas personas que integran la entidad, incluso ocupando puestos de responsabilidad, que no la comprenden, e incluso algunas que sienten bastante desconfianza hacia ella. Evidentemente, no se descarta que en estos casos esté operando cierta resistencia al cambio. Dado que dicha situación se manifiesta igualmente en otras dimensiones de la organización, también se podría relacionar con deficiencias en la comunicación y en la transmisión de la cultura, ya que no existe claridad en torno a la concepción de la noción de calidad. Por este motivo, será importante que dentro de la organización se vaya construyendo una cultura que sea compartida, porque se garantiza en gran medida la motivación del personal, quien creerá en lo que hace (pues dotará de sentido a la práctica), implicándose en su labor.

Respecto a la relación con las personas usuarias, a pesar de la sobrecarga de trabajo que la implementación del sistema EFQM está generando y de la sobrecarga de personas derivadas desde los servicios sociales que tampoco dan abasto (recordemos que nos encontramos en un contexto

de poscrisis económica, donde la cantidad de las personas usuarias de servicios sociales ha aumentado casi exponencialmente), se pudo apreciar que el personal se esfuerza por brindar una atención de calidad, manifestándose no solo en el discurso, sino también en la práctica, la incorporación de valores como la calidad, la calidez y la profesionalidad.

Cuando acogemos a la mujer, intentamos hacerlo con calidad y con calidez, y sintiendo que la mujer que llega al centro no es, no llega, es como si fuera, o sea hay que atenderla con calidez, atenderla bien, con profesionalidad y bien. No desde aquí ¿no? —Señala el escritorio—, no desde el lado, sino desde, desde otro lado, ¿no? (...). Es como cuando derivas a una mujer al área laboral, que muchas veces llama gente y te dicen "mira y necesito una persona para que, porque la necesito para que me haga esta jornada, por favor o envíamela con este perfil, o envíamela porque yo tal" ¡No, nada! Esto no es una ETT —empresa de empleo temporal—. No, no ieh! Las mujeres no son, al contrario, o sea a la mujer lo que hay que hacer es buscarle a alguien que le va a dar un trabajo digno y un sueldo digno (Marta, técnica).

Se puede ver que se alude a la igualdad con las personas usuarias, en tanto se evita situar a la persona profesional como "la experta" que se emplazaría en una posición de superioridad; en este tipo de relación de trato horizontal, surge el valor de la dignidad de las personas usuarias en relación con el debido respeto que estas se merecen. Lejos de que las personas se conviertan en mercancía, se procura promover su bienestar y, en lo que respecta a los procesos de inserción laboral, se procura garantizarles unas condiciones laborales adecuadas, diferenciándose de la gestión de las personas que haría una empresa de trabajo temporal (ETT). La entrevistada marca una diferencia con el tipo de prácticas que se desarrollarían en las empresas, enfatizando en el valor de la calidez y de la igualdad; así, destaca que lo que caracteriza a GST respecto a la inserción laboral de las personas que reciben sus servicios, frente a una ETT, es precisamente la calidad profesional.

La calidad profesional, o profesionalidad, es concebida asimismo como una herramienta que, sumada a la experiencia, va a servir para evitar conflictos. Sin embargo, el primer criterio o filtro en la toma de decisiones va a ser el respeto a la norma, concebido como el valor más importante, aunque criterios como la experiencia, la profesionalidad y el compromiso social hacia los derechos de las personas usuarias, también entrarían en juego.

Es que a veces hay que ser un poco transgresoras para conseguir cosas que pa' eso trabajamos en esto. Justicia social; es que es eso, es justicia social. No es... no estamos

dando caridad, ni es aquí filantropía (...), es justicia. Entonces sí, no estás dando aquí nada ¿sabes? (Raquel, responsable de área).

## Implicaciones prácticas

El estudio de la ética en el marco de la intervención social y de las organizaciones de servicios sociales es un tema con escaso desarrollo empírico, especialmente en España; de ahí que este trabajo tenga como principal implicación práctica el aporte de datos empíricos sobre dicha temática. Pese a lo limitado de este estudio, dado el reducido número de entrevistas, se considera que aporta un ejemplo de las posibilidades que ofrece el análisis cualitativo aplicado al ámbito de la ética organizacional del sector de servicios sociales, que generalmente es abordada desde una perspectiva cuantitativa y centrada en los dilemas éticos que mayor incidencia tienen en la práctica profesional. Asimismo, se contribuye a establecer pautas para realizar análisis de casos sobre ética organizacional en el área de los servicios sociales, describiéndose un modelo de análisis proveniente de diversos aportes realizados por otras disciplinas, que se ha sistematizado y aplicado al área de la intervención social.

## Conclusión

En las organizaciones de servicios sociales, sean públicos o privados, el trabajo es interdisciplinario, esto es, es coordinado y ejecutado por profesionales con perfiles diferentes y, por ende, con valores diferentes. De este modo, en la toma de algunas decisiones respecto a las intervenciones, se enfrentarán los valores de cada profesional con los valores de la organización. Las relaciones e interacción de dichos valores van a configurar, en parte, la cultura ética de una entidad. Este trabajo se propuso observar dicha cultura ética a través del análisis de un caso, identificando los valores compartidos en una entidad de servicios sociales, la relación de estos con los principales valores que deberían orientar la intervención social y los efectos concretos de estos en dicha intervención.

Se han explorado y expuesto los valores subyacentes en los discursos de las personas que integran una determinada organización, analizando el grado de coherencia de dichos valores con los supuestos valores que declara tener la entidad. Igualmente, se ha indagado en la manera en que estos valores se reflejan e inciden en la práctica. Como resultado de dicho análisis, se puede concluir que los valores de GST están bastante relacionados con los valores que expresan y practican sus profesionales. Asimismo, se estima

que estos valores o guías para la acción son compartidos con bastante consenso por las personas entrevistadas, lo que permitiría sugerir la existencia de una cultura ética bastante compartida, pese a que se encontró a nivel central bastantes falencias de comunicación y relaciones.

No obstante, en general, se encontró que la importancia del cuidado es manifiesta, considerándoselo un valor fundamental que orienta la práctica profesional y que guía tanto la intervención de la entidad como las relaciones laborales a nivel de equipos dentro de la misma. En ese sentido, pese a que no se manifestó por quienes integran la entidad ni se encontró expresamente en los documentos normativos, se pudo apreciar que el modelo o la perspectiva ética que mejor define la ética organizacional de GST es la ética del cuidado. Al respecto, se considera que la ética del cuidado es un modelo bastante idóneo para ser integrado en el desempeño laboral y en las prácticas organizativas en el ámbito de la intervención social y, en concreto, de las organizaciones que prestan servicios sociales.

En el ámbito de la acción social, el cuidado (de las demás personas, de sí mismo, del equipo, de la sociedad, etc.) debe ser un componente imprescindible, debe considerarse tanto como un derecho de las personas usuarias de tales servicios, como un compromiso hacia toda la sociedad, comenzando por quienes integran la propia organización. Una ética del cuidado aporta una visión más particular de cada situación, enfatizando relaciones horizontales y de confianza, la empatía, la cooperación y la comunicación. No obstante, una ética del cuidado no es suficiente para guiar por sí sola la cultura ética de una organización, requiriéndose que esta sea complementada con otros enfoques que se ocupen de principios más generales en términos de derechos, deberes y consecuencias.

## Referencias bibliográficas

- Aguiló, M., Longás, J., & Saavedra, I. (2014). Sistemas de autorregulación ética en las organizaciones no gubernamentales (ONG). *Pedagogía Social, Revista Interuniversitaria*, 24, 253-279. doi:10.7179/PSRI\_2014.24.11
- Argandoña, A. (2008) La responsabilidad social de la empresa a la luz de la ética. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 7, 27-38.
- Arráez, M. A. (2013). Una visión feminista de la empresa: Aportaciones de la ética del cuidado a la ética empresarial. *Dilemata*, 12, 247-260.
- Bañón-Gómis, A., Guillén-Parra, M., & Ramos-López, N. (2011). La Empresa Ética y Responsable. *Universia Business Review*, 2(30), 32-43
- Callejo, J., & Viedma, A. (2005). *Proyectos y estrategias de Investigación social: la perspectiva de la intervención*. Madrid: McGraw-Hill.
- Cea, M. A. (2009). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Coller, X. (2005). *Estudio de casos. Colección cuadernos metodológicos nº 30*. Madrid: cis.
- Cortina, A. (2013). *¿Para qué sirve realmente...? la ética*. Barcelona: Paidós.
- Craft, J. L. (2016). Common Thread: The Impact of Mission on Ethical Business Culture. A Case Study. *Journal of Business Ethics*, 1-19. doi:10.1007/s10551-016-3034-9
- Cubillos, C. (2014). Ética para la intervención social. Los valores apor- tados por el Trabajo Social y las éticas del cuidado y no paternalista como modelos de referencia para la práctica profesional. *Re- vista Trabajo Social*, 87, 3-18.
- Fantova, F. (2014). *Manual para la Gestión de la intervención social*. Madrid: ccs.
- Fernández, J. (1996). El profesional y las organizaciones: algunos pro-blemas. En F. Bermejo (Coord.), *Ética y Trabajo Social* (pp. 104- 154). Madrid: Universidad Pontificia Comillas de Madrid.
- French, P. (1979). The Corporation as a Moral Person. *American Philo- sophical Quarterly*, 16(3), 207-215
- Gilligan, C. (1982). *In a Different Voice*. United States of America: Har- vard University.
- Guillén, M. (2006). *Ética en las organizaciones. Construyendo con- fianza*. Madrid: Pearson Education.
- Huhtala, M., Feldt, T., Lämsä, A. M., Mauno, S., & Kinnunen, U. (2011). Does the ethical culture of organisations promote managers' oc- cupational well-being? Investigating indirect links via ethical strain. *Journal of Business Ethics*, 101(2), 231-247.
- Maliandi, R. (2004). *Ética: Conceptos y problemas*. Buenos Aires: Biblos.
- O'Mara-Shimek, M., Guillén, M., & Bañón, A. (2015). Approaching vir- tuousness through organizational ethical quality: toward a moral corporate social responsibility. *Business Ethics: A European Re- view*, 24(S2), S144-S155. doi:10.1111/beer.12102
- Pelegri, X. (2013). Ética de las organizaciones de Servicios Sociales (parte I). *Cuadernos de Trabajo Social*, 26(1), 139-148. doi:10.5209/rev\_ CUTS.2013.v26.n1.40497
- Ruiz-Palomino, P., & Martínez-Cañas, R. (2014). Ethical culture, ethical intent, and organizational citizenship behavior: The moderating and mediating role of person-organization fit. *Journal of business ethics*, 120(1), 95-108.
- Salcedo, D. (2010, junio). Los fundamentos normativos de las profe- siones y los deberes de los trabajadores sociales. *Trabajo Social Global. Revista de Investigaciones en Intervención Social*, 1(1), 10-38.
- Schein, E. (1990). Organizational culture. *American Psychologist*, 45(2), 109-119.
- Schein, E. (2010). *Organizational culture and leadership*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Stake, R. (2010). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (2013). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Zazueta, H., & Arciniega, L. (2010). *Desarrollo de valores en el trabajo*. México: Trillas.



## SOCIO-ECONOMIC ASPECTS AND ENTREPRENEURIAL INTENTION OF UNIVERSITY STUDENTS IN QUINDÍO (COLOMBIA)

**ABSTRACT:** The aim of this work is to define the relationship of 13 socio-economic aspects on the entrepreneurial intention of university students in the Department of Quindío (Colombia) who are enrolled in the last term of their degree. A data collection instrument was applied to a sample of 297 students. A total of 254 responses were received through the web page [www.encuestafacil.com](http://www.encuestafacil.com) and 43 responses in physical format. Data were analyzed by means of Multiple Correspondence Analysis and Logistic Regression, using spad 5.6 and Statgraphics Centurion 16.1.15 data analysis software. It was found that "the type of university institution" and "having an entrepreneur friend" are the most influential aspects in university students' entrepreneurial intention. In addition, several associations are recognized between the types of qualitative variables; especially those related to a greater business intention among older students of private institutions who count with working experience, belong to the highest socio-economic strata, who are married and have entrepreneurs as members of their family. No gender influence was observed in the entrepreneurial intention of university students.

**KEYWORDS:** Socio-economic aspects, entrepreneurship, University students, entrepreneurial intention.

## ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS E INTENÇÃO EMPREENDEDORA EM ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DE QUINDÍO (COLÔMBIA)

**RESUMO:** O objetivo deste trabalho é determinar a relação de 13 aspectos socioeconômicos com a intenção empreendedora dos estudantes universitários de cursos presenciais profissionais do último período no estado de Quindío (Colômbia). O instrumento de coleta de informação foi aplicado a uma amostra de 297 estudantes, dos quais 254 responderam pela página web [www.encuestafacil.com](http://www.encuestafacil.com), e os demais (43), mediante questionário físico; os dados foram analisados por meio da Análise de Correspondências Múltiplas e Regressão Logística, utilizando os programas estatísticos spad (versão 5.6) e Statgraphics Centurion (versão 16.1.15). Constatou-se que os dois aspectos socioeconômicos que mais influenciam na intenção empreendedora dos estudantes universitários são o "tipo de universidade" e "ter um amigo empresário". Por outro lado, notam-se várias associações entre as modalidades das variáveis qualitativas; especialmente, ressaltam-se as relacionadas com uma maior intenção empresarial nos estudantes mais velhos, que estudam nas universidades particulares, que contam com experiência profissional, que pertencem às classes socioeconômicas mais altas, cujo estado civil é casado e que contam com familiares empresários. Não se notou influência do gênero na intenção empreendedora dos universitários.

**PALAVRAS-CHAVE:** aspectos socioeconômicos, empreendimento, estudantes universitários, intenção empreendedora.

## LES ASPECTS SOCIO-ÉCONOMIQUES ET L'INTENTION ENTREPRENEURIALE CHEZ LES ÉTUDIANTS UNIVERSITAIRES DE QUINDÍO (COLOMBIE)

**RÉSUMÉ :** Le but de cette étude est de déterminer le rapport entre treize aspects socio-économiques et l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires des carrières professionnelles suivant le dernier semestre dans le département de Quindío (Colombie). L'instrument de collecte de données a été appliquée à un échantillon de 297 étudiants, dont 254 ont répondu sur le site Web [www.encuestafacil.com](http://www.encuestafacil.com), et les 43 autres par format physique; les données ont été passées par une analyse des correspondances multiples et régression logistique, en utilisant les logiciels statistiques SPAD (version 5.6) et Statgraphics Centurion (version 16.1.15). On a constaté que deux aspects socio-économiques qui influencent l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires sont le "type d'université" et "avoir un ami qui fait des affaires". Par ailleurs, on a remarqué plusieurs associations entre les types de variables qualitatives; en particulier, il faut souligner celles qui ont trait à une plus grande intention entrepreneuriale chez les étudiants plus âgés, qui étudient dans des universités privées, qui possèdent déjà une expérience de travail, appartenant aux couches socio-économiques supérieures, d'état civil marié et qui ont des liens de parenté avec des entrepreneurs. On n'a pas noté aucune influence du sexe dans l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires.

**MOTS-CLÉ :** aspects socio-économiques, entrepreneuriat, étudiants universitaires, intention entrepreneuriale.

**CITACIÓN:** Tarapuez, E., García, M. D., & Castellano, N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). *Innovar*, 28(67), 123-135. doi: 10.15446/innovar.v28n67.68618.

**ENLACE DOI:** <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68618>.

**CLASIFICACIÓN JEL:** M13, R19, Z13.

**RECIBIDO:** octubre 2015. **ACEPTADO:** junio 2016.

**DIRECCIÓN DE CORRESPONDENCIA:** Edwin Tarapuez. Universidad del Quindío, campus universitario Carrera 15 Calle 12 Norte. Programa de Contaduría Pública. Armenia, Colombia.

# Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia)\*

## Edwin Tarapuez

Ph. D. en Ciencias Económicas, orientación Ciencias Empresariales

Profesora titular de la Universidad del Quindío

Armenia, Colombia

Grupo de Investigación en Gerencia y Emprendimiento

eitarapuez@uniquindio.edu.co

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1668-0840>

## Maria Dolly García

Magíster en Matemáticas

Profesora titular de la Universidad del Quindío

Armenia, Colombia

Grupo de Investigación y Asesoría en Estadística

mdgarcia@uniquindio.edu.co

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1465-2387>

## Nélida Castellano

Ph. D. en Ciencias Económicas, orientación en Ciencias Empresariales

Profesora titular de la Universidad Nacional de Córdoba

Córdoba, Argentina

ncastell@eco.unc.edu.ar

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8641-5578>

**RESUMEN:** El objetivo de este trabajo es determinar la relación de 13 aspectos socioeconómicos con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de carreras presenciales profesionales de último semestre en el Departamento del Quindío (Colombia). El instrumento de recolección de información se aplicó a una muestra de 297 estudiantes, de los que 254 respondieron a través de la página de Internet [www.encuestafacil.com](http://www.encuestafacil.com) y los restantes 43, mediante formato físico; los datos se analizaron mediante Análisis de Correspondencias Múltiples y Regresión Logística, utilizando los programas estadísticos SPAD (versión 5.6) y Statgraphics Centurión (versión 16.1.15). Se encontró que los dos aspectos socioeconómicos que más influyen en la intención empresarial de los estudiantes universitarios son el "tipo de universidad" y "tener un amigo empresario". Por otra parte, se notan varias asociaciones entre las modalidades de las variables cualitativas; especialmente, se resaltan las relacionadas con una mayor intención empresarial en los estudiantes de mayor edad, que estudian en las universidades privadas, que cuentan con experiencia laboral, que pertenecen a los estratos socioeconómicos más altos, cuyo estado civil es casados y que cuentan con familiares empresarios. No se notó influencia del género en la intención empresarial de los universitarios.

**PALABRAS CLAVE:** aspectos socioeconómicos, emprendimiento, estudiantes universitarios, intención emprendedora.

\* El proyecto de investigación del cual se deriva el artículo corresponde a la tesis "Factores que influyen en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia)". El autor principal fue el estudiante de doctorado, la profesora García fue la asesora metodológica y la Dra. Castellano fue la directora de la tesis. La entidad financiadora del proyecto de investigación fue la Universidad del Quindío, la cual otorgó comisión de estudios remunerada al autor principal para realizar estudios de doctorado en Ciencias Económicas en la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina).

## Introducción

La situación social, cultural y económica de Colombia, incorporada a factores históricos, tales como el influjo del modelo de colonización antioqueña, ha mediado en la disposición hacia el trabajo, la orientación creativa, la resiliencia, la perseverancia y el optimismo de sus habitantes. Esto se evidencia en la capacidad que estos tienen para sobreponerse ante las dificultades del entorno y para buscar diversas alternativas que les permitan generar los ingresos necesarios.

Una de las dificultades de los colombianos ha sido el elevado índice de desempleo que, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2015a, b, c, 2017), ha venido disminuyendo en los últimos años desde el 12%, que se registraba en mayo de 2010, hasta el 9,1%, en agosto de 2017; sin embargo, la tasa de desocupación de los jóvenes (14 a 28 años) aún presenta registros escandalosos –aunque decrecientes– de alrededor del 15,8% en el trimestre junio-agosto del 2017. En el caso de Armenia, capital del Quindío, la situación no deja de ser preocupante, pues su nivel de desempleo en los últimos años se ha ubicado entre los tres más elevados en el ámbito nacional, llegando a registrar tasas hasta del 18%.

Esta situación, en conjunto con otros factores como el bajo nivel de ingreso, la elevada concentración de la riqueza y la baja productividad de la economía regional, ha impulsado a que el Gobierno nacional gestione una serie de estrategias que buscan generar ciertas condiciones favorables para promover tanto mejores niveles de ocupación, como la creación de empresas y el aumento de la producción nacional (Tarapuez, Osorio y Botero, 2013). Algunas de dichas estrategias buscan formar más y mejores empresarios a través de diversos procesos de formación, de manera que las nuevas generaciones de profesionales se capaciten para realizar ese cambio empresarial, gracias al valor agregado que adquieran con su paso por la universidad.

La intención empresarial (IE) es un campo de investigación en rápida evolución (Fayolle y Liñán, 2014); además, constituye el antecedente más importante de la conducta para crear una empresa y se considera como un resultado de las actitudes del individuo frente a los comportamientos que lo llevan a desear la concreción de una empresa (Ajzen, 1991). Adicionalmente, la formación universitaria puede constituirse en uno de los agentes que permiten desarrollar la IE y concretar la influencia que las universidades tienen en el desarrollo de la región, por lo que se planteó estudiar el tema de la IE de los estudiantes de último semestre del Quindío durante el primer periodo académico del 2014. En este sentido, se propuso responder la siguiente pregunta:

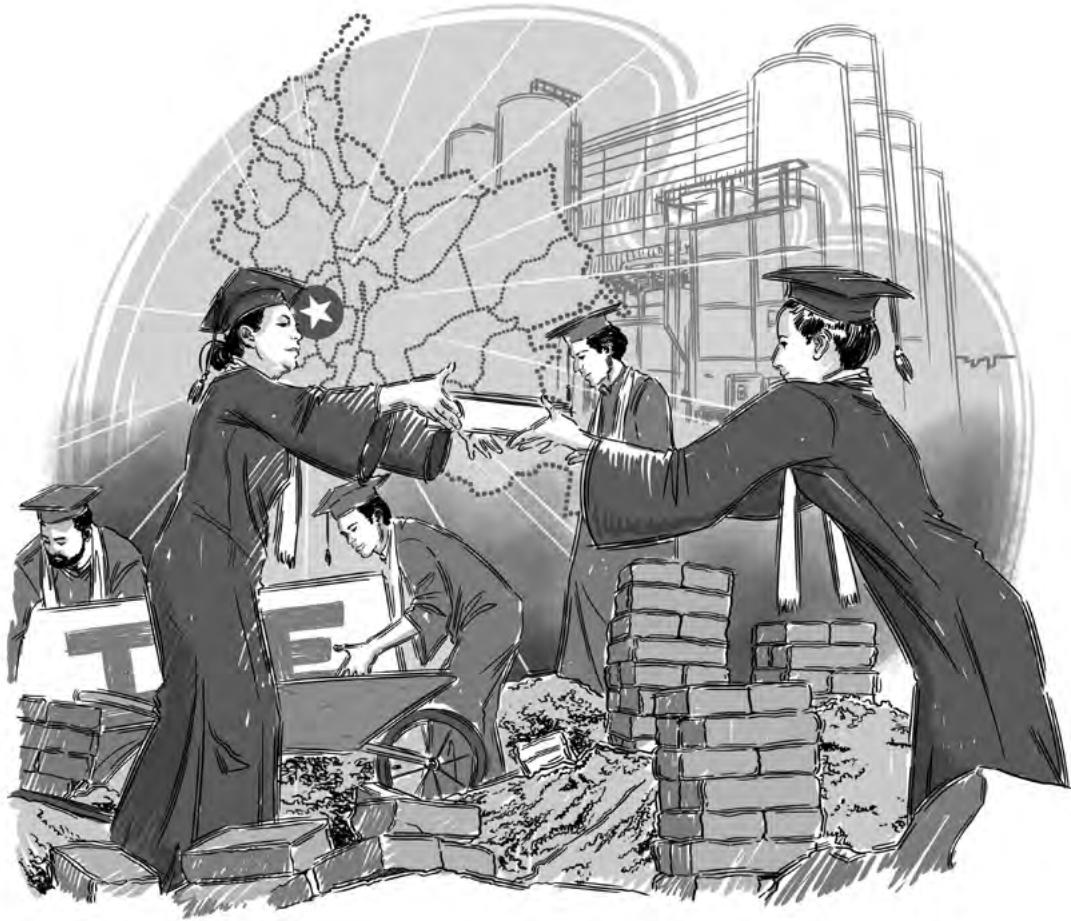
¿cuáles son los principales aspectos socioeconómicos que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de las universidades del Quindío (Colombia)?

En cuanto a los aspectos conceptuales, es pertinente tomar la definición de IE expresada por Peng, Lu y Kang (2012), quienes la interpretan como una orientación mental, como el deseo y la esperanza que influyen sobre la elección de la iniciativa empresarial. En este sentido, Baum, Frese, Baron y Katz (2007) consideran que la acción de crear empresa puede clasificarse a la vez como un comportamiento intencional, que forma parte de la cadena de valor de la creación de nuevos negocios. Por su parte, Liñán y Rodríguez (2005) enfatizan en los rasgos asociados a la actividad empresarial y consideran características como edad, sexo, origen, experiencia y creencias, entre otras, en las personas con IE.

Soria, Zúñiga y Ruiz (2016), por otra parte, utilizan un modelo conceptual en el que se incluyen variables sociodemográficas, de percepción y de control, como determinantes de la IE, y concluyen que los estudiantes que experimentaron mayor cambio en su voluntad de emprender fueron quienes, entre otras cosas, pertenecían a las familias de menores ingresos.

Por otra parte, existe una cantidad importante de teorías y modelos que pretenden explicar los aspectos que influyen y las etapas que siguen las personas para crear una empresa. Una de estas es la teoría de la conducta planeada (TCP), propuesta por Ajzen (1985, 1991), quien define un marco general para analizar la intención de los individuos para crear unidades productivas. Esta teoría se ha utilizado en el análisis de diversos problemas y ha demostrado ser muy útil para estudiar la IE, ya que se centra en el análisis de las actitudes, las normas sociales y el *locus* de control.

Sin embargo, en la actualidad no existe la suficiente claridad acerca de los factores que determinan la decisión de los individuos para iniciar un emprendimiento (Liñán, Rodríguez, y Rueda, 2011); no obstante, muchos estudios han encontrado que la IE está determinada por un conjunto variado de aspectos que se pueden agrupar en dos vertientes: una relacionada con los factores individuales que hacen a los emprendedores distintos de las demás personas (Hwee y Shamuganthan, 2010), y otra relacionada con los aspectos ambientales, entre los que están las características socioeconómicas y demográficas (Liñán, 2008; Nabi & Holden, 2008; Harris & Gibson, 2008). De hecho, el segundo tema en importancia en el análisis de la IE lo constituyen los antecedentes y los factores demográficos, tal como lo anotan Liñán y Fayolle (2015) en una extensa revisión bibliográfica realizada. En el presente trabajo se



analizan aspectos relacionados con variables socioeconómicas que pueden estar relacionadas con la IE y que, a la postre, pueden conducir a los estudiantes a crear su propia empresa.

## Metodología

Esta investigación es de tipo exploratorio; además, tiene un enfoque cuantitativo y un alcance correlacional. El trabajo se realizó con los estudiantes de último semestre de programas profesionales presenciales en el departamento del Quindío.

Para la selección de las variables de estudio se tuvieron en cuenta los trabajos de Fayolle, Gailly y Lassas-Clerc (2006), Urbano (2006), Birdthistle (2008), Turker y Sonmes (2009), Gasse y Tremblay (2011) y Bhandari (2012), quienes analizaron variables relacionadas con el estado civil, la edad, el género, el campo de estudio, la clase social, el nivel de estudios y la ocupación de los progenitores, familiares y amigos empresarios, así como experiencia laboral, entre otros. Con base en esta revisión, se elaboró un formato que fue aplicado a la muestra seleccionada, tal como se especifica en la tabla 1.

**Tabla 1.**  
*Ficha técnica del trabajo de campo.*

Universo	1.304 universitarios de último periodo académico que cursan carreras presenciales profesionales en las universidades del Quindío.
Muestra	297 estudiantes
Ámbito (universidades)	Universidad del Quindío, San Martín, La Gran Colombia, Escuela de Administración y Mercadotecnia (EAM), Antonio Nariño, Alexander Von Humboldt y San Buenaventura.
Error muestral	+/- 5%
Nivel de confianza	95%, Z = 1,96%, p = q = 0,5
Diseño muestral	Muestreo aleatorio estratificado con-afijación proporcional, considerando como estrato la universidad de procedencia. Para la selección probabilística de la muestra se utilizó el Teorema de Transformación Integral Inversa.
Recolección de información	A través de la página <a href="http://www.encuestafacil.com">www.encuestafacil.com</a> o mediante formato físico.
Trabajo de campo	Entre mayo y agosto del 2014

Fuente: elaboración propia.

Para el procesamiento de datos se utilizaron dos métodos estadísticos:

- El **análisis de correspondencias múltiples (ACM)**: es una metodología descriptiva de carácter multivariante que permite la reducción de una gran cantidad de información a un pequeño número de modalidades de variables cualitativas asociadas, con la menor pérdida posible de información. Este método busca revelar la asociación o similitud, por cercanía, que existe entre las modalidades, mediante diagramas de dispersión, conocidos también como planos factoriales; además, requiere que los datos representen las respuestas de un grupo de individuos a un conjunto de preguntas.
- La **regresión logística (RL)**: es una técnica de análisis inferencial utilizada para predecir el resultado de una variable dependiente categórica y dicotómica (solo acepta dos posibles respuestas), es decir, aquella cuyos elementos de variación tienen carácter cualitativo y adopta modalidades de variables explicativas en función de la variable dependiente. Esta técnica valora la contribución de diferentes factores en la ocurrencia de un evento simple (De la Fuente, 2011), cuyos resultados se obtienen comparando el resultado de las modalidades presentes en la tabla, con la casilla de referencia (no presente en la tabla) mediante el criterio de la razón de proporciones.

En el procesamiento de datos se utilizaron los programas estadísticos SPAD (versión 5.6) y Statgraphics Centurión (versión 16.1.15).

## Resultados

Los resultados de la investigación se agrupan en tres partes: en la primera se elabora el perfil socioeconómico de los estudiantes universitarios; en la segunda se realiza un análisis descriptivo mediante el ACM, y en la tercera se presentan los resultados del análisis inferencial obtenido a través de la RL.

### Perfil socioeconómico

El perfil socioeconómico se realizó desde dos puntos de vista: en el primero, se consideró el total de estudiantes y, en el segundo, se realizó una comparación entre los estudiantes de la universidad pública y los de la universidad privada. Para definir estos perfiles, se recurrió al uso de la moda (el valor con mayor frecuencia en las categorías de análisis), cuyos resultados se presentan en un gráfico radial.

Para Quindío, se observa en la tabla 2 y en la figura 1 que el perfil del estudiante universitario de último periodo académico presenta las siguientes características: la mayoría son mujeres, con edad entre 20 y 23 años, de estado civil

Tabla 2.  
*Perfil socioeconómico de los estudiantes universitarios del Quindío.*

Variable	Modalidad	Moda	%
Género	Femenino	163	55
Estado civil	Soltero	257	87
Edad	20 a 23 años	167	56
Universidad	Universidad de Quindío	155	52
Área estudios	Ciencias Económicas y Administrativas	86	29
Experiencia laboral	Sí	207	70
Amigo empresario	No	150	51
Familiar empresario	Sí	159	54
Estrato socioeconómico	3	117	39
Formación del padre	Secundaria	87	29
Formación de la madre	Secundaria	100	34
Ocupación del padre	Empleado	132	44
Ocupación de la madre	Empleada	106	36
Intención de crear empresa	Sí, vagamente	160	54

Fuente: elaboración propia.

solteras, estudiantes de Ciencias Económicas y Administrativas en la Universidad del Quindío, que cuentan con experiencia laboral, que tienen familiares empresarios (aunque no tienen amigos empresarios), que pertenecen a la clase media (estrato socioeconómico tres<sup>1</sup>), que sus progenitores tienen formación a nivel de secundaria y ambos se desempeñan como empleados. La mayoría de estudiantes manifiesta una vaga IE.

Al separar a los estudiantes de acuerdo con el tipo de universidad, se nota que tanto los estudiantes de la universidad pública como los de la privada comparten características comunes, entre ellas, que la mayoría son mujeres, solteras, edad entre 20 y 23 años, que cuentan con experiencia laboral y con familiares empresarios, que pertenecen a clase media (estrato tres), que sus madres tienen educación secundaria, que el padre se desempeña como empleado y que la mayoría ha considerado vagamente la IE.

No obstante, el porcentaje de personas de género femenino es mayor en la universidad privada que en la pública; ocurre igual con la proporción de estudiantes solteros, experiencia laboral, presencia de un familiar empresario y

<sup>1</sup> En Colombia, los estratos socioeconómicos corresponden a los diferentes grupos en los que se pueden clasificar los predios o las viviendas en las que habitan las personas. Se tienen seis estratos socioeconómicos que van desde el 1 (bajo-bajo) hasta el 6 (alto).

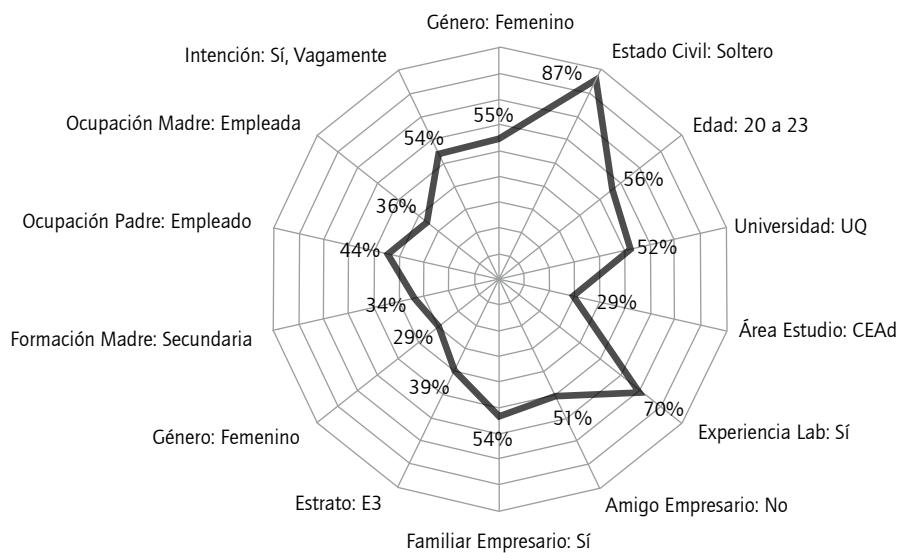


Figura 1. Perfil socioeconómico de los estudiantes universitarios del Quindío. Fuente: elaboración propia.

estudios secundarios de la madre. Por el contrario, la universidad estatal muestra un porcentaje superior que las entidades privadas en las siguientes modalidades: *edad de estudiantes entre 20 y 23 años, estrato tres y la vaga IE*; además, la ocupación del padre como empleado en una empresa ajena es similar en ambos tipos de universidades (tabla 3).

Por otra parte, están los aspectos que distinguen a estos dos grupos de universitarios. El área de estudios más

representativa en la universidad estatal es Ciencias Básicas y Educación, en tanto que en las instituciones privadas lo es el campo de las Ciencias Económicas y Administrativas; en la universidad pública la mayoría de los estudiantes no cuenta con amigos empresarios, mientras que los estudiantes de la universidad privada sí los tienen; el grado más elevado de formación del padre de los jóvenes de la universidad pública es secundaria, en tanto que los padres de los estudiantes de las universidades privadas alcanzan

Tabla 3.  
Perfil socioeconómico de los estudiantes de universidad pública y privada.

Variable	Universidad pública		
	Modalidad	Moda	%
Género	Femenino	83	54
Estado civil	Soltero	131	85
Edad	20 a 23 años	96	62
Área estudios	Ciencias Básicas y Educación	46	30
Experiencia laboral	Sí	104	67
Amigo empresario	No	82	53
Fliar. empresario	Sí	79	52
Estrato socioeconómico	3	68	44
Formación padre	Secundaria	54	35
Formación madre	Secundaria	50	32
Ocupación padre	Empleado	69	45
Ocupación madre	Hogar	60	39
Intención emprendedora	Sí, vagamente	92	59

Universidad privada		
Modalidad	Moda	%
Femenino	80	56
Soltero	126	89
20 a 23 años	71	50
Ciencias Económicas y Administrativas	48	34
Sí	103	73
Sí	74	52
Sí	80	56
3	49	35
Universitario	35	25
Secundaria	50	35
Empleado	63	44
Empleado	54	38
Sí, vagamente	68	48

Fuente: elaboración propia.

estudios universitarios; la madre de los jóvenes vinculados a la universidad pública se desempeña en labores del hogar y la de los estudiantes de las entidades privadas labora como empleada en una empresa constituida.

## Análisis de correspondencias múltiples

El análisis descriptivo se realiza con 12 variables activas y sus 55 modalidades; adicionalmente, la variable género, con sus dos modalidades, se toma como suplementaria (tabla 4). Se analizaron los dos primeros planos factoriales (eje 1 vs. eje 2), con el fin de resaltar la mayor asociación presentada entre las modalidades y la IE; el porcentaje explicado es del 13%. El primer factor explica el 7,5% de la asociación entre las categorías de las variables activas seleccionadas, mientras que el segundo factor explica el 5,5%; se trabajó con un nivel de confianza del 99% y, por

ello, se toman únicamente los valores *test* absolutos mayores a 2,64 (altamente significativos).

A continuación se realiza la descripción detallada de los ejes factoriales.

- **Factor 1.** En el primer eje, a la izquierda del origen, se ubican los estudiantes que pertenecen a las universidades privadas, que estudian Ciencias Sociales y Humanas y Ciencias agropecuarias, que provienen de estratos socioeconómicos altos (4 y 5), que sus padres son empresarios, que tienen un elevado nivel de formación (universitaria o de posgrado), que cuentan con amigos y familiares empresarios, y que tienen o tuvieron una empresa propia.

En la parte derecha del eje, se ubican los estudiantes de universidad pública que estudian carreras del campo de las Ciencias Básicas y Educación, que pertenecen a

**Tabla 4.**  
*Variables socioeconómicas analizadas y modalidades.*

Variables activas	Cant	Conven- ciones	Modalidades
Estado civil	3	Solt Cas Unio	Soltero Casado Unión libre
Edad (años)	5	-20 2023 2427 2831 +31	Menor de 20 Entre 20 y 23 Entre 24 y 27 Entre 28 y 31 Mayor de 31
Universidad	7	UQ FUSM UGC EAM UAVH UAN USB	Uniquindío San Martín La Gran Colombia Escuela Admón y Mercadotecnia Von Humboldt Antonio Nariño San Buenaventura
Tipo de universidad	2	UPub UPri	Universidad pública Universidad privada
Área de estudios	6	CEAd CSal IngA CSHu CBEd CAgr	Ciencias Económicas y Aditivas Ciencias de la Salud Ingeniería y Arquitectura Ciencias Sociales y Humanas Ciencias Básicas y Educación Ciencias Agropecuarias
Experiencia laboral	2	SExL NExL	Sí experiencia laboral No experiencia laboral
Amigo empresario	2	SAmE NAmE	Sí amigo empresario No amigo empresario
Estrato socioeconómico	5	E1, E2, E3, E4, E5	Estrato 1 ... Estrato 5

Fuente: elaboración propia.

Variables activas	Cant	Conven- ciones	Modalidades
Formación del padre	7	PNoC PPri PSec PTTg PUni PPos PFns	Padre no fue al colegio Padre primaria Padre secundaria Padre técnico o tecnólogo Padre universidad Padre posgrado Padre formación no sabe
Formación de la madre	7	MNoC MPri MSec MTTg MUni MPos MFns	Madre no fue al colegio Padre primaria Madre secundaria Madre técnico o tecnólogo Madre universidad Madre posgrado Madre formación no sabe
Ocupación padre	4	PEpl PEpr Plnd POns	Padre empleado Padre empresario Padre independiente Padre ocupación no sabe
Ocupación madre	5	MEpl MEpr MInd MOns MHog	Madre empleada Madre empresaria Madre independiente Madre ocupación no sabe Madre hogar
Familiar empresario	2	SFaE NFaE	Sí, familiar empresario No, familiar empresario
Intención crear empresa	5	SiVg SiSe NoEF TTuE NoNu	Sí, vagamente Sí, seriamente No, vinculación a empresa familiar Tengo o tuve empresa No, Nunca
Género	2	M H	Mujer Hombre

los estratos socioeconómicos más bajos (1 y 2), que el padre ha alcanzado formación primaria o secundaria y que se ocupa en actividades económicas por cuenta propia. La madre de estos estudiantes solo consigue estudios primarios y su principal ocupación corresponde a labores del hogar; este grupo de jóvenes no tiene familiares ni amigos empresarios y su IE es incipiente. El factor 1 puede interpretarse como *tipo de universidad y condiciones familiares*.

- **Factor 2.** Por debajo del origen se ubican los estudiantes de la Universidad San Buenaventura, que cursan estudios en Ciencias de la Salud; ambos progenitores de estos estudiantes se ocupan como empleados en una firma ajena; el nivel de estudios de la madre oscila desde el nivel técnico hasta posgrado, en tanto que el padre ha alcanzado estudios universitarios. Se nota a la vez un desconocimiento de la ocupación y de la educación del padre de los estudiantes, quienes tampoco cuentan con amigos ni familiares empresarios y a la vez tienen una baja IE.

Sobre el valor medio se ubican los jóvenes cuyos padres y madres son empresarios, quienes cursaron estudios de primaria; las madres de estos estudiantes se desempeñan en labores del hogar y tienen estudios secundarios; estos jóvenes tienen familiares y amigos empresarios y cuentan o contaron con un negocio propio. A este segmento del factor pertenecen los estudiantes de las instituciones San Martín y eam en el área de Ciencias Económicas y Administrativas.

Sobre este factor influyen, en forma preponderante, algunas de las variables de mayor peso en el factor 1, entre otras, ocupación y formación de los progenitores,

presencia de familiares y amigos empresarios e ie; sin embargo, en esta parte adicionalmente se tienen en cuenta algunos aspectos personales, ya que discrimina en la parte positiva del eje a aquellos jóvenes de mayor edad, que tienen experiencia laboral y que están casados o en unión libre, de aquellos ubicados por debajo del valor medio del eje que corresponden a estudiantes más jóvenes, que no tienen experiencia laboral y que además son solteros.

En este sentido, el factor 2 puede interpretarse como *juventud y experiencia laboral*. En la figura 2 puede detallarse el primer plano factorial formado por los factores 1 y 2.

### Caracterización de los estudiantes universitarios

Utilizando la información de la figura 2, se caracterizaron los universitarios del Quindío en cuatro tipos de estudiantes, teniendo en cuenta la asociación de las modalidades de las variables socioeconómicas en torno a la IE; estos grupos son Emprendedores y futuros emprendedores, Indeterminados, Relevo generacional en la empresa y Empleómanos (figura 3).

De los cuatro grupos descritos en la figura 3, solo el de los *Indeterminados* no asume ninguna modalidad de la IE. Estas agrupaciones toman ciertas particularidades que permiten definir sus propias características de acuerdo con los aspectos socioeconómicos analizados. De esta manera, la IE de los jóvenes universitarios del departamento del Quindío está más asociada con los estudiantes de las universidades privadas que con los de la institución pública; de hecho, tal como lo anotan Osorio y Pereira (2011), en el proceso de emprendimiento *"el emprendedor pone en*

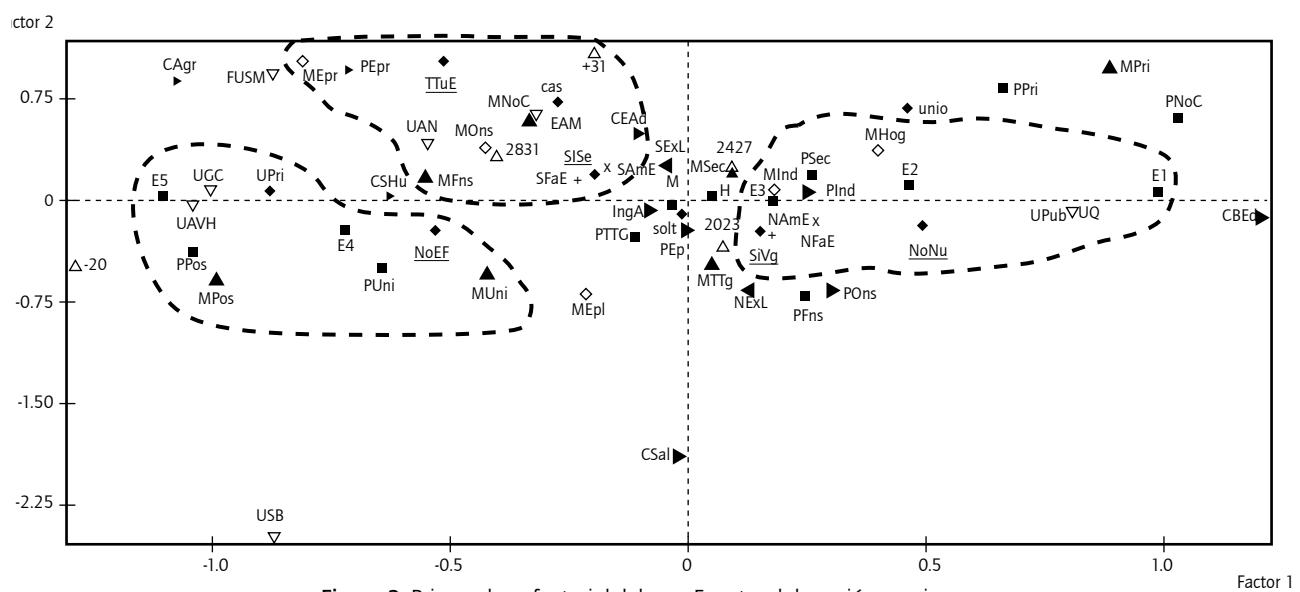


Figura 2. Primer plano factorial del ACM. Fuente: elaboración propia.

<p><b>Emprendedores y futuros emprendedores</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienen o tuvieron una empresa o muestran una seria intención emprendedora.</li> <li>• Los estudios de sus madres van desde no haber ido al colegio hasta posgrado.</li> <li>• Sus progenitores son empresarios.</li> <li>• Están casados y su edad es superior a 28 años.</li> <li>• Están vinculados a las universidades: San Martín, EAM o Antonio Nariño.</li> <li>• Estudian carreras del área de Ciencias Económicas y Administrativas.</li> <li>• Tienen familiares empresarios y experiencia laboral.</li> <li>• Pertenecen a la clase alta (estrato 5).</li> </ul>	<p><b>Indeterminados</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No asumen posición sobre la intención emprendedora.</li> <li>• Sus madres no fueron al colegio o estudiaron primaria y se dedican al hogar o a labores independientes.</li> <li>• Sus padres estudiaron primaria o secundaria y trabajan como independientes.</li> <li>• Tienen entre 24 y 27 años de edad.</li> <li>• Están vinculados a la Universidad del Quindío.</li> <li>• Estudian carreras de pedagogía en las áreas de Ciencias Básicas y Educación.</li> <li>• Pertenecen a los estratos socioeconómicos 1 y 2.</li> </ul>
<p><b>Relevo generacional en la empresa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienen planes de vincularse a una empresa de propiedad de su familia.</li> <li>• Sus progenitores han alcanzado título profesional o de postgrado.</li> <li>• Están vinculados con las universidades: Gran Colombia, Von Humboldt y San Buenaventura.</li> <li>• Estudian carreras de las áreas de Ciencias de la Salud e Ingeniería y Arquitectura.</li> <li>• Son los más jóvenes, su edad es hasta 23 años.</li> <li>• Pertenecen a los estratos 4 y 5.</li> </ul>	<p><b>Empleómanos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienen una baja intención de crear empresa o nunca han considerado esta alternativa.</li> <li>• Sus padres estudiaron en la universidad y se desempeñan como empleados.</li> <li>• Sus madres alcanzaron estudios a nivel de posgrado.</li> <li>• No cuentan con familiares ni amigos empresarios.</li> <li>• Sus edades están entre 20 y 23 años.</li> <li>• No cuentan con experiencia laboral.</li> <li>• Están vinculados con la Universidad del Quindío.</li> <li>• Cursan carreras de pedagogía en las áreas de Ciencias Básicas y Educación.</li> </ul>

Figura 3. Caracterización de los estudiantes universitarios del Quindío. Fuente: elaboración propia.

juego gran parte de su historia", que en gran medida depende de sus características socioeconómicas.

### Análisis inferencial

Para analizar cuáles son las variables socioeconómicas que mayor influencia tienen en la IE, se realizó un análisis de RL, en el que la variable respuesta es *Intención de crear empresa*, que se transformó en una variable dicotómica en la que solo se tomaron dos opciones: uno (1), *sí tiene intención de crear empresa*, y cero (0), *no tiene intención de crear empresa*.

De acuerdo con la tabla 5, en la variable *Tipo de universidad*, se considera como referencia la *Universidad pública* y, dado que la razón de proporciones es mayor que 1 (1,96363), indica que hay más posibilidades de desarrollar IE por parte de los estudiantes de universidad privada; de otro lado, en la variable *Amigo empresario*, la referencia es *Sí tener amigo empresario* y la razón de proporciones es menor que 1 (0,423286), lo que muestra que hay más posibilidades de desarrollar IE teniendo un amigo empresario. Teniendo en cuenta que el p-valor de la tabla de Análisis de Desviaciones es menor que 0,05, hay una relación estadísticamente significativa entre las variables, con un nivel de confianza del 95%.

Tabla 5.  
Modelo estimado de Regresión Logística que predice la intención empresarial en estudiantes universitarios del Quindío.

	Estimado	Error estándar	Razón de proporciones
Constante	-0,381731	0,090010	----
Tipo de universidad = privada	0,674795	0,246919	1,96363*
Amigo empresario = no tiene	-0,859708	0,247757	0,423286**

Nota. \*p-v = 0,0059; \*\*p-v = 0,0004

Fuente: elaboración propia.

### Discusión

El perfil socioeconómico de los estudiantes analizados por Urbano (2006), muestra algunas características similares con esta investigación; sin embargo, por tratarse de personas de dos naciones muy distintas, también existen diferencias en varios de los aspectos analizados. Algo similar sucede con las investigaciones de Gasse y Tremblay (2011) y Liñán y Chen (2006). A pesar de lo anterior, la mayoría de estudiantes encuestados en este trabajo manifiestan una vaga IE, aspecto que coincide plenamente con el estudio mencionado inicialmente y con los resultados de Veciana,

Aponte y Urbano (2005) y Moreno (2013), aunque son contrarios a los resultados de Peng *et al.* (2012), quienes encuentran una fuerte IE en la mayoría de los universitarios encuestados.

Autores como Abd Moen, Abd Rahman, Salleh y Ibrahim (2004) encuentran que la ocupación y la educación de los padres tiene una relación significativa con las actitudes empresariales de sus hijos; para Bhandari (2012), existe diferencia estadística entre el empleo de los progenitores y la IE de los jóvenes estudiantes. En América Latina, un cuarto de los emprendedores de clase media proviene de familias donde el padre laboró como trabajador por cuenta propia o empleado independiente (Kantis, Federico y Trajtenberg, 2014), mientras que Díaz, Hernández y Barata (2007) encuentran que no existe influencia del entorno familiar en la percepción de viabilidad para crear una empresa.

Una IE seria o el hecho de tener una empresa o haberla tenido o el propósito de vincularse con un negocio de la familia son modalidades que están asociadas con los estratos socioeconómicos más altos –contrario a los hallazgos de Soria *et al.* (2016)– y con las universidades privadas. Por otra parte, la vaga IE o nunca haber considerado la opción emprendedora se relacionan con los estratos socioeconómicos más bajos y con la universidad pública. El análisis de RL muestra que el *tipo de universidad* es una de las dos variables que determinan la IE entre los estudiantes del departamento del Quindío.

En un sentido similar al mencionado, Kantis *et al.* (2014) encuentran que, en Latinoamérica, la proporción de estudiantes que desarrollan el deseo de ser empresarios por influencia del medio ambiente universitario se incrementa a medida que aumenta la clase social. En forma análoga, para Ruiz, Rojas y Suárez (2008) y Kantis *et al.* (2014), el estímulo del contexto universitario influye sobre la IE de sus estudiantes, pues parece que existen diferencias ambientales entre universidades públicas y privadas. En un sentido más amplio, Tran, Bui, Nguyen y Mai (2018) proponen y validan el efecto de los elementos contextuales sobre la actitud emprendedora.

En el presente estudio, la edad está relacionada en forma directamente proporcional a la IE, hallazgo afín al de Yeng y Ahmad (2012), para quienes la edad es un aspecto significativo; sin embargo, para Ahmed, Nawaz, Ahmad, Shaukat, Usman, Wasim-ul-Rehman *et al.* (2010), la edad carece de importancia en relación con la IE.

En forma complementaria, una seria IE o tener una empresa o haberla tenido son modalidades relacionadas con la experiencia laboral, en tanto que una vaga IE se asocia con la falta de dicha experiencia. Esta misma relación se

encuentra en los estudios de Ruiz *et al.* (2008), Olomi y Sinyamule (2009), Ahmed *et al.* (2010), Mushtaq, Niazi, Hunjra y Rehman (2011) y Solimano (2014); en cambio, para Yeng y Ahmad (2012), la experiencia laboral no es una variable importante en las intenciones empresariales.

En Latinoamérica, aproximadamente la mitad de los emprendedores de las diferentes clases sociales desarrollan la intención de ser empresarios mediante su experiencia laboral; sin embargo, este aspecto, según Kantis *et al.* (2014), es más importante en los emprendedores de la clase social alta que en los de la clase media, situación que denota la importancia del entorno para favorecer la intención emprendedora (Passaro, Scandurra y Thomas, 2017).

A pesar de esto, es poco lo que aún se conoce acerca de los procesos empresariales en distintos contextos sociales (Lumpkin, Moss, Gras, Kato y Amezcuia, 2011; Bergmann, Hundt y Sternberg, 2016); no obstante, algunos autores consideran que determinados factores sociológicos, psicológicos o motivacionales también juegan un importante papel en la formación de las intenciones de un individuo (Olmos, 2011; Muzaffar, 2015; García, Gil, Ruiz y Gutiérrez, 2017).

Es preciso destacar que una IE seria o tener o haber tenido una empresa están asociadas con el hecho de contar con progenitores y otros familiares empresarios. Diversos estudios encuentran que el rol de los padres empresarios o empleados por cuenta propia o contar con familiares emprendedores o tener un modelo a seguir son factores que se encuentran asociados con la expectativa de una carrera empresarial por parte de los jóvenes (Veciana *et al.*, 2005; Ruiz *et al.*, 2008; Olomi y Sinyamule, 2009; Almeida y Borges, 2009; Bulut y Sayin, 2010; Ahmed *et al.*, 2010; Solimano, 2014; Dehghanpour, 2015).

En América Latina, se encuentra que, cuanto más elevada es la clase social de los emprendedores, más alto es el porcentaje de individuos que adquieren el deseo de ser empresarios por la influencia del ambiente familiar y mayor el porcentaje de emprendedores cuyo padre también lo es (Kantis *et al.*, 2014); sin embargo, en los estudios de Urbano (2006) y Franco, Haase y Lautenschläger (2010) no se nota claramente un "efecto familia" sobre la IE, aunque tampoco se descarta cierto nivel de influencia.

Las diferencias de género en el análisis de la IE conforman el tema individual de investigación más frecuente (Liñán y Fayolle, 2015). En la presente investigación, se encuentra que este aspecto no tiene influencia en la IE de los estudiantes universitarios del departamento del Quindío. Este hallazgo coincide con otras investigaciones (Díaz *et al.*, 2007; Shinnar, Pruett y Toney, 2009; Olomi y Sinyamule,

2009; Ahmed *et al.*, 2010; Bhandari, 2012; Osorio, Parra y Tarapuez, 2014). Al mismo tiempo, la anterior situación es contraria a lo hallado por Veciana *et al.* (2005), Almeida y Borges (2009), Fuentes y Sánchez (2010), Valera, Martínez y Peña (2011), Sternberg (2011); Yeng y Ahmad (2012); Ahmed *et al.* (2010), y Ventura y Quero (2013), quienes encuentran que sí existe influencia del género en la IE. Lo antepuesto requiere investigaciones adicionales al respecto y una explicación más profunda de los resultados obtenidos en cuanto a la relación entre el género y la IE.

Es pertinente mencionar que las mujeres cada vez tienen una mayor participación en la creación de empresas y en el desarrollo empresarial (Langowitz y Minniti, 2007; Brush, De Bruin y Welter, 2009), aunque en general las personas que emprenden aún son percibidas con características predominantemente masculinas (Gupta, Turban, Wasti y Sikdar, 2009).

En cuanto al área de estudio, se encuentra que los alumnos de Ciencias Económicas y Administrativas están más asociados que los de otras facultades con una seria IE, hallazgo que está en total sintonía con el estudio de Osorio *et al.* (2014), mientras que es diferente a los resultados del trabajo de Birdthistle (2006).

Se caracterizaron los estudiantes en cuatro grandes grupos denominados: Emprendedores y futuros emprendedores, Relevo generacional en la empresa, Empleómanos e Indeterminados; en el estudio de Valencia, Cadavid, Ríos y Awad (2012), se encuentra una clasificación similar, aunque solamente se identifican tres grupos: Emprendedor puro, Emprendedor marginal y No emprendedor.

El análisis de RL indicó que *tener un amigo empresario* es la segunda de las dos variables que determinan la IE entre los estudiantes universitarios del Quindío; en un sentido parecido, Sternberg (2011) y Dehghanpour (2015) sostienen que la cercanía con otros emprendedores o la existencia de un modelo a seguir genera una estrecha relación con la actividad emprendedora.

## Conclusiones

El ACM permitió hallar asociaciones entre las modalidades de las 14 variables analizadas (incluida la IE), en tanto que el análisis de RL posibilitó, de manera complementaria, determinar que los dos factores socioeconómicos que determinan la IE de los estudiantes universitarios analizados son el *Tipo de universidad* y *Tener un amigo empresario*.

Sobre el *Tipo de universidad*, como se ha mencionado, el medio ambiente propio de cada clase de institución –ya

sea pública o privada– puede afectar la IE de los jóvenes universitarios. Entre tanto, *Tener un amigo empresario* es un aspecto que puede estar relacionado con las características de la denominada “cultura paisa” y podría tener soporte en el trabajo colaborativo que se generó históricamente en las sociedades mineras que se conformaron en Antioquia desde la Colonia, debido a aspectos relacionados con el volumen de inversión requerido en la época, el riesgo elevado de la puesta en marcha de la minería de veta y los escasos conocimientos adecuados (Sanclemente, 2010). Lo anterior, al parecer, sentó las bases para la conformación de una fuerte cultura que estrechó los vínculos de trabajo y amistad, que tal vez pudieron heredar los naturales de Antioquia a los actuales departamentos del Eje Cafetero (entre ellos Quindío) durante el proceso conocido como la “Colonización antioqueña”.

En el ACM se encontraron varias asociaciones entre las modalidades de las variables socioeconómicas incluidas en el estudio, en las que se encuentra que existen características comunes entre los estudiantes de universidades privadas y pública; sin embargo, se nota que los de las primeras están más asociados con una mayor IE que los de la segunda.

También se nota que la IE más elevada entre los estudiantes está relacionada con las personas de mayor edad, que tienen experiencia laboral y que forman parte de los estratos socioeconómicos más altos, y viceversa. En este sentido, parece que la edad, la experiencia laboral y la clase social, establecen una relación directa con la IE.

Además, una seria IE está relacionada con la presencia de familiares y amigos empresarios, es decir, se presenta una cercanía de la figura empresarial en las altas intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios, aunque, según esta investigación, el género de los estudiantes no es una variable determinante en la IE.

En otro sentido, la vaga IE o nunca haber considerado la posibilidad de emprender son modalidades que están asociadas con un elevado nivel educativo de los progenitores, con un parent que se desempeña como empleado y con el hecho de no contar con familiares ni amigos emprendedores. Es preciso destacar que la literatura tradicional no considera el estado civil de los jóvenes universitarios. En la investigación realizada, se encontró que los estudiantes casados están asociados con una mayor IE.

Aunque se presentan algunas diferencias entre los jóvenes dependiendo de la universidad de origen, con la información generada en el ACM se conforman cuatro grandes grupos que caracterizan a los estudiantes universitarios teniendo en cuenta su IE y sus características socioeconómicas, a saber: Emprendedores y Futuros Emprendedores,

Relevo Generacional en la Empresa, Empleómanos e Indeterminados.

Como recomendación de política, queda clara una orientación para los directivos de la Universidad del Quindío, como institución pública de educación superior de la región, para replantear sus estrategias de promoción del emprendimiento entre la comunidad académica. Ello implica repensar sus espacios académicos sobre creación de empresas, capacitar a los docentes, mejorar la relación con el sector empresarial y promover la innovación al interior del *alma mater* (Gómez y Mitchel, 2014; Ozgul y Kunday, 2015).

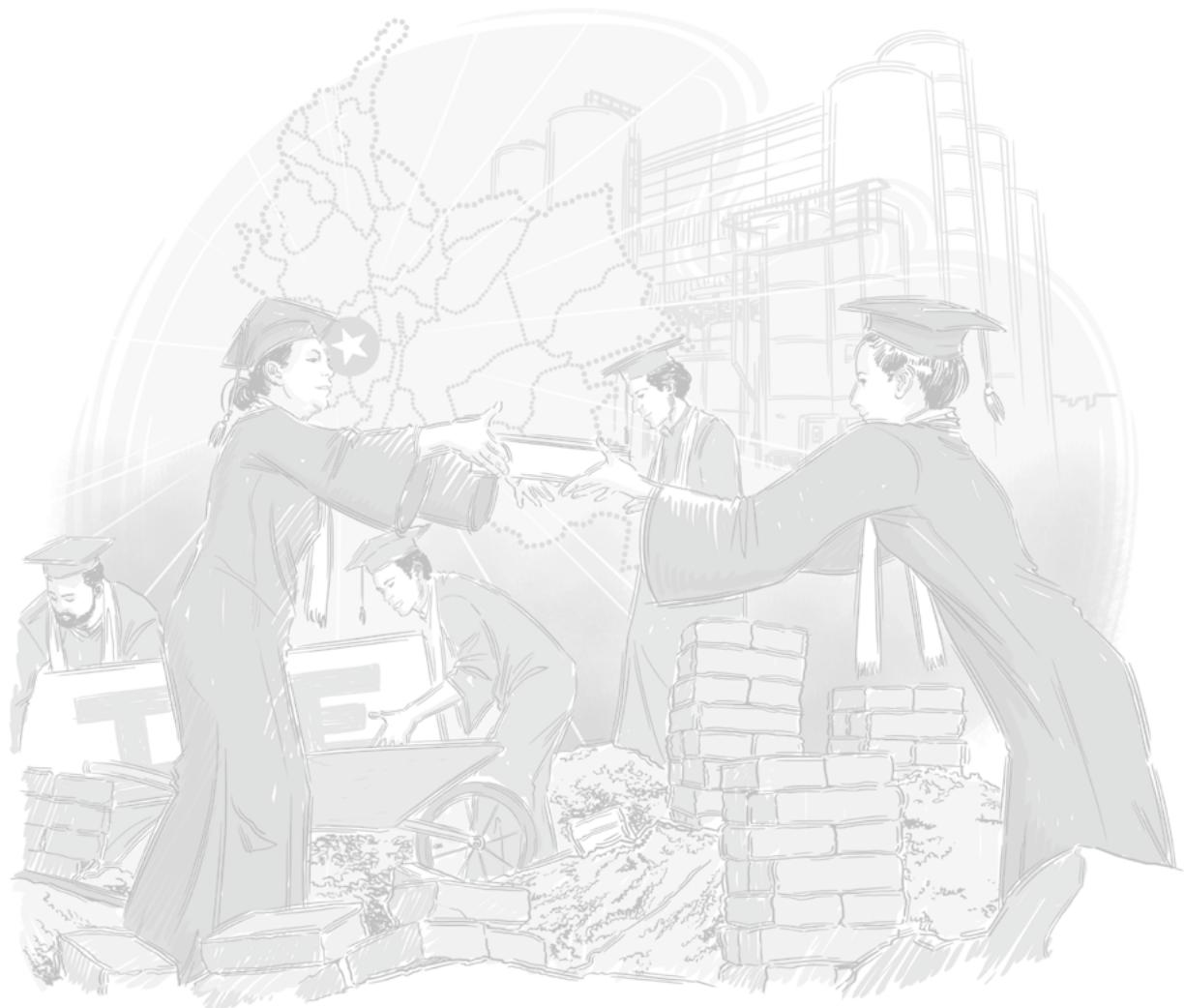
Los jóvenes universitarios de hoy en día son, en gran medida, los empresarios del mañana; por esta razón, la definición y comprensión de los factores que influyen en la IE puede constituir un aporte importante para el diseño de mecanismos de política más eficaces que puedan no solamente despertar dicha intención emprendedora, sino concretarla en un comportamiento empresarial específico.

## Referencias bibliográficas

- Abd Moen, J., Abd Rahman, I., Salleh, M. F. M., & Ibrahim, R. (2004). A Study on Entrepreneurial Attitudes Among Youths in Malaysia. *Journal of American Academy of Business*, 4(1,2), 192-197.
- Ahmed, I., Nawaz, M. M., Ahmad, Z., Shaukat, M. Z., Usman, A., Wasim-ul-Rehman, et al. (2010). Determinants of students' entrepreneurial career intentions: evidence from business graduates. *European Journal of Social Science*, 15(2), 14-22.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A Theory of Planned Behavior. En J. Khul & J. Beckmann (Eds). *Action control from cognition to behavior* (pp. 10-39). Germany: Springer-Verlag.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Almeida, J., & Borges, M. (2009). Propensity for Entrepreneurship Among University Students. *The Business Review*, 12(1), 308-316.
- Baum, J., Frese, M., Baron, R., & Katz, J. (2007). Entrepreneurship as an Area of Psychology Study: An Introduction. En J. Baum, M. Frese & R. Baron. (Eds). *The Psychology of Entrepreneurship* (pp. 1-18). New Jersey: Society for Industrial and Organizational Psychology.
- Bergmann, H., Hundt, C., & Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small Business Economics*, 47(1), 53-76. doi:10.1007/s11187-016-9700-6
- Bhandari, N. (2012). Relationship Between Students' Gender, Their Own Employment, Their Parents' Employment, and the Students' Intention for Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 133-144.
- Birdthistle, N. (2006). Profiling the entrepreneur: an examination of entrepreneurs in the mid-west region of Ireland. *Journal of Economics and Organisation of Enterprise*, 7(678), 74-83.
- Birdthistle, N. (2008). An examination of tertiary students' desire to found an enterprise. *Education + Training*, 50(7), 552-567.
- Brush, C., De Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8-24. doi:10.1108/17566260910942318
- Bulut, Y., & Sayin, E. (2010). An Evaluation of Entrepreneurship Characteristics of University Students: An Empirical Investigation from the Faculty of Economic and Administrative Sciences in Adnan Menderes University. *International Journal of Economic Perspectives*, 4(3), 559-568.
- DANE (2015a). Principales indicadores del mercado laboral, mayo de 2015. Boletín Técnico, Junio 30. Recuperado el 12 de julio del 2015, de: [http://www.DANE.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol\\_empleo\\_may\\_15.pdf](http://www.DANE.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_may_15.pdf).
- DANE (2015b). Mercado laboral de la juventud (14 a 28 años), trimestre móvil marzo-mayo de 2015. Julio. Recuperado el 28 de julio de 2015, de: [http://www.DANE.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/juventud/Bol\\_eje\\_juventud\\_mar\\_may\\_15.pdf](http://www.DANE.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/juventud/Bol_eje_juventud_mar_may_15.pdf).
- DANE (2015c). Mercado laboral Armenia 2015. Julio. Recuperado el 27 de julio del 2015, de: <http://www.DANE.gov.co/index.php/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>.
- DANE (2017). Gran Encuesta Integrada de Hogares (junio-agosto 2017). Boletín técnico. Recuperado el 17 de julio del 2015, de: [http://www.DANE.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/juventud/Bol\\_eje\\_juventud\\_jun17\\_ag017.pdf](http://www.DANE.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/juventud/Bol_eje_juventud_jun17_ag017.pdf).
- De la Fuente, S. (2011). *Regresión Logística*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado el 17 de agosto del 2014, de <http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/CUALITATIVAS/LOGISTICA/regresion-logistica.pdf>.
- Dehghanpour, A. (2015). The effects of demographic, cognitive and institutional factors on development of entrepreneurial intention: Toward a socio-cognitive model of entrepreneurial career. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(3), 1-25. doi:10.1007/s10843-015-0144-x
- Díaz, J., Hernández, R., & Barata, M. (2007). Estudiantes universitarios y creación de empresas: un análisis comparativo entre España y Portugal. En J. Ayala (Coord.). *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro* (pp. 1338-1355). La Rioja: Universidad de La Rioja.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Effect and Counter of Entrepreneurship Education and Social Context on Student's Intentions. *Estudios de Economía Aplicada*, 24(2), 509-523.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666, doi:10.1016/j.jbusres.2013.11.024
- Franco, M., Haase, H., & Lautenschläger, A. (2010). Students' entrepreneurial intentions: an inter-regional comparison. *Education + Training*, 52(4), 260-275.
- Fuentes, F., & Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.
- García, F., Gil, E., Ruiz, I., & Gutiérrez, D. (2017). Entrepreneurial process in peripheral regions: the role of motivation and culture. *European Planning Studies*, 25(11), 2037-2056.
- Gasse, Y., & Tremblay, M. (2011). Entrepreneurial Beliefs and Intentions: A Cross-Cultural Study of University Students in Seven Countries. *International Journal of Business*, 16(4), 303-314.

- Gómez, H., & Mitchel, D. (2014). *Innovación y emprendimiento en Colombia: balance, perspectivas y recomendaciones de política, 2014-2018*. Cuadernos de Fedesarrollo No. 50. Bogotá, Fedesarrollo.
- Gupta, V., Turban, D., Wasti, S., & Sikdar, A. (2009). The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(2), 397-417.
- Harris, M., & Gibson, S. (2008). Examining the entrepreneurial attitudes of US business students. *Education + Training*, 50(7), 568-581.
- Hwee, J., & Shamuganathan, G (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259-282. doi:10.1007/s10551-009-0358-0
- Kantis, H., Federico, J., & Trajtenberg, L. (2014). Middle-Class Entrepreneurs and Their Firms: A Regional View and International Comparison. En E. Lora, & F. Castellani (Eds.). *Entrepreneurship in Latin America. A Step up the Social Ladder* (pp. 53-80). Washington: Interamerican Development Bank-World Bank.
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 31(3), 341-364.
- Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257-272.
- Liñán, F., & Chen, Y. (2006). Testing The Entrepreneurial Intention Model On A Two-Country Sample. *Document de Treball núm. 06/7*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933. doi:10.1007/s11365-015-0356-5
- Liñán, F., Rodríguez, J., & Rueda, J. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(12), 195-218. doi:10.1007/s11365-010-0154-z
- Liñán, F. & Rodríguez, J. (2005). *Actitudes empresariales de los estudiantes universitarios andaluces*. Documentos de trabajo, Departamento de Economía, Universidad de Jaén. Recuperado el 18 de octubre de 2016 de [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/61534/Actitudes\\_empresariales\\_de\\_los\\_estudiantes\\_universitarios.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/61534/Actitudes_empresariales_de_los_estudiantes_universitarios.pdf?sequence=1)
- Lumpkin, G., Moss, T., Gras, D., Kato, S., & Amezcu, A. (2011). Entrepreneurial processes in social contexts: how are they different, if at all? *Small Business Economics*, 40(3), 761-783. doi:10.1007/s11187-011-9399-3
- Moreno, J. (2013). Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *Revista Caracteres*, 1(1), 2-12.
- Mushtaq, H., Niazi, C., Hunjra, A., & Rehman, K. (2011). Planned Behavior Entrepreneurship and Intention to Create a New Venture Among Young Graduates. *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*, 6(3), 437-456.
- Muzaffar, H. (2015). Formation of entrepreneurial career intentions: the role of sociocognitive factors. *Journal of Employment Counseling*, 52(1), 2-17, doi:10.1002/j.2161-1920.2015.00052.x
- Nabi, G., & Holden, R. (2008). Graduate entrepreneurship: intentions, education and training. *Education + Training*, 50(7), 545-551.
- Olomi, D., & Sinyamule, R. (2009). Entrepreneurial Inclinations Of Vocational Education Students: A Comparative Study Of Male And Female Trainees In Iringa Region, Tanzania. *Enterprising Culture*, 17(1), 103-125.
- Olmos, R. (2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. *Multiciercias*, 11(1), 65-75.
- Osorio, H., Parra, R., & Tarapuez, E. (2014). *Caracterización de los estudiantes emprendedores de la Universidad del Quindío, modalidad presencial*. [Informe final de investigación]. Armenia: Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad del Quindío.
- Osorio, F., & Pereira, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de Administración*, 24(43), 13-33.
- Ozgul, U., & Kunday, O. (2015). Conceptual Development of Academic Entrepreneurial Intentions Scale. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195(3), 881-887, doi:10.1016/j.sbspro.2015.06.367
- Passaro, R., Scandurra, G., & Thomas, A. (2017). The emergence of innovative entrepreneurship: Beyond the intention-Investigating the participants in an academic SUC. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 14(5), art. N.º 1750025.
- Peng, Z., Lu, G., & Kang, H. (2012). Entrepreneurial Intentions and Its Influencing Factors: A Survey of the University Students in Xi'an China. *Scientific Research*, 3(Suppl.), 95-100, doi:10.4236/cr.2012.38b021
- Ruiz, J., Rojas, A., & Suárez, A. (2008). *Actitudes de los estudiantes universitarios de Andalucía ante la creación de empresas*. Cádiz: Universidad de Cádiz.
- Sanclamente, J. (2010). La colonización antioqueña, el emprendimiento y su aporte a la competitividad regional y nacional. *Estudios Gerenciales*, 26(114), 119-147.
- Shinnar, R., Pruitt, M., & Toney, B. (2009). Entrepreneurship Education: Attitudes Across Campus. *Journal of Education for Business*, 84(3), 151-159.
- Solimano, A. (2014). Entrepreneurship, the Middle Class, and Social Mobility: An Overview of Literature. E. Lora & F. Castellani (Ed). *Entrepreneurship in Latin America. A Step up the Social Ladder* (pp. 17-50). Washington: Interamerican Development Bank-World Bank.
- Soria, K., Zúñiga, S., & Ruiz, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: un caso de estudio. *Formación Universitaria*, 9(1). 25-34. doi:10.4067/S0718-5006201600100004
- Sternberg, R. (2011). Interregional Disparities, Entrepreneurship, and EU Regional Policy. En M. Minniti (Ed.). *The Dynamics of Entrepreneurship. Evidence from experiential Global Entrepreneurship Monitor Data* (pp. 153-180). New York: Oxford University Press.
- Tarapuez, E., Osorio, H., & Botero, J. (2013). Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. *Estudios Gerenciales*, 29(128), 274-283.
- Tran, D., Bui, T., Nguyen, H., & Mai, M. (2018). The antecedents of entrepreneurial intention a study among graduate students in Ho Chi Minh City. *IFMBE Proceedings*, 63, 403-410.
- Turker, D., & Sonmes, S. (2009). Which factor affect entrepreneurial intention of university students. *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159.
- Urbano, D. (2006). *La creación de empresas en Catalunya: organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Valencia, A., Cadavid, L., Ríos, D., & Awad, G. (2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(57), 132-148.
- Varela, R., Martínez, A., & Peña, A. (2011). Intención de los estudiantes de la universidad Icesi hacia la creación de empresa. *Estudios Gerenciales*, 27(119), 169-186.

- Veciana, J., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *International Journal of Entrepreneurship and Management*, 1(2), 165-182.
- Ventura, R., & Quero, M. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13(1), 127-149. doi:10.5295/cdg.100271rv
- Yeng, K., & Ahmad, S. (2012). A Study among University Students in Business Start-Ups in Malaysia: Motivations and Obstacles to Become Entrepreneurs. *International Journal of Business and Social Science*, 3(19), 181-192.



# ¿Ha cambiado el Plan Bolonia los resultados académicos en las asignaturas de estadística?\*

HAS THE BOLOGNA PLAN CHANGED ACADEMIC RESULTS IN STATISTICS SUBJECTS?

**ABSTRACT:** Spanish universities are now experiencing important changes in their learning systems as a result of the deployment of the European Higher Education Area (EHEA). Therefore, the aim of this study is to prove if the new methodologies in the current education system have fostered changes in students' academic results. Specifically, we analyzed 2,857 students taking statistics subjects at the Business and Economic School of The University of A Coruña, both prior and after the implementation of EHEA. The examined data cover 2006-2007 and 2011-2012 school years, as the 2009-2010 period marks the beginning of the new curriculum. For this comparative analysis to be adequate, subjects that coincide in terms of content but differ in their methodology have been used. We conclude that the percentage of students who take evaluation tests increased after the implementation of the Bologna Plan, as so did the percentage of students who pass the tests. Consequently, we believe there are enough arguments to support the idea that the new methodologies involve students within the learning system by encouraging them to make part of it. Due to this process, academic results similar to those obtained before the new curriculum are observed, although these occur in a shorter period of time.

**KEYWORDS:** Academic performance, higher education, European Higher Education Area, statistics, teaching methodology.

O PROCESSO DE BOLONHA MUDOU OS RESULTADOS ACADÉMICOS NA MATERIA DE ESTATÍSTICA?

**RESUMO:** A universidade espanhola está vivendo mudanças importantes nos sistemas de aprendizagem após a implantação do Espaço Europeu de Educação Superior (EEES). O objetivo deste trabalho é comprovar se as novas metodologias do atual sistema educativo mudaram os resultados académicos dos estudantes. Em específico, analisamos 2.857 estudantes das matérias de estatística da Faculdade de Economia e Empresa (Universidad da A Coruña), tanto antes da implantação do EEES quanto depois dela. Os dados analisados abrangem desde o curso 2006-2007 até o curso 2011-2012; no curso 2009-2010, inicia-se o novo plano de estudos. Para que a comparação seja adequada, foram utilizadas matérias que coincidem em conteúdo, mas diferem nas metodologias empregadas. Como resultado deste trabalho, concluímos que, após a implantação do Processo de Bolonha, aumenta-se a porcentagem de estudantes que se apresentam aos exames de avaliação e também a de aprovados sobre matriculados. Portanto, acreditamos que há argumentos suficientes para afirmar que as novas metodologias envolvem o estudante nos sistemas de aprendizagem e incentivam-no. Como consequência desse processo, obtém-se resultados académicos semelhantes aos obtidos antes do novo plano de estudos, embora estes tenham sido alcançados em menor tempo.

**PALAVRAS-CHAVE:** desempenho acadêmico, ensino superior, Espaço Europeu de Educação Superior, estatística, metodologia docente.

LE PROCESSUS DE BOLOGNE A-T-IL MODIFIÉ LES RÉSULTATS ACADÉMIQUES DANS LES MATIÈRES STATISTIQUES?

**RÉSUMÉ :** L'université espagnole connaît d'importants changements dans les systèmes d'apprentissage après la mise en œuvre de l'Espace européen de l'enseignement supérieur (EEES). L'objectif de ce travail est de vérifier si les nouvelles méthodologies du système éducatif actuel ont supposé des changements dans les résultats académiques des étudiants. Plus précisément, on a analysé 2 857 élèves des matières de statistique de la Faculté d'économie et affaires (Université de La Corogne), à la fois avant et après la mise en œuvre de l'EEES. Les données analysées couvrent de l'année académique 2006-2007 à l'année académique 2011-2012; le nouveau programme a été lancé au cours de l'année scolaire 2009-2010. Pour que la comparaison soit appropriée, on a utilisé des matières qui coïncident en termes de contenu, mais qui diffèrent au niveau des méthodologies employées. À la suite de ce travail, on conclut qu'après la mise en œuvre du Plan de Bologne, le pourcentage d'étudiants qui passent les tests d'évaluation augmente et que le pourcentage d'étudiants approuvés augmente également. Par conséquent, on croit qu'il y a suffisamment d'arguments pour affirmer que les nouvelles méthodologies impliquent l'étudiant dans les systèmes d'apprentissage, en l'encourageant. À la suite de ce processus, on a obtenu des résultats académiques similaires à ceux que l'on obtenait avant le nouveau programme, mais ceux-ci en moins de temps.

**MOTS-CLÉ :** rendement scolaire, enseignement supérieur, Espace européen de l'enseignement supérieur, statistique, méthodologie pédagogique.

**CITACIÓN:** García-Carro, B., Sánchez-Sellero, M. C. (2018). ¿Ha cambiado el Plan Bolonia los resultados académicos en las asignaturas de estadística? *Innovar*, 28(67), 137-146. doi: 10.15446/innovar.v28n67.68619.

**ENLACEDOI:** <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68619>.

**CLASIFICACIÓN JEL:** A22, C10, C12

**RECIBIDO:** marzo 2015. **ACEPTADO:** agosto 2016.

**DIRECCIÓN DE CORRESPONDENCIA:** María Carmen Sánchez Sellero. Facultad de Economía y Empresa. Campus de Elviña, s/n 15071. A Coruña, España.

Beatriz García-Carro

Ph. D. en Ciencias Económicas y Empresariales,

Profesora titular de la Universidade da Coruña,

A Coruña, España

bgarro@udc.es

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6890-452X>

Maria Carmen Sánchez-Sellero

Ph. D. en Ciencias Económicas y Empresariales,

Profesora titular de la Universidade da Coruña

A Coruña, España

c.sánchez@udc.es

Enlace ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3730-8415>

**RESUMEN:** La universidad española está viviendo cambios importantes en los sistemas de aprendizaje tras la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). El objetivo de este trabajo es comprobar si las nuevas metodologías del actual sistema educativo han supuesto cambios en los resultados académicos de los estudiantes. En concreto, analizamos 2.857 alumnos de las asignaturas de Estadística de la Facultad de Economía y Empresa (Universidad de A Coruña), tanto antes como después de la implantación del EEES. Los datos analizados abarcan desde el curso 2006-2007 hasta el curso 2011-2012; en el curso 2009-2010 se inicia el nuevo plan de estudios. Para que la comparación sea adecuada, se han utilizado asignaturas que coinciden en contenido, pero difieren en las metodologías empleadas. Fruto de este trabajo, concluimos que tras la implantación del Plan Bolonia se incrementa el porcentaje de alumnos que se presentan a las pruebas de evaluación y también aumenta el porcentaje de aprobados sobre matriculados. Por tanto, creemos que hay argumentos suficientes para afirmar que las nuevas metodologías involucran al estudiante en los sistemas de aprendizaje, incentivándolo. Como consecuencia de este proceso, se obtienen resultados académicos similares a los obtenidos antes del nuevo plan de estudios, aunque estos se obtienen en menor tiempo.

**PALABRAS CLAVE:** rendimiento académico, educación superior, Espacio Europeo de Educación Superior, estadística, metodología docente.

## Introducción

El actual Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) supone un cambio sustancial en el planteamiento de la educación superior, no solo porque unifica los criterios de implantación en los países de la Unión Europea (UE), sino también porque trata de acercar el mundo universitario al mundo laboral, basándose en la participación activa de los estudiantes, el trabajo colaborativo y el uso de las nuevas tecnologías. La implantación del Plan

\* El artículo se basa en el proyecto "Derramamiento de conocimientos de las empresas transnacionales extranjeras en las PYME del sector petroquímico de la Cuenca de Burgos", que contó con la financiación de la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Bolonia ha supuesto numerosos debates en la comunidad universitaria.

El objetivo de este trabajo es estudiar las evaluaciones en las distintas asignaturas de Estadística Descriptiva que se imparten en la Facultad de Economía y Empresa de la universidad de A Coruña (udc), comparando las cifras obtenidas en el plan de estudios anterior a Bolonia con las obtenidas una vez implantado el nuevo plan. Trataremos de averiguar si las tasas de rendimiento y las tasas de éxito con el Plan Bolonia son mejores, peores o iguales a las obtenidas antes del plan; si se mejora el porcentaje de aprobados, el número de convocatorias necesarias para aprobar, y si existen diferencias por razón de género en las calificaciones, etc.

Los datos son proporcionados por el Rectorado de la udc y corresponden desde el curso de 2006/2007 hasta el de 2011/2012; también utilizamos estadísticas publicadas por esta Universidad en su página web (udc, 2015). El artículo describe la experiencia docente de un mismo grupo de profesores ante la aplicación de metodologías docentes dispares: una basada en métodos tradicionales y otra centrada en la innovación docente que conlleva el Plan Bolonia.

Después de esta introducción, en el epígrafe segundo repasamos el contexto de los cambios que introduce el EEEES y, en concreto, las modificaciones docentes en asignaturas de índole cuantitativo, como la estadística. El epígrafe tres se corresponde con el estudio empírico desarrollado a partir de los datos iniciales, incluyendo la evaluación de los resultados. Por último, se presentan las principales conclusiones y se muestra si los resultados obtenidos confirman o desmienten los planes de mejora propuestos por el Plan Bolonia.

## Marco teórico

De acuerdo con Coll y Blasco (2009), la Declaración de Bolonia sienta las bases para la construcción y desarrollo de un EEEES que posibilite el reconocimiento de las titulaciones en todos los países de la UE, asegure una formación óptima de los alumnos y favorezca su integración en un mercado laboral sin fronteras; en definitiva, una Europa del Conocimiento que, manteniendo la diversidad cultural, facilite la movilidad de sus profesionales. La integración de los distintos países europeos en el EEEES se estudió por distintos autores como Amaral, Neave, Musselin y Maassen (2009), Amaral y Neave (2009), Gornitzka (2009), Witte (2009), Witte, Huisman y Purser (2009), Rich (2010), Curaj, Scott, Vlasceanu y Wilson (2012), Agoston e Igret (2014), Jansen y Pruisken (2015).

En la *European Higher Education (EHE) Conference*, llevada a cabo en Bucarest en el 2012, los ministros responsables de la educación superior de los 47 países integrantes del EEEES hicieron un balance de los logros del proceso de Bolonia y del acuerdo sobre las futuras prioridades del EEEES. Estas nuevas prioridades han sido estudiadas por Zgaga (2012), quien se replantea los principios de la EEEES y habla de una nueva etapa que comienza en el 2010 y que se asocia a nuevos retos de la educación superior en el contexto europeo; mientras tanto, Blass (2012) cuestiona los 12 principios que sustentan el proceso de Bolonia en términos de su sostenibilidad a largo plazo: en primer lugar, están los problemas del mundo académico en sí, como la libertad académica, la autonomía institucional, los valores académicos y comparabilidad; en segundo lugar, analiza los problemas que cuestionan el propósito de la educación superior como un bien público, con una responsabilidad pública; por último, están los problemas relacionados con los principales actores que influyen en el debate. El documento concluye con la identificación de las áreas que necesitan una reconsideración en la siguiente fase del proceso de Bolonia, ya que las distintas partes interesadas esbozan posibles modelos para el futuro.

Para Rich (2010), el proceso de Bolonia es un proceso de cambio importante en la educación superior europea, con el potencial de tener un impacto en todo el mundo. Sus propósitos son la modernización de la educación superior europea, el fomento del desarrollo de una alta calidad, la consolidación de un sistema competitivo a nivel internacional, el apoyo a la movilidad de los estudiantes y el trabajo. También pretende fomentar el desarrollo personal y la promoción profesional de los estudiantes, ya que los sistemas nacionales de educación superior serán más compatibles. Jano y Ortiz (2007) señalan que la aplicación del EEEES en la tarea docente tiene como aspectos más relevantes los siguientes:

- Adecuar las enseñanzas a la demanda de la sociedad de la información, para lo cual conviene aprovechar las oportunidades que aportan las nuevas tecnologías como transmisoras del conocimiento.
- Mejorar la calidad del sistema universitario como elemento clave de la creación de un EEEES.
- Utilizar como métodos de medida y evaluación del aprendizaje los créditos del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS, por su sigla en inglés).

El marco del EEEES actual implica, entre otros aspectos, un cambio del modelo educativo hacia una docencia más participativa, que sitúe a los estudiantes en circunstancias análogas a las laborales; que fomente el trabajo



cooperativo; que genere mayor responsabilidad e iniciativa de los alumnos; que implique un trabajo más constante y favorable a la evaluación continua, y que en definitiva se encuadre en la formación basada en las competencias (Caballero y Garza, 2012). En este sentido, Sánchez-Sellero, Sánchez-Sellero, Sánchez-Sellero y Cruz (2014) afirman que el EEES es un sistema de enseñanza centrado en el desarrollo de capacidades, habilidades y competencias del alumnado. En él, el profesor facilita, incentiva, promueve, guía y motiva el trabajo de los estudiantes. Calderón y Escalera (2008) consideran que no es posible innovar en el proceso de enseñanza-aprendizaje sin innovar simultáneamente en la actividad evaluativa, y los nuevos métodos de evaluación no solo valorarán los conocimientos, sino también habilidades y aptitudes.

Diversos autores intentan observar los cambios producidos tras la implantación del EEES en diferentes contextos. Martínez y Viader (2008) reflexionan sobre el aprendizaje y la docencia después de la entrada en el EEES; según Hunter (2008), en el ámbito del EEES, el giro necesario hacia sistemas didácticos centrados en el alumno implica la

implementación de entornos didácticos y físicos, que permitan la enseñanza y el aprendizaje activo; el estudio de Pérez Taberner, López, Ureña, Ruiz, Caplloch, *et al.* (2008) analiza las principales ventajas e inconvenientes de los distintos procesos de evaluación en asignaturas de los nuevos planes. Por su parte, Padilla-Meléndez, Del Águila-Obra y Garrido-Moreno (2015) fijan su objetivo en analizar cómo los estudiantes perciben el uso de las tecnologías de la información como herramientas de aprendizaje, cuáles son las variables que determinan su aceptación y uso, y si existen diferencias significativas en estos aspectos entre los alumnos de titulaciones de Diplomatura/Licenciatura (plan antiguo) y de Grado.

Si nos ceñimos al ámbito de la docencia en estadística, antes de la implementación del Plan Bolonia, Rumsey (2003) repasa la literatura sobre el aprendizaje y la enseñanza de la estadística; Mills (2002) hace una revisión del uso de las TIC para enseñar estadística y su potencial impacto en el rendimiento estudiantil; y en el artículo de Garfield y Chance (2000) se resumen las prácticas de evaluación en estadística. Moore (1997) consideraba

necesario introducir cambios tanto en contenidos como en métodos docentes en estadística, y analizaba cómo conseguir un mejor desempeño de los profesores de esta materia; afirmaba, además, que el cambio en la enseñanza de la estadística debía basarse en fuertes sinergias entre el contenido, la pedagogía y la tecnología.

Décadas después, Márquez, Brey, Caro, Carazo, Hernández, Ramírez, et al. (2012) relatan la puesta en marcha de los nuevos planes de estudios de una asignatura de estadística en el Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE), haciendo hincapié en aquellos aspectos más destacados, relativos al nuevo sistema de evaluación basado en la evaluación continua. Estos autores hablan de una doble vertiente en los sistemas de evaluación de las asignaturas de estadística: por un lado, mantienen la existencia de un examen final como instrumento para evaluar el nivel de conocimiento de los alumnos sobre los contenidos de la asignatura, pero, por otro lado, conceden también un peso importante a la evaluación continua, tal como marca el espíritu de los nuevos títulos implementados a partir del nuevo ECTS. A diferencia de estos, nosotros no valoramos las metodologías empleadas, porque no forma parte de los objetivos que nos hemos marcado en este trabajo, sino que compararemos los resultados académicos obtenidos por los estudiantes en los distintos sistemas de evaluación.

Este trabajo se engloba en el marco de los estudios dedicados a evaluar el EEEs (Calderón y Escalera, 2008; Caride, 2008; Herrera-Torres y Lorenzo-Quiles, 2009; González, Arquero y Hassall, 2009; Sánchez, 2009; De-Juanas y Beltrán, 2014; Pozo y Bretones, 2015; entre otros), en concreto, en materias de carácter cuantitativo (Martí y Orgaz, 2014), y si bien es cierto que existe abundante literatura sobre el marco teórico que estudia los nuevos planes de estudio, esta no es tan extensa en los estudios específicos de asignaturas de estadística.

## Estudio empírico

Es indudable que, si nos referimos a los resultados académicos en sentido amplio, la implantación del Plan Bolonia trajo consigo importantes novedades en las habilidades y competencias de aprendizaje; en palabras de Montero (2010): "el diseño curricular se basa en el desarrollo de competencias que intentan dar respuesta a las exigencias que plantea la nueva sociedad" (p. 28).

Sin embargo, el objetivo de este trabajo se circunscribe al estudio de la posible existencia de cambios en las evaluaciones en el sentido estricto, es decir, en las calificaciones de los estudiantes. Iniciamos el estudio empírico de este

trabajo con el propósito de analizar las evaluaciones en las distintas asignaturas de estadística Descriptiva, impartidas en la Facultad de Economía y Empresa de la UDC. Nuestra base de datos está formada por 2.857 alumnos.

## Datos

La información utilizada en este estudio ha sido facilitada por los servicios informáticos de la UDC. En la tabla 1 figuran los datos de partida: distintos cursos, titulaciones y asignaturas. Elegimos la asignatura de Estadística correspondiente a primer curso en las distintas titulaciones que se imparten en la Facultad, desde el curso 2006/2007 hasta el curso 2011/2012. Los tres primeros cursos (2006/2007, 2007/2008 y 2008/2009) corresponden al plan antiguo (anterior a Bolonia), mientras que en el curso 2009/2010 y siguientes los datos corresponden al EEEs (Plan Bolonia). La elección de estas asignaturas se debe a la uniformidad en los contenidos que conforman su guía docente. El programa de esta asignatura incluye tanto temas de Estadística Descriptiva como distribuciones y modelos de probabilidad.

Tabla 1.  
Ámbito de estudio.

Curso	Titulación	Asignatura
2006/2007	Diplomatura en Ciencias Empresariales	Estadística Empresarial I
2007/2008		
2008/2009		
2009/2010	Grado en Ciencias Empresariales	Estadística I
2010/2011		
2011/2012		
2009/2010	Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE)	Estadística I
2010/2011		
2011/2012		
2010/2011	Programa para simultaneidad del Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Derecho (doble grado)	Estadística I
2011/2012		

Fuente: elaboración propia.

Es importante destacar que las asignaturas consideradas en el estudio no han sufrido modificaciones en lo relativo a su contenido, aunque sí en la organización curricular. Los cambios producidos en este proceso son los siguientes: 1) las asignaturas pasaron de ser anuales para transformarse en cuatrimestrales; 2) la calificación final en las asignaturas en cuestión dejó de ser únicamente la puntuación obtenida en un examen final para reflejar algún promedio de

las actividades desarrolladas durante el curso (en nuestro caso, estas actividades representan el 30% de la evaluación); 3) este proceso ha llevado aparejado un enfoque mucho más práctico de las asignaturas, que era y es uno de los principales objetivos del Plan Bolonia.

En esos cursos, y para esas titulaciones y materias, se dispuso de las calificaciones de un total de 2.857 alumnos; además, de los estudiantes que han superado la asignatura, conocemos las siguientes variables: género, número de convocatorias utilizadas y calificación, siendo el total de estudiantes 1.162, que se corresponde con el total de aprobados en esos cursos en las asignaturas y titulaciones indicadas en la tabla 1. Así pues, el fichero base para el análisis está constituido por los siguientes epígrafes: curso, titulación, asignatura, género, número de convocatorias y calificación.

## Resultados

Para poder realizar comparaciones entre metodologías docentes, hemos trabajado con los porcentajes de no-presentados y los porcentajes de aprobados, estos últimos tanto en relación a los matriculados (tasa de rendimiento) como en relación a los presentados (tasa de éxito). Observando la tabla 2, vemos que antes de implantarse el EESS las tasas de presentados no llegaban al 50%, exceptuando el último curso (debido a la extinción del plan), mientras que las tasas de rendimiento eran realmente bajas, en torno al 28%; sin embargo, la tasa de éxito en media era del 58%. Por el contrario, tras la implantación del EESS (tabla 3), los porcentajes de presentados han aumentado notablemente: en el grado en ADE se sitúa en media en un 79%; en el grado en Empresariales, en un 71%, mientras que en el doble grado es de un 94%; las tasas de rendimiento se sitúan en torno al 55%, en el grado en ADE; 38%, en el grado en Empresariales y 84%, en el doble grado; mientras que las tasas de éxito rondan un 71% en el grado en ADE, 55% en el grado en empresariales y un 90% en el doble grado.

Tabla 2.

*Tasas de presentados, de rendimiento y de éxito en el plan anterior al EESS.*

	Anterior al EESS (Diplomatura en cc Empresariales)		
	2006-07	2007-08	2008-09
Tasa de presentados	40,52%	49,45%	52,60%
Tasa de rendimiento	20,36%	31,25%	31,40%
Tasa de éxito	50,25%	63,20%	59,70%

Fuente: elaboración propia.

La mayor prevalencia de alumnos presentados, así como el aumento de las tasas de rendimiento y de éxito, pueden avalarse con el uso de contrastes de hipótesis. Realizados los contrastes de proporciones en muestras independientes, se acepta la hipótesis del aumento del porcentaje de presentados tras la implantación del EESS en todas las titulaciones; también se acepta la hipótesis del aumento en las tasas de rendimiento, así como en las tasas de éxito (obtuvimos p-valores casi nulos en todos los contrastes).

El primer resultado importante es un cambio radical en el porcentaje de presentados tras la implantación del EESS, que aumentó considerablemente en todos los grados. El segundo resultado a destacar es que hay un incremento significativo en las tasas de rendimiento tras la implantación del Plan Bolonia. Por ello, compartimos las afirmaciones de Blázquez, Cantarero y Pascual (2016), para quienes el EESS supone menor tasa de abandono y facilita al menos el aprobado, a la vez que se reducen las calificaciones que llaman "brillantes". Asimismo, Coterón, Franco y Gil (2012) concluyen que, en general, el colectivo de estudiantes de grado presentó valoraciones más favorables acerca de todos los aspectos analizados que el colectivo de alumnos de licenciatura. Los resultados obtenidos por Sanahuja, Castillo y Martínez-Solís (2014) muestran que las tasas de éxito son similares en ambos sistemas, antes y después del proceso de Bolonia. Sin embargo, en el estudio de Lloret y Mir (2008), el rendimiento académico obtenido

Tabla 3.

*Tasas de presentados, de rendimiento y de éxito en el EESS.*

	Grado en ADE			Grado en Empresariales			Doble grado	
	2009-10	2010-11	2011-12	2009-10	2010-11	2011-12	2010-11	2011-12
Tasa de presentados	69,92%	83,53%	82,07%	58,72%	79,11%	76,00%	97,93%	90,00%
Tasa de rendimiento	57,32%	52,55%	55,86%	43,12%	32,91%	38,00%	88,64%	80,00%
Tasa de éxito	81,98%	62,91%	68,07%	73,44%	41,60%	50,00%	90,70%	88,89%

Fuente: elaboración propia.

por los estudiantes al hacerse el cambio metodológico fue de mantenimiento y estabilidad a lo largo del periodo, solo con leves variaciones respecto al plan pre-Bolonia.

Claramente, diferentes son las conclusiones obtenidas por Márquez *et al.* (2012), ya que para ellos la puesta en funcionamiento del EES ha tenido peores resultados en los tres ratios utilizados (tasa de presentados, tasa de rendimiento y tasa de éxito), respecto a la experiencia de los tres años anteriores; también hay que aclarar que esta comparativa ellos solo la hacen para el primer año, explicando que una de las razones puede ser que se ha pasado de impartir la asignatura en segundo o tercer curso a hacerlo en primero, con lo que ello conlleva respecto a la madurez y adaptación del alumno.

En los siguientes párrafos, trabajaremos con las notas de los 1.162 estudiantes aprobados (variable que denominaremos *calificación*, expresada a un dígito). Clasificaremos las calificaciones en función de las siguientes variables: género, titulación y número de convocatorias (en la tabla 4 aparecen el número de estudiantes en las distintas modalidades de dichas variables). En un primer momento, intentaremos averiguar si son atribuibles al azar las diferencias observadas entre la variable *calificación* y cada una de las siguientes variables: *género*, *titulación* y *número de convocatorias*. Con este fin, planteamos las pruebas de independencia (siendo la hipótesis a contrastar la independencia de las variables).

**Tabla 4.**  
*Variables de estudio y frecuencias en cada categoría.*

Variable	Número de estudiantes en cada categoría
Sexo	Hombres: 484 Mujeres: 678
Titulación	Diplomatura en Ciencias Empresariales: 438 Grado en ADE: 462 Doble grado: 87 Grado en Empresariales: 175
Número de convocatorias	1: 921 2: 144 3: 48 4: 34 5: 9 6: 4 7: 2

Fuente: elaboración propia.

Las pruebas de independencia muestran que las diferencias de las calificaciones entre hombres y mujeres son atribuibles al azar. En este caso, se obtiene una significación superior al 5% y, por tanto, se acepta la hipótesis de independencia entre el sexo y las calificaciones

(tabla 5). Sin embargo, las diferencias observadas en las calificaciones entre las distintas titulaciones objeto de estudio no se pueden atribuir al azar, pues en este caso se obtiene una significación cercana al 0%, lo que implica rechazar la hipótesis de independencia entre las calificaciones y la titulación. Si calculamos las medidas de asociación adecuadas cuando las variables cualitativas son nominales (phi, V de Cramer y coeficiente de contingencia), obtenemos unos coeficientes (0,329, 0,190 y 0,312, respectivamente) que reflejan una asociación moderada entre la calificación y la titulación.

Las variables *calificación* y *número de convocatorias* también son variables dependientes. Si utilizamos como indicador de la correlación entre estas variables el coeficiente de correlación de Pearson, cuyo valor es -0,145; este resultado muestra una débil correlación de tipo inverso y, por tanto, ante un aumento del número de convocatorias utilizadas, la calificación obtenida disminuye. Este resultado obtenido para la totalidad de los datos se mantiene si desglosamos las observaciones anteriores y posteriores al Plan Bolonia, siendo en este caso los coeficientes de correlación de Pearson -0,177 y -0,181, respectivamente.

**Tabla 5.**  
*Pruebas de independencia y medidas de asociación (si procede).*

		Valor de estadístico	Grados de libertad	P-valor
Calificación-Sexo	Chi-cuadrado de Pearson	8,203	4	0,084
	Razón de verosimilitudes	8,371	4	0,079
Calificación-Titulación	Chi-cuadrado de Pearson	125,591	12	0,000
	Razón de verosimilitudes	102,075	12	0,000
Calificación-Número de convocatorias	Chi-cuadrado de Pearson	55,147	24	0,000
	Razón de verosimilitudes	65,306	24	0,000

Fuente: elaboración propia.

Dado que las calificaciones dependen de la titulación y del número de convocatorias, centraremos el estudio posterior en estas variables, para averiguar si el Plan Bolonia hace que mejoren las calificaciones en las asignaturas de Estadística; hacemos este estudio en las cuatro titulaciones (tabla 6). Comparando las cifras correspondientes a la penúltima columna, los resultados revelan que el número medio de convocatorias

necesarias para aprobar en el plan viejo era de 1,781, mientras que con el Plan Bolonia es menor en todos los grados; además, la calificación media sube escasamente (a excepción del doble grado, donde la subida es mayor).

La excepción del doble grado se puede observar claramente en la figura 1, donde se muestran diagramas de cajas de los aprobados en todas las titulaciones. Las cajas nos marcan el 50% de las calificaciones centrales y se aprecia que son más elevadas en el doble grado que en el resto de los estudios; por el contrario, comparando el plan antiguo con los grados simples de plan

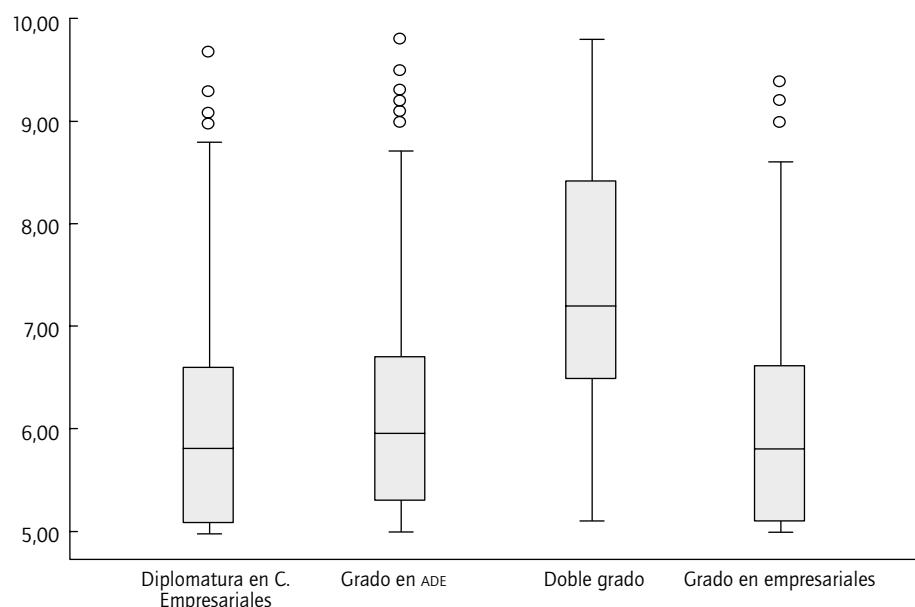
nuevo, vemos ciertas similitudes tanto en media como en dispersión.

Para confirmar esta idea, realizamos contrastes de medias, con la finalidad de estudiar si existen diferencias significativas entre las calificaciones medias de los aprobados de las diferentes titulaciones; en la tabla 7 figuran los p-valores de dichos contrastes en los que la hipótesis nula es la igualdad de medias. Los elevados p-valores indican que no hay diferencias significativas en las calificaciones medias del plan antiguo y el plan nuevo, a excepción del doble grado.

**Tabla 6.**  
*Medidas descriptivas de las calificaciones de los aprobados.*

Estudio	VARIABLES	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típica
Diplomatura en C. Empresariales	Número convocatoria	438	1,00	7,00	1,781	1,190
	Calificación	438	5,00	9,70	6,063	1,055
Grado en ADE	Número convocatoria	462	1,00	3,00	1,091	0,302
	Calificación	462	5,00	9,80	6,131	1,004
Doble grado	Número convocatoria	87	1,00	1,00	1,000	0,000
	Calificación	87	5,10	9,80	7,385	1,261
Grado en Empresariales	Número convocatoria	175	1,00	2,00	1,149	0,357
	Calificación	175	5,00	9,40	6,017	1,058

Fuente: elaboración propia.



**Figura 1.** Diagramas de caja de las calificaciones de los aprobados. Fuente: elaboración propia.

Tabla 7.

*Resultados de los contrastes de medias entre las calificaciones de los aprobados de las distintas titulaciones.*

	Valor de estadístico	Grados de libertad	P-valor
Diplomatura en C. Empresariales – Grado en ADE	-0,983	898	0,326
Diplomatura en C. Empresariales – Doble grado	-10,317	523	0,000
Diplomatura en C. Empresariales – Grado en Empresariales	0,494	611	0,621
Grado en ADE – Doble grado	-8,772	547	0,000
Grado en ADE – Grado en Empresariales	1,262	635	0,207
Doble grado – Grado en Empresariales	9,238	260	0,000

Fuente: elaboración propia.

A continuación, estudiaremos si existen diferencias significativas por razón de sexo sobre las calificaciones medias de los aprobados en todas las observaciones disponibles (véase la última fila de la tabla 8). Analizando los datos, se puede observar que la calificación media de las mujeres (6,252) es más elevada que la de los hombres (6,085) y que las desviaciones típicas muestran una mayor variabilidad en las notas de las mujeres (1,139 y 1,052, respectivamente); además, el p-valor unilateral obtenido en el contraste de igualdad de medias toma el valor 0,005, confirmando la afirmación anterior.

Tabla 8.

*Medidas descriptivas de las calificaciones de los aprobados en función del género.*

Estudio	Hombres			Mujeres		
	Media	N	Desv. Típ.	Media	N	Desv. Típ.
Diplomatura en C. Empresariales	6,037	178	1,032	6,081	260	1,072
Grado en ADE	6,000	203	0,916	6,233	259	1,058
Doble grado	7,472	32	1,223	7,334	55	1,290
Grado en Empresariales	5,821	71	0,940	6,150	104	1,117
Total	6,085	484	1,052	6,252	678	1,139

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, no sabemos si estas discrepancias por razón de género son válidas en todas las titulaciones estudiadas. Para ello, dividimos todas las observaciones en las cuatro titulaciones de las que poseemos información (véase tabla 8 y los correspondientes diagramas de cajas en la figura 2).

A partir de la tabla 8, se aprecian diferencias en las calificaciones medias en hombres (6,000) y mujeres (6,233) del grado en ADE y más aún en empresariales (5,821 y 6,150, respectivamente). A la vista de la figura 2, las cajas en

ambas titulaciones no se ubican en intervalos similares, indicativos de que el 50% central de las calificaciones no se mueven en intervalos próximos.

Los resultados evidencian diferencias de género en las calificaciones medias de los aprobados en los grados en ADE y en Empresariales; por el contrario, no encontramos tales diferencias ni en la diplomatura ni en el doble grado (p-valores bilaterales de 0,012, 0,043, 0,666, 0,627 para las titulaciones de grado en ADE, grado en empresariales, diplomatura y doble grado, respectivamente).

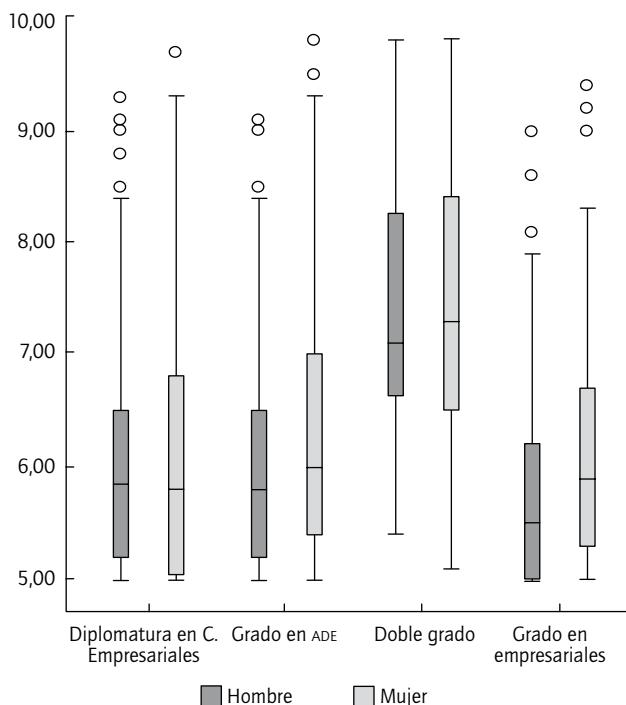


Figura 2. Diagramas de caja de las calificaciones de los aprobados en función del género. Fuente: elaboración propia.

## Conclusiones

En este trabajo hemos querido mostrar evidencia empírica sobre los cambios a nivel académico que ha supuesto el Plan Bolonia. En concreto, hemos elegido diferentes asignaturas de estadística descriptiva y probabilidad (sin abordar la parte inferencial, que usualmente es más difícil de superar por los alumnos) de nuestro Plan de Organización Docente; todas ellas tienen contenidos similares antes y después de ponerse en marcha el EEE; los cursos estudiados fueron desde 2006/2007 hasta 2011/2012. En nuestro ánimo está la comparación entre los resultados académicos obtenidos en las antiguas y las nuevas titulaciones de la Facultad de Economía y Empresa de la UDC.

Realizar comparaciones entre metodologías docentes dispares que incluyen acortar la longitud de las asignaturas, cambios en el tipo de evaluación, etc., podrían mejorar en sí mismo los resultados obtenidos tras el Plan Bolonia. Sin embargo, nuestro objetivo en este trabajo no es otro que demostrar empíricamente cómo varían los resultados académicos antes y después, siendo conscientes de que las modificaciones metodológicas inherentes a este proceso se realizaron para mejorar el aprendizaje.

Tras este estudio concluimos que se produjo un cambio sustancial en el porcentaje de presentados tras la implantación del EEE, porcentaje que aumentó considerablemente en todos los grados. Además, se produjo un aumento considerable en las tasas de rendimiento –aprobados entre matriculados–, con lo que se evidencia un sistema que incentiva al estudiante a presentarse a los exámenes y, por tanto, favorece la participación en los métodos de evaluación. Además, este hecho reduce el fracaso académico en términos globales y lleva aparejada una mejora desde el punto de vista social y económico. A nuestro entender, los motivos fundamentales que conducen a la mejora de los resultados académicos se resumen en los siguientes: la reducción del número de alumnos por grupo, lo que propicia una relación más cercana entre el profesor y el alumno, y la evaluación continua, que promueve un seguimiento al estudiante por parte del profesor, que a su vez implica una mayor dedicación a su actividad docente. De este modo, los alumnos preparan las asignaturas diariamente y evitan la acumulación del trabajo.

Nuestra práctica docente nos confirma que las mejores calificaciones las obtienen los alumnos en la primera convocatoria. Esta idea la hemos respaldado con los datos de este estudio antes y después del EEE. Asimismo, se constata una disminución en el número de convocatorias necesarias para aprobar las asignaturas tras la implantación del Plan Bolonia.

Otra evidencia de este estudio es que la calificación media antes y después del Plan Bolonia es prácticamente igual, con la excepción del doble grado; la explicación puede estar en que estas asignaturas son de contenidos similares. Además, por razón de género, se aprecian diferencias significativas en las calificaciones medias de los alumnos antes de la implantación del Plan Bolonia, cuyas discrepancias se mantienen en los grados estudiados (con la excepción del doble grado).

Una pregunta que subyace en nuestro quehacer diario es si los esfuerzos que estamos realizando como docentes para adaptarnos a las metodologías propuestas por el EEE se traducen en una mejora de los resultados académicos. Fruto de este trabajo llegamos a las siguientes afirmaciones: el Plan Bolonia aumenta el porcentaje de presentados, aumenta la tasa de rendimiento, involucra al alumno en el sistema de aprendizaje y se obtienen similares resultados académicos en menor tiempo.

Una vez comprobadas las ventajas que el Plan Bolonia ha supuesto en las asignaturas de carácter cuantitativo de la Facultad de Economía y Empresa, nuestro siguiente objetivo es evaluar estos resultados en asignaturas pertenecientes a otras áreas, así como ver si se mantienen o incluso se mejoran a lo largo del tiempo.

## Referencias bibliográficas

- Agoston, S., & Igret, R. (2014). Implementation of Bologna Reforms: A Comparative Analysis between Participating Countries. En A. M. Dima (ed.), *Handbook of Research on Trends in European Higher Education Convergence* (pp. 106-123). Bucharest: IGI Global. doi:10.4018/978-1-4666-5998-8.ch006
- Amaral A., & Neave, G. (2009). On Bologna, Weasels and Creeping Competence. *Higher Education Dynamics*, 26, 281-299. doi:10.1007/978-1-4020-9505-4\_12
- Amaral, A., Neave, G., Musselin, C., & Maassen, P. (2009). European Integration and the Governance of Higher Education and Research. *Higher Education Dynamics*, 26, Springer. doi:10.1007/978-1-4020-9505-4
- Blass, E. (2012). Is Bologna Sustainable in the Future? Future Testing the Bologna Principles. En A. Curaj, P. Scott, L. Vlaescanu, & L. Wilson (Eds.), *European Higher Education at the Crossroads* (pp. 1057-1072). Dordrecht: Springer. [http://dx.doi.org/10.1007/978-94-007-3937-6\\_53](http://dx.doi.org/10.1007/978-94-007-3937-6_53)
- Blázquez, C., Cantarero, D., & Pascual, M. (2016). Evaluación continua y entornos grupales: el caso de las asignaturas "Economía Pública" y "Economía del Gasto Social". *e-pública. Revista electrónica sobre la enseñanza de la Economía Pública*, 18, 49-61.
- Caballero, G., & Garza, M. D. (2012). Innovando la docencia superior en Economía: trabajo cooperativo y elaboración participativa de contenidos. *REDU- Revista de Docencia Universitaria*, 10(2), 319-327.
- Calderón, C., & Escalera, G. (2008). La evaluación de la docencia ante el reto del Espacio Europeo de Educación Superior, *Educación XXI*, 11, 237-256. doi:10.5944/educxxi.11.0.316

- Caride, J. A. (2008). El Grado en Educación Social en la construcción del Espacio Europeo de Educación Superior. *Educación XXI*, 11, 103-131. doi:10.5944/educxx1.11.0.311
- Coll, V., & Blasco, O. M. (2009). Aprendizaje de la estadística económico-empresarial y uso de las TICS. *EDUTEC-E. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 28, 1-20. doi:10.21556/edutec.2009.28.457.
- Coterón, J., Franco, E., & Gil, J. (2012). Opinión del alumnado sobre la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior en estudios de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. *Revista Complutense de Educación*, 23(1), 191-206.
- Curaj, A., Scott, P., Vlasceanu, L., & Wilson, L. (2012). *European Higher Education at the Crossroads: Between the Bologna Process and National Reforms*. Ámsterdam: Springer.
- De-Juanas, A., & Beltrán, J.A. (2014). Valoraciones de los estudiantes de ciencias de la educación sobre la calidad de la docencia universitaria. *Educación XXI*, 17(1), 59-82. doi:10.5944/educxx1.17.1.10705
- Garfield, J., & Chance, B. (2000). Assessment in statistics education; Issues and challenges. *Mathematics Thinking and Learning*, 2(1-2), 99-125. doi:10.1207/s15327833mtl0202\_5
- González, J. M., Arquero, J. L., & Hassall, T. (2009). Bologna and beyond: a comparative study focused on UK and Spanish accounting education. *Higher Education in Europe*, 34(1), 113-125. doi:10.1080/03797720902747082
- Gornitzka, A. (2009). Networking Administration in Areas of National Sensitivity: The Commission and European Higher Education. *Higher Education Dynamics*, 26, 109-131. doi:10.1007/978-1-4020-9505-4\_5
- Herrera-Torres, L., & Lorenzo-Quiles, O. (2009). Estrategias de aprendizaje en estudiantes universitarios. Un aporte a la construcción del Espacio Europeo de Educación Superior. *Educación y Educadores*, 12(3), 75-98.
- Hunter, G. (2008). Aprendizaje activo y metodologías educativas. *Revista de Educación*, n.º extrao, 59-81.
- Jano, M. D., & Ortiz, S. (2007). Experiencia de innovación docente en estadística económica. *Red U. Revista de Docencia Universitaria*, 5(2), 1-11.
- Jansen, D., & Pruisken, I. (2015). The Changing Governance of Higher Education and Research. *Higher Education Dynamics*, 43. Berlín: Springer. doi:10.1007/978-3-319-09677-3
- Lloret, T., & Mir, A. (2008). ¿Qué ha ocurrido en el primer año de implementación del EES en algunas titulaciones?: Un primer balance en la UPF en términos de rendimiento académico, satisfacción y proceso de enseñanza-aprendizaje. *Revista de Docencia Universitaria*, 7(1), 1-17.
- Márquez, A. M., Brey, R., Caro, M. D., Carazo, A. F., Hernández, A. G., Ramírez, J. M. y Segovia, M. M. (2012). Adaptación a los nuevos Grados de las metodologías docentes empleadas en una asignatura de Estadística Económico-Empresarial. *Revista UPO Innova*, 7, 313-323.
- Martí, C. P., & Orgaz, N. (2014). Análisis del uso de cuestionarios en Contabilidad Financiera. *Educación XXI*, 17(1), 271-290. doi:10.5944/educxx1.17.1.10714
- Martínez, M., & Viader, M. (2008). Reflexiones sobre aprendizaje y docencia en el actual contexto universitario. La promoción de equipos docentes. *Revista de Educación*, n.º extra, 213-234.
- Mills, J. D. (2002). Using computer simulation methods to teach statistics: A review of the literature. *Journal of Statistics Education*, 10(1).
- Montero, M. (2010). El Proceso de Bolonia y las nuevas competencias. *Tejuelo*, 9, 19-37.
- Moore, D. S. (1997). New pedagogy and new content: The case of statistics. *International Statistical Review*, 65(2), 123-165. doi:10.1111/j.1751-5823.1997.tb00390.x
- Padilla-Meléndez, A., Del Águila-Obra, A. R., & Garrido-Moreno, A. (2015). Empleo de Moodle en los procesos de enseñanza-aprendizaje de Dirección de Empresas: nuevo perfil del estudiante en el EES. *Educación XXI*, 18(1), 125-146. doi:10.5944/educxx1.18.1.12314
- Pérez, A., Tabernero, B., López, V. M., Ureña, N., Ruiz, E., Caploch, M. et al. (2008). Evaluación formativa y compartida en la docencia universitaria y el Espacio Europeo de Educación Superior: cuestiones clave para su puesta en práctica, *Revista de Educación*, 347, 435-451.
- Pozo, C., & Bretones, B. (2015). Dificultades y retos en la implantación de los títulos de grado en las universidades españolas. *Revista de Educación*, 367, 147-172.
- Rich, D. (2010). The Bologna Process in European Higher Education. En P. Peterson, E. Baker & B. McGaw (eds.), *International Encyclopedia of Education* (pp. 566-572). Ámsterdam: Elsevier. doi:10.1016/b978-0-08-044894-7.00848-4
- Rumsey, D. J. (2003). From the literature on teaching and learning statistics. *Journal of Statistics Education*
- Sanahuja, M. A., Castillo, E., & Martínez-Solís, I. (2014). Results from the implementation of Bologna plan in several thematic fields of health sciences, in different undergraduate degrees of Cardenal Herrera CEU University. *Proceedings of 7th International Conference of Education, Research and Innovation*, 1370-1376.
- Sánchez, P. (2009). The design, implementation and evaluation of a pilot scheme adapted to the Bologna goals at tertiary level. *Higher Education in Europe*, 34(1), 77-89. doi:10.1080/03797720902747058
- Sánchez-Sellero, P., Sánchez-Sellero, M. C., Sánchez-Sellero, F. J., & Cruz, M. M. (2014). *La adaptación de la docencia a la motivación del alumnado universitario en Innovación docente en los nuevos estudios universitarios. Teorías y métodos para la mejora permanente y un adecuado uso de las TIC en el aula*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Universidad de A Coruña [udc] (2015). *A udc en cifras*. Recuperado el 21 de enero de 2015, de <https://www.udc.gal/cifras/estadistica/index.html?language=es>
- Witte, J. (2009). Parallel Universes and Common Themes: Reforms of Curricular Governance in The Bologna Context. *Higher Education Dynamics*, 26, 227-255. 10.1007/978-1-4020-9505-4\_10
- Witte, J., Huisman, J., & Purser, L. (2009). European Higher Education Reforms in the Context of the Bologna Process: How did We Get Here, Where are We and Where are We Going?. En *Higher Education to 2030, Volume 2, Globalisation* (pp. 205-229). París: OECD. doi:10.1787/9789264075375-9-en
- Zgaga, P. (2012). Reconsidering the EHEA Principles: Is There a "Bologna Philosophy"? En A. Curaj, P. Scotto, L. Vlasceanu & L. Wilson (eds.), *European Higher Education at the Crossroads* (pp. 17-38). Dordrecht: Springer. doi:10.1007/978-94-007-3937-6\_2

# Política pública, mercado y diversidad institucional: las complejidades de clasificar instituciones de educación superior. El ejemplo chileno

PUBLIC POLICY, MARKET AND INSTITUTIONAL DIVERSITY: THE COMPLEXITY OF CLASSIFYING HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS. THE CHILEAN CASE

**ABSTRACT:** This paper studies the difficulties of public policy in the promotion of diversity in higher education systems. Classifications are considered as one of the tools for stimulating such diversity. However, the construction of classifications should take into account a set of theoretical and empirical complexities, as well as context-based aspects that influence their effects; especially the emergence of higher education markets and rankings. This work formulates some hypotheses that allow going further in the study of the relationship between public policy and systems diversity. For this, we reviewed theoretical elements around classifications, the market of higher education and previous classification experiences in Chile. Particularly, we study the classification adopted by the Ministry of Education of Chile in 2012 and its potential effects in the long term.

**KEYWORDS:** Higher education, diversity, classification, ranking, public policy.

**POLÍTICA PÚBLICA, MERCADO E DIVERSIDADE INSTITUCIONAL: AS COMPLEXIDADES DE AVALAR INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR. O EXEMPLO CHILENO**

**RESUMO:** Este artigo analisa a dificuldade que a política pública tem para fomentar a diversidade dos sistemas de ensino superior. Uma das ferramentas que pode ser utilizada para isso são as classificações. Contudo, sua elaboração deve considerar uma série de complexidades teóricas e empíricas, bem como aspectos contextuais que interferem seus efeitos, em especial, o surgimento de mercados de ensino superior e rankings. Finalmente, apresentam-se algumas hipóteses que permitem avançar no estudo da relação entre política pública e diversidade dos sistemas. Para sua formulação, são revisados elementos teóricos das classificações, do mercado do ensino superior e das experiências de classificação que existem no Chile. Em particular, analisa-se a implantada pelo Ministério da Educação, em 2012, e seus possíveis efeitos de longo prazo.

**PALAVRAS-CHAVE:** classificação, diversidade, ensino superior, política pública, ranking.

**LES POLITIQUES PUBLIQUES, LE MARCHÉ ET LA DIVERSITÉ INSTITUITIONNELLE: LA COMPLEXITÉ DE LA CLASSIFICATION DES ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR. L'EXEMPLE CHILien**

**RÉSUMÉ :** Cet article analyse la difficulté de promouvoir la diversité des systèmes d'enseignement supérieur pour les politiques publiques. Les classifications sont un des outils que l'on peut utiliser pour cela. Cependant, leur préparation doit prendre en compte une série de complexités théoriques et empiriques, ainsi que les aspects contextuels qui déterminent leurs effets, en particulier l'émergence des marchés de l'enseignement supérieur et les classements. Enfin, on pose certaines hypothèses qui permettent d'avancer dans l'étude de la relation entre les politiques publiques et la diversité des systèmes. Pour leur formulation, on passe en revue les éléments théoriques des classifications, du marché de l'enseignement supérieur et des expériences de classification qui ont existé au Chili. En particulier, on analyse celle qui a été mise en œuvre par le ministère de l'Education en 2012 et ses éventuels effets à long terme.

**MOTS-CLÉ :** enseignement supérieur, diversité, classification, classement, politiques publiques.

**CITACIÓN:** Fernández Darraz, E. (2018). Política pública, mercado y diversidad institucional: las complejidades de clasificar instituciones de educación superior. El ejemplo chileno. *Innovar*, 28(67), 147-158. doi: 10.15446/innovar.v28n67.68620.

**ENLACE DOI:** <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68620>.

**CLASIFICACIÓN JEL:** I21, I23, I28.

**RECIBIDO:** julio 2015. **ACEPTADO:** octubre 2016.

**DIRECCIÓN DE CORRESPONDENCIA:** Enrique Fernández Darraz. Universidad de Tarapacá, José Victorino Lastarria 26, dpto. 13. Santiago, Chile.

**Enrique Fernández Darraz**

Ph. D. en Sociología

Profesor asociado de la Universidad de Tarapacá

Arica, Chile

efernandezdarraz@gmail.com

Enlace ORCID:

<http://orcid.org/0000-0003-2356-1663>

**RESUMEN:** El presente artículo analiza la dificultad que tiene para la política pública fomentar la diversidad de los sistemas de educación superior. Una de las herramientas que se puede utilizar para ello son las clasificaciones. No obstante, su elaboración debe tener en cuenta una serie de complejidades teóricas y empíricas, así como aspectos contextuales, que inciden en sus efectos, en especial, el surgimiento de mercados de educación superior y *rankings*. Finalmente, se plantean algunas hipótesis que permiten avanzar en el estudio de la relación entre política pública y diversidad de los sistemas. Para su formulación, se revisan elementos teóricos de las clasificaciones, del mercado de la educación superior y de las experiencias de clasificación que han existido en Chile. En particular, se analiza la implementada por el Ministerio de Educación, en 2012, y sus posibles efectos de largo plazo.

**PALABRAS CLAVE:** Clasificación, Diversidad, Educación Superior, Política Pública, *Ranking*.

## Introducción

La diversidad institucional es considerada un atributo relevante de los sistemas de educación superior. Las razones para ello son variadas: unas se refieren a la posibilidad de enfrentar mejor los desafíos de un mercado laboral de dinamismo y complejidad crecientes; otras, a la atención más focalizada que se puede prestar a los intereses de grupos sociales específicos. Por último, también se argumenta que esta contribuye a dar mayor eficiencia a los sistemas educativos (Van Vught, 2008).

Pareciera ser, sin embargo, que la diversidad no surge de forma espontánea, como una consecuencia natural del desarrollo y expansión de los sistemas. Al interior de estos conviven fuerzas de distinto origen, que desatan simultáneamente tendencias diferenciadoras y homogeneizadoras.

Entre las primeras están las que generan las propias organizaciones producto de su aumento y del surgimiento de cada vez más instituciones privadas. También se encuentran la presión que ejerce la sociedad sobre las universidades

para que atiendan a sus exigencias de pertinencia y, en general, las fuerzas de mercado que impulsan la competencia y la innovación.

Entre las tendencias homogeneizadoras están aquellas que tienen su origen en el Estado y la política pública, y aquellas radicadas en los contenidos simbólicos ampliamente compartidos por la sociedad y que proveen de sentido al concepto de universidad, como, por ejemplo, el prestigio (Fumasoli y Huisman, 2013; Horta, Huisman y Heitor, 2008).

Estas tendencias homogeneizadoras pueden verse fortalecidas cuando instrumentos diseñados por la política pública para clasificar instituciones (es decir, para representar y eventualmente promover su diversidad) terminan operando como mecanismos normativos oficiales de distribución de prestigio y de recursos; en otras palabras, cuando se combinan fuerzas homogeneizadoras provenientes del Estado y del mercado (Salmi y Saroyan, 2007; Ziegele, 2013).

Este artículo aborda algunas de las dificultades para enfrentar la diversidad de los sistemas de educación superior desde la política pública. Para ello, revisa primero aspectos de la literatura referidos a la relevancia de la diversidad y a las complejidades de alcanzarla; en seguida, analiza elementos del mercado de la educación superior y su carácter eminentemente reputacional; luego, pasa revista a las complejidades teóricas y empíricas de construir clasificaciones, y estudia las experiencias chilenas al respecto, en particular la clasificación implementada en el 2012 por el Ministerio de Educación. A partir de este análisis, se plantean hipótesis respecto de las posibles consecuencias que su uso podría tener en el largo plazo, y se definen ámbitos en los que la investigación sobre la relación entre política pública y diversidad debiera aún avanzar.

Dado que dicha clasificación se basa en conceptos propios de las escalas reputacionales y se encuentra enlazada con la asignación de recursos financieros, es probable que, en lugar de operar como una herramienta analítica que interprete y fomente la diversidad del sistema, genere una poderosa fuerza homogeneizadora que afecte a un segmento importante de universidades.

## Educación superior y diversidad

Los estudios sobre la diversidad en los sistemas de educación superior tienen una larga tradición, inaugurada por el libro de Robert Birnbaum (1983) *Maintaining Diversity in Higher Education*. En él, el autor aplica un modelo de análisis de la ecología de poblaciones que, utilizando seis variables, evalúa el grado de diversidad de las instituciones en ocho estados de Estados Unidos. En su investigación, el autor busca determinar qué elementos favorecen su

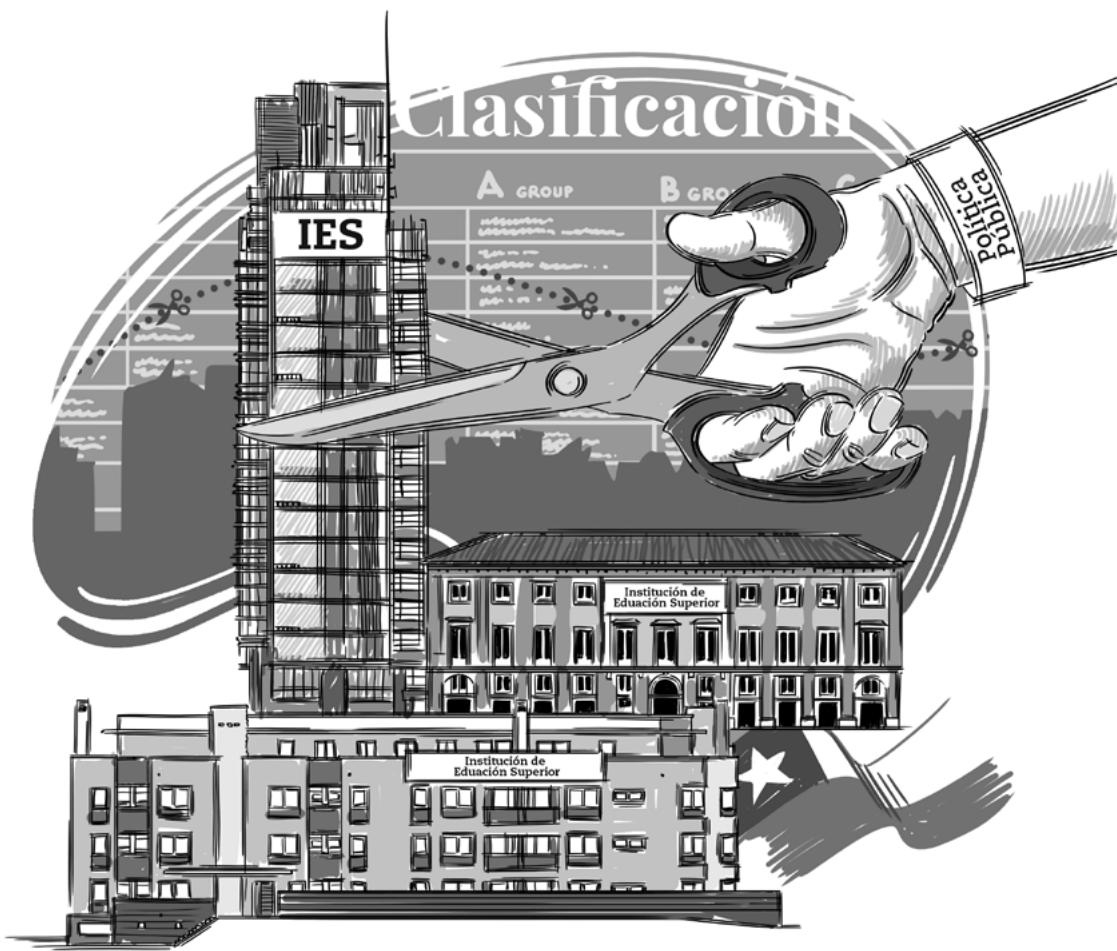
aumento y cuáles la reducen; igual pregunta trata de responder en relación con el impacto de las políticas públicas de educación. Su principal conclusión es que, si bien entre 1960 y 1980 hay un aumento de las instituciones, sus diferentes tipos experimentaron un decrecimiento, disminuyendo su diversidad.

En los treinta años transcurridos desde la publicación de la obra de Birnbaum (1983), la diversidad de los sistemas de educación superior se ha transformado en un tópico de amplio debate, expandiendo su aparato conceptual, su metodología y las dimensiones de análisis. También ha ampliado su cobertura geográfica a un sinnúmero de países como Suecia (Askling, 2012), Israel (Ayalon y Yoge, 2006), Chile (Bernasconi, 2006a) y, Australia (Goedegebuure, Lyons y Lynn-Meek, 1993), China (Zha, 2009), Japón (Kitawa y Oba, 2010), entre otros, dando lugar incluso a la elaboración de estudios e informes nacionales (Huisman, Meek y Wood, 2007; Reichert, 2009).

El tema ha sido abordado desde distintas perspectivas teóricas, como el institucionalismo, la teoría de las identidades, la ecología de poblaciones y la elección estratégica o racional (Fumasoli y Huisman, 2013), y abarca análisis que van desde la diversidad organizacional hasta los programas, que expresarían de mejor manera la capacidad de innovación de las universidades (Dill y Teixeira, 2000).

La literatura coincide en los aspectos positivos que un sistema de educación diverso traería consigo. Se afirma, en primer lugar, que atiende de manera más eficiente las demandas de formación de los estudiantes y mejora la movilidad social, al generar distintas modalidades de acceso y enseñanza. De igual modo, se sostiene que dicha diversidad enfrenta de mejor forma las necesidades del mercado laboral. No menos importante resulta el argumento a favor de la atención que reciben diferentes grupos de interés, quienes se aseguran de ese modo la construcción y reproducción de su propia identidad. Es la diversidad, se afirma, la que además ha hecho posible el paso de una educación superior restringida a la élite a una masiva<sup>1</sup>. Finalmente, también se le adjudica un aumento de la efectividad de las instituciones y la generación de oportunidades para la innovación, al tener estas una gama más amplia de

<sup>1</sup> Junto a la convicción de los gobiernos sobre la relevancia de la educación superior para las economías nacionales, una de las ideas más importantes ha sido fomentar la diversidad de los sistemas. Su origen se encuentra en la creciente masificación de la educación terciaria que, por una parte, hacia inviable atender un ingente volumen de estudiantes solo en universidades de investigación, dado su escaso número y sus altos costos; por otra, en los distintos capitales culturales y motivaciones que los nuevos contingentes de alumnos tenían y que requerían de una oferta más heterogénea (Guri-Rosenblit, Sebkova y Teichler, 2007; Wolter, 2015).



experiencias organizacionales a la vista (Huisman *et al.*, 2007; Guri-Rosenblit *et al.*, 2007; Smith, 2013; Van Vught, 2008).

Respecto del grado de diversidad y de los elementos que la propician, la evidencia es menos clara y presenta resultados no decisivos. Al parecer esta no es una consecuencia natural de su expansión de los sistemas, ni tampoco fácil de conseguir por la vía de la política pública. No está claro que los nuevos mecanismos desregulatorios y de gestión aplicados hayan tenido impactos en el aumento de la diversidad vertical y horizontal de los sistemas (Teichler, 2008). Es más, coincidiendo con los hallazgos de Birnbaum (1983), investigaciones realizadas en Reino Unido, Francia, Suecia, Estados Unidos, Canadá, Holanda y Australia han demostrado que, pese a su expansión y a la creciente autonomía que los gobiernos han dado a las instituciones, generando contextos de competencia, persisten tendencias desdiferenciadoras que acrecientan no la diversidad, sino la homogeneidad de las organizaciones (Van Vught, 2008).

Habitualmente, las razones del aumento o decrecimiento de la diversidad se han vinculado a condiciones de mercado

y a la actividad del Estado: mientras el primero potenciaría la diversidad y la innovación, las regulaciones y el financiamiento estatal la constreñirían (Fumasoli y Huisman, 2013; Horta, *et al.*, 2008).

Hay, sin embargo, un elemento que la literatura no ha considerado debidamente en relación a este tema: la naturaleza del mercado en que la educación superior se desenvuelve. Existe consenso en que este es un mercado reputacional, en el que las instituciones no persiguen el máximo beneficio económico, sino el mayor prestigio (Brunner, 2008). Pero, dado que este es un bien simbólico eminentemente jerárquico, las instituciones se esfuerzan por emular a las que se encuentran en las posiciones más altas. Estos procesos se ven acentuados por un dispositivo adicional que ha ido tomando importancia en los últimos años: los *rankings* (Van Vught, 2008; Van der Wende, 2008; Mause, 2009), que ya no constituyen solo un instrumento de información, sino que se han comenzado a utilizar como referentes para generar políticas públicas (Salmi y Saroyan, 2007).

## El mercado de la educación superior y el efecto de los *rankings*

En las últimas décadas, muchos estados han realizado esfuerzos por reducir los costos de sus sistemas de educación superior, por la vía de intentar aumentar la eficiencia de la gestión financiera de las instituciones. Parte de estos cambios tienen su origen en lo que se conoce como *New Public Management* y en la importante difusión del pensamiento neoliberal: mientras el primero ha desarrollado una nueva forma de comprensión del gerenciamiento de las organizaciones estatales, el segundo ha enfatizado la necesidad de aumentar la competencia y el traslado de costos desde el sector público al privado, por ejemplo, a través del cobro de aranceles (Fernández y Stock, 2007; Álvarez, 2012).

Esta tendencia, que ha combinado una asignación de mayor autonomía, una creciente privatización, exigencias de rendición de cuentas y, en general, la implementación de elementos de mercado, se ha extendido a gran parte del mundo (Newman, Couturier y Scurry, 2004). Todo este esfuerzo ha ido creando un mercado de la educación superior en el que los estados participan a través de lo que se ha llamado *mechanismos de coordinación a distancia* o de *tipo mercado* (Brunner y Uribe, 2007; Álvarez, 2012). Los efectos positivos de esta situación serían no solo la mayor eficiencia económica de las instituciones y de los sistemas, sino también la reducción de costos al aparato público y el empoderamiento de los usuarios (Schuetze, Álvarez y Conrad, 2012).

Estas premisas, sin embargo, se han visto enfrentadas a una situación particular del mercado de la educación superior que ha ido surgiendo. Si bien esta se desenvuelve en una serie de "mercados" de profesores, alumnos, programas de pre y posgrado, investigación y recursos, entre otros (Brunner, 2008; Texeira, Jongbloed, Amaral y Dill, 2004; Massy, 2004; Gumpert, 2000), una característica principal es su carácter eminentemente reputacional. En él, las instituciones no se mueven orientadas por la necesidad de maximizar sus beneficios económicos, sino por aumentar su prestigio (Brunner, 2008)<sup>2</sup>.

Esta situación puede tener efectos contraproducentes y no deseados, que en definitiva atentan contra la eficiencia y vinculación social que se intenta lograr. Estos se expresan en actividades de alto costo que las universidades desarrollan y que buscan situarlas en los peldaños más altos de la escala reputacional como, por ejemplo, excesos de

gastos en "señalización" (Frank, 2001; Winston, 2000), a través de inversiones en publicidad, infraestructura, equipamiento, académicos de renombre, acreditaciones y participación en *rankings* (Mause, 2009; Newman, Couturier y Scurry, 2004). En palabras de Van Vught (2008):

The actions of universities and other higher education institutions appear to be particularly driven by the wish to maximize their (academic) prestige and to uphold their reputations. (...) They compete for all the resources that may have impact on their institutional reputation (p. 168).

Esta competencia por prestigio puede atentar contra los propósitos de mayor eficiencia y mejor respuesta a las necesidades del entorno, ya que las instituciones se focalizan en acrecentar su reputación por sobre otras consideraciones (Fernández y Bernasconi, 2012). Esto genera consecuencias no deseadas, como un aumento de los costos, jerarquías institucionales y estratificación social de los estudiantes. Además, este no es un círculo fácil de romper, ya que, cuanto mayor autonomía, mayores posibilidades tienen las instituciones de involucrarse en la competencia por reputación (Van Vught, 2008).

Este "mercado" de la educación superior estructurado en torno a jerarquías de prestigio se ve reforzado por *rankings* nacionales e internacionales, que definen escalas de prestigio y que son promovidos desde distintas instancias, como periódicos, revistas, universidades, asociaciones profesionales, agencias de acreditación e, incluso, organismos de gobierno (Salmi y Saroyan, 2007).

El reforzamiento de la competencia por la vía de los *rankings*, en lugar de generar procesos de diversificación horizontal de las instituciones, puede producir fuertes tendencias a la estratificación vertical, y esto genera más presión competitiva (Van der Wende, 2008). Un ejemplo destacable es lo sucedido en la década de los años noventa en Estados Unidos: "Reacting to survey results that showed prospective students see 'university' as more prestigious than 'college', more than 160 colleges have changed their names to become universities over the past decade alone" (Newman, Couturier y Scurry, 2004, p. 14). Otro ejemplo es la constante lucha que han venido dando las universidades de Ciencias Aplicadas alemanas para que se les conceda el derecho a dictar doctorados (Holuscha, 2013).

Más allá de sus deficiencias y consecuencias no deseadas, los *rankings* han devenido instrumentos importantes al interior del mercado de la educación superior, en especial desde que esta se ha masificado. Los *rankings* facilitan el conocimiento de las instituciones en un universo que, producto de su expansión, difícilmente podría ser

<sup>2</sup> Esto incluye también a las instituciones de matrícula masiva, que deben tratar de conjugar una orientación que busca el aumento de su estatus y, al mismo tiempo, la captación de grandes volúmenes de estudiantes (Shavit, Arum y Gamoran, 2007).

comprendido por los usuarios y permiten a los estudiantes con menor capital sociocultural distinguir instituciones de acuerdo a las posiciones que ocupan en las escalas reputacionales (Moodie, 2009).

Aunque a juicio de algunos autores las consecuencias que los *rankings* tengan dependerán de qué organismo o empresa propicie dicho ejercicio (Salmi y Saroyan, 2007), parece ser que estos tienen un efecto de mayor alcance, que tiene relación con la legitimación de modelos de instituciones deseables de imitar. Esto es particularmente evidente desde el surgimiento de *rankings* globales que han instalado el concepto de "universidades de clase mundial", para referirse a instituciones centradas en la investigación, lo que tiene como efecto reducir la valoración de otras actividades (Van der Wende y Westerheijden, 2009).

Una complejidad mayor surge cuando, en su búsqueda de más eficiencia, la política pública se enlaza con los *rankings*, ya que a las presiones homogeneizadoras propias de este mercado agrega otras de carácter normativo. En varios lugares, por ejemplo, se han establecido relaciones entre el financiamiento y la productividad científica: Nueva Zelanda, Reino Unido y Hong-Kong, por mencionar tres (Salmi y Saroyan, 2007; Post, Stambach, Ginsburg, Hannun, Benavot y Bjork, 2013).

En síntesis, la política pública debe tender a corregir los efectos no deseados de los mercados y de los *rankings* en la reducción de la diversidad de los sistemas de educación superior (Van der Wende, 2008); de lo contrario, se corre el riesgo de incentivar la competencia hasta niveles atentatorios contra la propia eficiencia del sistema y de la vinculación de este con la sociedad y, más importante aún, de reducir su diversidad y consolidar procesos de estratificación vertical, al legitimar determinados modelos institucionales que resulta beneficioso imitar.

### Complejidades de construir una clasificación de instituciones de educación superior

Las clasificaciones son herramientas descriptivo-analíticas que pueden facilitar la comprensión y promover la diversidad de los sistemas de educación superior. Estas ofrecen una serie de utilidades referidas a aumentar la transparencia en universos de instituciones cada vez más complejos y heterogéneos; a proveer de información confiable para la toma de decisiones; a estimular la colaboración entre instituciones al facilitar la búsqueda de contrapartes con perfiles similares; a contrarrestar el efecto de los *rankings*, ofreciendo otras formas de diferenciación horizontal y no solo las basadas en escalas de prestigio, y, por último,

a generar la base para la formulación de *rankings* más consistentes (Ziegele, 2013).

Elaborar una clasificación, sin embargo, debe lidiar con una serie de dificultades tanto teóricas como prácticas. Una clasificación puede ser entendida, en palabras de Bowker y Star (2000), como: "a spatial, temporal or spatio-temporal segmentations of the world" (p. 10). O, en el caso de referirse a organizaciones (educativas), se le puede entender como: "the way of articulating and systematising different institutions which may serve different functions" (Moodie, 2009, p. 308).

Lo que se intenta con ellas es agrupar objetos en torno a sus similitudes y diferencias, estimadas con base en datos empíricos. Por lo mismo, uno de sus propósitos centrales es dar cuenta de la diversidad de los elementos que componen el universo clasificado, sin establecer (intencionalmente) ningún orden o preferencia (Ziegele, 2013).

No obstante –y esta es una de las primeras complejidades teóricas de elaborar una clasificación–, su construcción no es algo neutro. Su elaboración implica opciones conceptuales y operativas que determinan qué es lo que se incluirá y qué permanecerá ausente. Esto abarca no solo elementos referidos a definiciones teóricas, sino también puede implicar opciones políticas, morales e, incluso, estéticas (Bowker y Star, 2000). Esta es la primera complejidad del ejercicio de clasificar: depende de quién clasifique y con qué propósito se optará por determinada definición de categorías, en función de criterios específicos<sup>3</sup>.

Una segunda complejidad teórica se refiere a la capacidad que deben tener las categorías que componen una clasificación de permitir identificar y agrupar objetos (instituciones) homólogos y, a la vez, ser categorías mutuamente excluyentes (Bowker y Star, 2000). Sucede con frecuencia que las fronteras de los distintos segmentos se tornan difusas y algunas instituciones situadas en los bordes se consideran dentro de una categoría a la que no corresponden completamente. Más complejo aún: puede suceder que una institución pertenezca a más de un segmento, aunque en general las clasificaciones no lo permitan<sup>4</sup>. Por otra parte, a pesar de la gran diversidad de los sistemas de educación superior, las clasificaciones deben seguir un principio de parsimonia. Es decir, las instituciones deben agruparse en

<sup>3</sup> Esto explica, por ejemplo, la detallada distinción que realizó la Fundación Carnegie, cuando publicó su clasificación en 1973. Mientras en el nivel de doctorado generó cuatro categorías para 173 instituciones, en el nivel de los *colleges* de dos años generó una categoría para 1.063 instituciones (McCormick, 2013).

<sup>4</sup> Salvo la clasificación europea U-MAP, por su carácter multidimensional.

un número de categorías que sean analíticamente manejables y significativas para la comprensión del universo clasificado (McCormick, 2013; Prescott, 2011).

Dentro del mismo nivel teórico existe una tercera complejidad relacionada con el foco de la clasificación, que se refiere a los objetivos, criterios, dimensiones y variables que se considerarán para elaborarla, ya que la combinación de estos elementos puede generar muchas opciones de clasificación (Bernaconi, 2006b). La selección de los criterios, dimensiones y variables no solo se ve determinada por los propósitos u objetivos, sino también por la disponibilidad de datos empíricos, que muchas veces reduce la potencialidad conceptual de una clasificación a una realidad empírica mucho más limitada (Prescott, 2011).

En este punto, se genera una complejidad adicional que vincula la dimensión teórica de una clasificación con sus aspectos prácticos: decidir si se tratará de una clasificación *a priori* o una derivada de los datos. Es decir, si será construida "desde arriba", a partir de criterios y conceptos preexistentes, o si primero se analizará las instituciones en función de los datos disponibles y luego se realizará la clasificación (Brint, 2013).

Habitualmente, se utiliza la primera opción, aunque esta tiene varias complejidades: una de ellas es que las categorías pueden ser más difusas al estar basadas más en juicios y percepciones de expertos que en data empírica; otra dificultad puede ser la falta de flexibilidad para capturar nuevas formas y modalidades educativas, lo que puede provocar que quede rápidamente obsoleta, requiriendo permanentes actualizaciones<sup>5</sup>. Una construcción de base empírica tiene, por su parte, otras complejidades: una de las más importantes es el requerimiento de una data homogénea para clasificar a todas las instituciones, lo que puede reducir significativamente la amplitud de una clasificación (Ruef y Nag, 2011; McCormick, 2103).

En el plano empírico, está la dificultad que representa la disponibilidad de datos suficientes y confiables. Este aspecto tiene, al menos, dos dimensiones a considerar: por una parte, el origen de estos y, por otra, las dimensiones del quehacer organizacional que permiten abordar. En la primera dimensión del problema, hay que lidiar con el grado de desarrollo de los sistemas nacionales de información y con recolecciones de determinados datos que la política pública privilegia. También los sistemas de información de las propias instituciones pueden tener un fuerte impacto en su

<sup>5</sup> Esto es lo que explica, en gran medida, las sucesivas modificaciones que se le han realizado, por ejemplo, a la Clasificación Carnegie: publicada inicialmente en 1973, se le han hecho modificaciones en los años 1976, 1987, 1994, 2000, 2005 y 2010.

disponibilidad<sup>6</sup>. En la segunda dimensión, con frecuencia se debe enfrentar la falta de indicadores que vayan más allá de las ideas clásicas de universidad –vinculadas a la investigación– y que aborden otras dimensiones del quehacer institucional (Van der Wende, 2008; Prescott, 2011).

A las complejidades mencionadas más arriba, es necesario agregar otra que merece una atención especial: el problema que se produce por la homologación que habitualmente se realiza entre clasificación y *ranking*. A pesar de que las clasificaciones –en general– no buscan constituirse en *rankings* (en ocasiones son la base de estos<sup>7</sup>), dependiendo del tipo de conceptos y la forma en que utilicen los indicadores, estas pueden operar en el mismo sentido. Es lo que en parte ha sucedido, por ejemplo, con la clasificación de la Fundación Carnegie, que ha generado un interés en las instituciones por moverse ascendentemente en ella (Fernández, 2003; McCormick, 2013).

Esto se produce por dos razones: i) porque los segmentos tienden a ser comprendidos jerárquicamente cuando las clasificaciones usan criterios asociados a modelos y conceptos de universidades que se entienden de ese modo ("universidades de clase mundial", "universidad de investigación intensiva", entre otros), y ii) porque al interior de los segmentos con frecuencia se realizan ordenaciones jerárquicas con base en indicadores cuantitativos.

Idealmente, ambas herramientas –clasificaciones y *rankings*– deberían operar no de manera superpuesta, sino complementaria. Mientras las clasificaciones dan cuenta de la diversidad horizontal de los sistemas, los *rankings* deberían describir su diversidad vertical (Ziegele, 2013).

## Clasificaciones chilenas y política pública de educación superior

El sistema de educación superior chileno ha experimentado, en los últimos 35 años, una evolución tal que lo hace un caso de estudio muy interesante, desde el punto de vista del análisis de la diversidad institucional; en primer lugar, se ha expandido de manera acelerada, pasando de 120.000 a más de un millón de estudiantes, y de ocho universidades a más 150 instituciones; luego, porque este crecimiento ha

<sup>6</sup> A modo de ejemplo, se puede citar lo que sucede con los programas de doctorado en Alemania: no se cuenta con datos de los estudiantes que cursan estudios, sino solo de quienes se matrículan y titulan. Intentar mejorar la disponibilidad de datos en este nivel ha sido una de las preocupaciones del Consejo Científico Alemán (Wissenschaftsrat, 2011).

<sup>7</sup> Se puede afirmar incluso que los *rankings* solo hacen sentido si definen grupos comparables de instituciones; por lo mismo, una clasificación es un requisito para estos (Van der Wende, 2008).

tenido lugar en un contexto de baja regulación, lo que ha permitido el surgimiento de una enorme variedad de instituciones (especialmente privadas), generando una gran segmentación en términos de calidad, misiones institucionales, composición social de la matrícula, regionalidad, entre otras variables; por último, porque esta expansión y diversidad ha generado una complejidad no fácil de comprender y administrar.

Por esta última razón, varios actores públicos y privados han formulado una gran cantidad de clasificaciones de instituciones de educación superior. La mayoría de ellas, sin embargo, corresponde más bien a alguna forma de *ranking* que usa como base una clasificación o es una combinación de ambos.

### Clasificaciones no estatales

Una clasificación pionera fue elaborada por Herman Schwember en el 2003, que utilizaba como eje para sus distinciones cuatro elementos: i) la condición pública o privada de la institución; ii) la dependencia: del Consejo de Rectores o no; iii) la condición confesional o no, y iv) el origen del sostenedor: civil, militar, internacional. El resultado es una matriz que categoriza y sitúa a las instituciones según dichas variables. Su principal característica radica en que utiliza elementos asociados a la propiedad y tipo de propietario, así como a la orientación institucional (Schwember, 2003). Si bien esta clasificación no incurre en el error de adoptar la forma de un *ranking*, no permite conocer aspectos del funcionamiento o misión institucional.

Otra clasificación de larga data fue realizada por José Joaquín Brunner en el 2005, quien utilizaba ocho variables: i) naturaleza jurídica de la universidad (pública o privada); ii) tamaño medido por la matrícula total; iii) cobertura por áreas profesionales; iv) selectividad medida por alumnos de altos puntajes en las pruebas de selección; v) capacidad de investigación; vi) misión declarada por las instituciones; vii) mercado regional de pertenencia, y viii) posición de prestigio en los *rankings*. El eje central de análisis es la "segmentación de mercado" (en torno a mercados regionales) y, por lo mismo, el criterio principal de discriminación es la selectividad en la matrícula. Si bien el propósito final de esta propuesta es clasificar, al ordenar jerárquicamente las instituciones en torno a la variable *selectividad*, el resultado es mixto: simultáneamente una clasificación y un *ranking*. Pero, además, tiene una debilidad conceptual, ya que la matriz sobre la que se construyen las distinciones no establece criterios excluyentes, de modo que la pertenencia a una u otra categoría no se da como una consecuencia natural de su aplicación, sino que para algunas

instituciones esta es definida por los autores (Brunner, Elacqua, Tillett, Bonnefoy, González, Pacheco *et al.*, 2005).

En el 2009, el mismo autor realizó una nueva clasificación, estableciendo siete categorías, con base en una batería de 16 variables que cubren aspectos eminentemente cuantitativos, asociados a sedes, tipos de programas, acreditación, tamaño, matrícula y titulados, investigación, y selectividad de la matrícula. Con esta nueva clasificación, Brunner logra superar varias de las críticas a su trabajo anterior (Bernasconi, 2006b); no obstante, persisten elementos de jerarquización en torno a producción científica y selectividad. Por otra parte, reitera la debilidad conceptual que presenta el trabajo del 2005, al no construir categorías exclusivas y autoexplicativas. Las distinciones utilizadas son investigación, condición regional (con una subdivisión entre estatal y católica), especialización relativa, privadas selectivas, y privadas de tamaño mayor y tamaño menor (no selectivas) (Brunner, 2009).

José Parada presentó en el 2010 una nueva propuesta de clasificación (Parada, 2010). Los criterios utilizados fueron propiedad de la universidad, organización jurídica y tipo de bienes o productos que ofrece. De ese modo, distingue primero entre universidades de propiedad estatal y de propiedad no estatal. Al interior de este segundo grupo genera tres subdivisiones: i) de propiedad de organismos religiosos; ii) de corporaciones o fundaciones sin fines de lucro, y iii) de grupos u organizaciones privadas. Luego, separa entre corporaciones de derecho público (universidades estatales y católicas) y universidades de derecho privado. Finalmente, distingue entre los tipos de bienes que entregan: i) títulos profesionales y grados académicos; ii) investigación y desarrollo, y iii) extensión universitaria. La combinación de estos elementos da lugar a una clasificación compuesta por tres grupos de instituciones, con varias subdivisiones en su interior: a) universidades completas: que ofrecen una amplia gama de productos y servicios; b) universidades docentes, y c) universidades de investigación (Parada, 2010). La clasificación resulta un ejercicio interesante, pero finalmente llega a las distinciones clásicas (universidades públicas, privadas, de investigación, completas y docentes), por una vía más compleja. La vía escogida, sin embargo, es funcional a sus propósitos de facilitar la asignación de recursos públicos a partir de la identificación del tipo de bien o producto que se ofrece.

Un quinto trabajo fue realizado por Torres y Zenteno en el 2011. Su objetivo explícito es construir una clasificación y en ningún caso elaborar un *ranking* "que establezca jerarquías entre las instituciones" (Torres y Zenteno, 2011, p. 14). Su formulación distingue entre criterios primarios y secundarios: en los primarios ubica la selectividad y la

principal función institucional (distinguiendo entre universidades de investigación, universidades con investigación y universidades esencialmente docentes con investigación); en los secundarios, consigna tamaño y acreditación. Al igual que el trabajo de Brunner *et al.* (2005), este también usa como criterio principal la selectividad. De modo que su propósito inicial tiene un resultado inverso: el trabajo se transforma principalmente en un *ranking* y secundariamente en una clasificación (Torres y Zenteno, 2011).

Otro intento de clasificar las instituciones fue el de Reyes y Rosso en el 2012. Al igual que el trabajo antes citado, ellos buscan rehuir la construcción de un *ranking* y su propósito es "clasificar a las universidades chilenas sobre la base de las principales actividades que ellas realizan" (Reyes y Rosso, 2012, p. 3). El eje de su trabajo está constituido por la oferta o no de doctorados en las distintas universidades. En seguida, utilizan otros criterios: producción científica medida por artículos indexados y áreas del conocimiento que cubren los programas de doctorado. A partir de estas variables, construyen una clasificación de instituciones que reúnen en cuatro grupos: universidades docentes, docentes con proyección en investigación, con investigación y doctorados en áreas selectivas, y de investigación y doctorados. El resultado es similar al de los trabajos anteriores: establecen una tipología organizada en cuatro segmentos, al interior de los que jerarquizan las instituciones a partir de las variables definidas. De ese modo, si bien la propuesta genera una clasificación, esta termina siendo la base de un *ranking* (Reyes y Rosso, 2012).

La más reciente clasificación fue realizada por Muñoz y Blanco (2013), quienes critican los trabajos anteriores, ya que en relación a las instituciones estos "no hacen referencia directa a las condiciones de operación efectiva o misión que las caracteriza" (Muñoz y Blanco, 2013, p. 184). Por lo mismo, ellos buscan situarse en la tradición de las clasificaciones no realizadas *a priori*, sino cuyas categorías se derivan de los datos, según los resultados de un análisis de factores. Finalmente, afirman ir más allá de las clasificaciones precedentes, superando las objeciones planteadas por Bernasconi (2006b) e instaurando una nueva etapa en la evolución de las clasificaciones, definida como taxonómica, que sucede a las etapas histórica y tipológica. El resultado del análisis se expresa en cinco categorías: i) universidades de investigación, ii) universidades masivas, iii) universidades de acreditación, iv) universidades elitistas, y v) universidades no elitistas. Si bien los autores logran superar varios de los problemas que conlleva un *ranking*, construyen una clasificación que no facilita las distinciones, ya que contiene categorías superpuestas y no excluyentes; por ejemplo "universidades de acreditación",

"universidades masivas" y "universidades no elitistas" (Muñoz y Blanco, 2013).

## La clasificación del Ministerio de Educación

El Ministerio de Educación elaboró en el 2012 una clasificación de universidades con el propósito de distribuir recursos del denominado Fondo Basal por Desempeño (Reich, 2012). Históricamente, la principal distinción utilizada por la política pública chilena era de naturaleza jurídico-administrativa y distinguía entre universidades del Consejo de Rectores (16 estatales y 9 privadas) y universidades privadas (36), fundadas con posterioridad a 1980. En torno a esta tipología, se ha articulado la relación entre el Estado y las universidades, y se ha definido gran parte de la política pública. Al primer grupo esta le ha reconocido un carácter público y, por lo mismo, ha contribuido parcialmente a su financiamiento directo (Fernández, 2011).

Si bien la clasificación elaborada por el Ministerio no altera este criterio y se refiere solo al primer grupo de instituciones, por primera vez intenta realizar distinciones que permitan elaborar "una categorización institucional básica que refleje la diversidad del sistema de educación superior chileno" (Reich, 2012, p. 4).

La clasificación se basó en el ya mencionado trabajo de Reyes y Rosso (2012), pero redujo las categorías a tres: i) universidades con énfasis en la docencia, investigación y programas de doctorado; ii) universidades con énfasis en la docencia e investigación focalizada, y iii) universidades con énfasis en la docencia. Al interior de ellas ordena a las instituciones, según los resultados exhibidos en 11 indicadores, a fin de poder asignar los recursos.

Más allá del esfuerzo ministerial por trascender las distinciones jurídico-administrativas, al categorizar y jerarquizar las instituciones según indicadores de productividad el resultado concreto ha sido un *ranking* que tiene como base una clasificación. Este hecho podría generar, en el mediano plazo, importantes procesos de homogeneización organizacional, atentando contra la diversidad del sistema, al menos en lo que respecta al conjunto de universidades que conforman el Consejo de Rectores de las Universidades chilenas se refiere (25).

La reciente implementación del instrumento no permite evaluar aún sus efectos en este sentido, pero hay dos elementos que dan plausibilidad a la hipótesis. Primero, el hecho de que las categorías utilizadas tienen una histórica aplicación en las clasificaciones y *rankings* chilenos, y se fundan en conceptos normativos que valorizan determinados tipos de instituciones y actividades por sobre otras. Segundo, el que dicha valorización está acoplada

proporcionalmente a la asignación de los recursos; es decir, los montos promedio recibidos son mayores según la categoría en que se sitúen y el lugar que en ellas ocupen: mientras las instituciones ubicadas en la categoría I recibieron en el 2014, en promedio, 1.300 millones de pesos chilenos (2 millones de dólares), las de la categoría II obtuvieron 876 millones de pesos chilenos (1,4 millones de dólares) y en la categoría III 438 millones de pesos chilenos (700.000 dólares) ([www.mecesup.cl](http://www.mecesup.cl)).

### Premisas para el análisis de la relación entre la política pública y la diversidad institucional

Del análisis realizado se deduce una serie de premisas que pueden contribuir al estudio de la relación entre política pública y diversidad institucional. Estas resultan particularmente relevantes para evitar que instrumentos como las clasificaciones fomenten procesos de estratificación vertical de las instituciones, atentando contra la diversidad de los sistemas.

### La dicotomía Estado-mercado

A pesar de las dificultades conceptuales para definirlos y delimitarlos, la dicotomía Estado-mercado ha sido uno de los ejes centrales del análisis de la diversidad de los sistemas de educación superior (Kent, 2012). Mientras al Estado se le ha visto como un actor que, por su naturaleza normativa, la constriñe, al mercado se le tiende a ver como el espacio en que esta se expande (Fumasoli y Huisman, 2013; Horta, *et al.*, 2008). La literatura, sin embargo, no es concluyente. Sus hallazgos recientes son contradictorios y demuestran que un aumento de la lógica de mercado no lleva de manera automática al acrecentamiento de la diversidad, detectándose procesos en que ella incluso se ha reducido (Teichler, 2008; Van Vught, 2008).

Lo que esta discusión ha pasado por alto es la evolución que han tenido estos mercados de educación superior y que han hecho de la reputación institucional uno de sus rasgos característicos. Es decir, estos se han constituidos en espacios donde no primaría la racionalidad económica instrumental que busca optimizar la generación de utilidades o lograr un máximo de eficiencia, sino que el motor de la competencia entre las instituciones sería el prestigio (Brunner, 2008). Visto así, entonces, no solo el Estado puede desatar fuerzas homogeneizadoras, sino también el mercado, a través del establecimiento de criterios de discriminación basados en conceptos como prestigio o reputación, ya que ellos llevarían a las universidades a

tender a emular a aquellas que son percibidas como más prestigiosas.

### Los puntos de cruce entre el Estado y el mercado

A pesar de que con frecuencia se les entiende como separados y con lógicas de funcionamiento contrapuestas, el Estado y el mercado tienen una serie de intersecciones (Álvarez, 2012; Kent, 2012). Estas se refieren no solo la definición normativa de los ámbitos de acción y atribución de lo público y lo privado, sino también a conceptos y operaciones concretas en que se alternan herramientas del Estado en la acción del mercado y a la inversa (Kent, 2012).

En este punto se podrían plantear dos supuestos: primero, que es probable que ello sea más frecuente en espacios en los que la lógica subyacente al comportamiento del mercado no es la racionalidad económica instrumental que busca maximizar ganancias, sino la generación de capital y bienes simbólicos, como el prestigio; segundo, que ello podría ser más evidente en mercados en los que las subvenciones estatales juegan un rol crucial en su funcionamiento.

Estas situaciones llevarían al Estado y al mercado a desarrollar simbiosis, en las que racionalidades e instrumentos propios de un ámbito podrían transitar al otro, combinando fuerzas y desatando procesos de cambio organizacional más intensos. En otras palabras, parece necesario analizar en qué medida la combinación de dispositivos propios del estado con otros del mercado pueden generar tendencias homogeneizadoras o diferenciadoras de efectos mayores y más complejos de los hasta ahora analizados.

### El prestigio y sus dispositivos

El prestigio es un bien simbólico externo a las instituciones, distribuido por la sociedad en relación al grado de legitimidad o aceptación que una universidad encuentra en ella. Producto de los cambios que ha sufrido la educación superior, este ha dejado de ser un concepto de contenido difuso, asociado a una multiplicidad indefinida de funciones que abordan las instituciones; tanto en el ámbito estatal como en el del mercado, se le ha provisto de contenidos específicos a través de la generación de una serie de dispositivos e indicadores.

En el Estado esto se expresa en la política pública, que establece y valoriza determinados conceptos de desarrollo, modalidades de asignación de financiamiento e instrumentos de evaluación. Por su parte, en el mercado han surgido los *rankings* que buscan mejorar la información para los

usuarios a partir de la elaboración de escalas de prestigio construidas en torno a variables específicas (Moodie, 2009).

Parece, entonces, necesario avanzar en el estudio de conceptos normativos como el prestigio y en la forma en que estos se han instalado en el mercado de la educación superior y han permeado las políticas públicas, generando dispositivos que pueden atentar contra la diversidad de los sistemas.

## Herramientas analíticas y normativas

Las clasificaciones son herramientas descriptivo-analíticas que la política pública puede utilizar para contribuir no solo a comprender, sino también a potenciar la diversidad institucional de los sistemas de educación superior (Ziegele, 2013). Sin embargo, el análisis de las experiencias, tanto internacionalmente como en el caso de Chile, demuestra las dificultades de su construcción y cómo estas fácilmente transitan de lo analítico-descriptivo a lo político-normativo (Fernández, 2003; McCormik, 2013).

La literatura, por otra parte, demuestra que la diversidad solo se puede desarrollar desde la política pública si el sistema de regulación, el financiamiento y los valores que respaldan el desarrollo de las instituciones no favorecen un perfil particular o dimensiones específicas de la actividad institucional (Reichert, 2009).

En este punto, surgen dos preguntas: la primera, cuya respuesta requerirá de un importante trabajo teórico, es por la posibilidad de construir clasificaciones que vayan más allá de los conceptos normativos con que habitualmente se analizan las universidades, que den adecuada cuenta de la diversidad institucional y que a su vez hagan sentido para interpretar un sistema de educación superior; la segunda es cómo se transferirá el producto de dicho conocimiento a la política pública, habituada a trabajar con los conceptos que históricamente le son más conocidos, de más fácil manejo y que muchas veces forman parte de las definiciones jurídicas y administrativas de la institucionalidad estatal.

## Conclusiones

La diversidad es juzgada hoy como uno de los atributos relevantes que los sistemas de educación superior debieran tener y cultivar. Su aumento es adjudicado habitualmente a los procesos de liberalización que ha tenido el sector, mientras que su decrecimiento se ha relacionado con la acción del Estado. Sin embargo, parece ser que este es un fenómeno más complejo que el que dicha dicotomía puede explicar y que tanto su avance como su retroceso pueden estar asociados simultáneamente a la política pública y a

elementos propios del mercado de la educación superior que ha ido surgiendo.

Un instrumento que a juicio de la literatura puede contribuir a comprender y a potenciar la diversidad corresponde a las clasificaciones. Elaborarlas, sin embargo, es una tarea que requiere de una serie de consideraciones teóricas y prácticas, no siempre fáciles de resolver. De un lado, están todos los aspectos relacionados con los propósitos que subyacen a la clasificación y que definirán las dimensiones de lo organizacionalmente visible; de otro, las restricciones que impone la disponibilidad de datos, que delimitará operacionalmente los propósitos de la clasificación.

Más allá de las complejidades teóricas y prácticas, existen también otras de carácter contextual que es necesario no perder de vista. El hecho de que la educación superior se esté orientando hoy hacia relaciones de mercado ha impuesto una lógica que lleva muchas veces a las instituciones a competir por acrecentar su prestigio, por sobre otras consideraciones. Este prestigio, sin embargo, está anclado a conceptos de universidad vinculados principalmente a la investigación y a actividades asociadas a ella, en desmedro de otras funciones, como, por ejemplo, la docencia o la vinculación con la sociedad. Este concepto de universidad ha sido potenciado por el surgimiento de una serie de *rankings* que establecen jerarquías institucionales y, en ocasiones también, por la política pública, que ha vinculado la asignación de recursos a la ubicación en las escalas reputacionales.

Parece necesario, entonces, revisar las relaciones que se están estableciendo entre el Estado y el mercado en lo que respecta a la posibilidad de construir sistemas de educación superior que salvaguarden su diversidad interior. Ello requiere volver a mirar algunos supuestos asociados a los roles predicados al Estado y al mercado, así como las interacciones que entre ambos se dan, tanto en el ámbito normativo, como en el de los instrumentos concretos que se desarrollan en función del desarrollo de la diversidad. También requiere resolver la pregunta por las posibilidades que existe de crear clasificaciones que trasciendan los conceptos normativos con que habitualmente se analizan los sistemas de educación superior y se construyen los *rankings*.

En el caso particular de Chile, la práctica de clasificar instituciones ya tiene un largo tiempo y ha estado bastante extendida. Pero ella —con la excepción de la clasificación de Schwember (2003)— se ha asociado o ha tenido como consecuencia la producción (intencional o no) de *rankings*. Otras han logrado rehuir de esta situación, pero contienen complejidades metodológicas que les restan utilidad.

Recientemente, el Estado de Chile ha implementado una nueva forma de clasificación de universidades, con el propósito explícito de asignar recursos de manera más eficiente y focalizada. El instrumento desarrollado, sin embargo, incurre en la misma falta mencionada: elabora un *ranking* de productividad, que usa como base una clasificación, también construida sobre conceptos normativos clásicos.

De ese modo, en lugar de hacer más comprensible el sistema y potenciar la diversidad de las instituciones, se está contribuyendo directamente a instalar una idea de universidad que se hace deseable imitar, no solo por su ubicación preeminente en la jerarquía de universidades, sino por la mayor asignación de recursos. No es posible prever con total certeza el resultado de largo plazo de la implementación de esta política. Pero, si la literatura está en lo cierto, no solo desatará un proceso organizacionalmente homogeneizador, sino que será el propio Estado –utilizando instrumentos de mercado– el responsable de ello.

## Referencias bibliográficas

- Álvarez, G. (2012). State and the Market in Higher Education Reforms: overview if the issues. En H. G. Schütze, G. Alvarez-Mendiola, & H. G. Schütze (eds.), *State and market in higher education reforms. Trends, policies and experiences in comparative perspective* (pp. 7-23). Rotterdam, Boston: Sense.
- Asking, B. (2012). *Integration and/or Diversification. The role of structure in meeting expectations on higher education*. HEIK Working Papers 2012/04. Oslo: Faculty of Educational Sciences, University of Oslo. Recuperado el 13 de enero de 2015, de [http://www.uio.no/english/research/groups/heik/heik-working-paper-series/docs/HEIKwp201204\\_askling.pdf](http://www.uio.no/english/research/groups/heik/heik-working-paper-series/docs/HEIKwp201204_askling.pdf)
- Ayalon, H., & Yoge, A. (2006). Stratification and Diversity in the Expanded System of Higher Education in Israel. *Higher Education Policy*, 19(2), 187-203.
- Bernasconi, A. (2006a). Does the Affiliation of Universities to External Organizations Foster Diversity in Private Higher Education? Chile in Comparative Perspective. *Higher Education*, 52(2), 303-342.
- Bernasconi, A. (2006b). La difícil tarea de clasificar universidades. *Calidad de la Educación*, 25, 81-96. Recuperado el 6 de octubre del 2014, de [http://www.cned.cl/public/Secciones/SeccionRevistaCalidad/revista\\_calidad\\_leer\\_revista.aspx?idPublicacion=54](http://www.cned.cl/public/Secciones/SeccionRevistaCalidad/revista_calidad_leer_revista.aspx?idPublicacion=54).
- Birnbaum, R. (1983). *Maintaining diversity in higher education*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bowker, G. C., & Star, S. L. (2000). *Sorting things out. Classification and its consequences. 2000<sup>th</sup> ed.* Cambridge, Mass: MIT.
- Brint, S. (2013). A priori and Empirical Approaches to the Classification of Higher Education Institutions. The United States Case. *Pensamiento Educativo*, 50(1), 96-114.
- Brunner, J. J. (2008). *Educación Superior en Chile: Instituciones, mercados y políticas gubernamentales, 1967-2007*. [Tesis Doctoral]. Leiden: Universidad de Leiden.
- Brunner, J. J. (2009). *Tipología y características de las universidades chilenas. Documento para comentarios. Documento para comentarios*. Santiago: Centro de Políticas Comparadas en Educación, Universidad Diego Portales. Recuperado el 9 de junio del 2013, de [http://mt.educarchile.cl/MT/jjbrunner/archives/Tipol%26Cara\\_ct\\_080209.pdf](http://mt.educarchile.cl/MT/jjbrunner/archives/Tipol%26Cara_ct_080209.pdf)
- Brunner, J. J., Elacqua, G., Tillett, A., Bonnefoy, J., González, S., Pacheco, P., Salazar, F. (2005). *Guiar el Mercado. Informe sobre la Educación Superior en Chile*. Viña del Mar: Universidad Adolfo Ibáñez.
- Brunner, J. J., & Uribe, D. (2007). *Mercados universitarios. El nuevo escenario de la educación superior*. Santiago: Universidad Diego Portales.
- Dill, D. D., & Teixeira, P. (2000). Program diversity in higher education: an economic perspective. *Higher Education Policy*, 13(1), 99-117.
- Fernández, E. (2003). ¿Clasificación o ranking de universidades? La mitología, el falso dilema y la propuesta de la revista Qué Pasa. *Estudios Sociales*, 112, 11-42.
- Fernández, E. (2011). La implementación de las políticas de educación superior en Chile frente a los sectores universitarios público y privado, 1990-2010. En J. J. Brunner, & C. Peña (eds.), *El conflicto de las universidades: entre lo público y lo privado* (pp. 229-248). Santiago de Chile: Universidad Diego Portales.
- Fernández, E., & Bernasconi, A. (2012). Elementos conceptuales para un análisis organizacional de universidades en contextos de mercado. *Innovar*, 22(46), 87-96. Recuperado de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/39343/41231>
- Fernández, E., & Stock, M. (2007). Los límites de la gestión: Consideraciones sociológicas sobre la gestión universitaria en Chile y Alemania. *Universum*, 22(2), 108-124.
- Frank, R. H. (2001). Higher Education: The Ultimate Winner-Take-All-Market? En Maureen Devlin, & J. W. Meyerson (eds.), *Forum futures. Exploring the future of higher education, 2000 papers* (pp. 11-13). San Francisco: Jossey-Bass.
- Fumasoli, T., & Huisman, J. (2013). Strategic agency and system diversity. Conceptualizing institutional positioning in Higher Education. *Minerva*, 51, 155-169.
- Goedegebuure, L. C. J., Lyons, A., & Lynn-Meek, V. (1993). Diversity in Australian higher education? *Higher Education*, 25(4), 395-410.
- Gumpert, P. J. (2000). Academic restructuring: Organizational change and institutional imperatives. *Higher Education*, 39(1), 67-91.
- Guri-Rosenblit, S., Sebkova, H., & Teichler, U. (2007) Massification and Diversity of Higher Education Systems: Interplay of Complex Dimensions. *Higher Education Policy*, 20(4), 373-389.
- Holuscha, E. (2013). *Das Prinzip Fachhochschule - Erfolg oder Scheitern? Eine Fallstudie am Beispiel NRW*. Münster: Verl.-Haus Monsenstein und Vannerdat (MV-Wissenschaft).
- Horta, H., Huisman, J., & Heitor, M. (2008). Does competitive research funding encourage diversity in higher education? *Science and Public Policy*, 35(3), 146-158.
- Huisman, J., Meek, L., & Wood, F. (2007) Institutional Diversity in Higher Education: a Cross-National and Longitudinal Analysis. *Higher Education Quarterly*, 61(4), 563-577.
- Kent, R. (2012). State and Market in Higher Education: Genaeology and Insufficiencies of a Conceptual Dichotomy. En H. G. Schütze, G. Alvarez Mendiola, H. G. Schütze (eds.), *State and market in higher education reforms. Trends, policies and experiences in comparative perspective* (pp. 25-39). Rotterdam, Boston: Sense.
- Kitagawa, F., & Oba, J. (2010). Managing differentiation of higher education system in Japan: connecting excellence and diversity. *Higher Education*, 59(4), 507-524.
- Massy, W. (2004). Markets in Higher Education. Do they promote internal efficiency? En P. Teixeira, B. Jongbloed, A. Amaral, & D. D. Dill (eds.), *Markets in higher education. Rhetoric or reality?* (pp. 13-35). Dordrecht, London: Kluwer Academic.

- Mause, K. (2009). Too Much Competition in Higher Education? Some Conceptual Remarks on the Excessive-Signaling Hypothesis. *American Journal of Economics and Sociology*, 68(5), 1107-1133.
- McCormick, A. C. (2013). Classifying Higher Education Institutions: Lessons from the Carnegie Classification. *Pensamiento Educativo*, 50(1), 65-75. Recuperado el 6 de abril del 2013, de <http://pensamientoeducativo.uc.cl/index.php/pel/article/view/566/1186>
- Moodie, G. (2009). Four tiers. *Higher Education*, 58(3), 307-320.
- Muñoz, M., & Blanco, C. (2013). Una taxonomía de las universidades chilenas. In *Calidad de la Educación*, 38, 182-213. Recuperado el 9 de junio de 2012, de [http://www.cned.cl/public/Secciones/SeccionRevistaCalidad/revista\\_calidad\\_leer\\_revista.aspx?idPublicacion=76](http://www.cned.cl/public/Secciones/SeccionRevistaCalidad/revista_calidad_leer_revista.aspx?idPublicacion=76)
- Newman, F., Couturier, L., & Scurry, J. (2004). *The future of higher education. Rhetoric, reality, and the risks of the market*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Parada, J. (2010). Universidades públicas y privadas: un enfoque tridimensional. *Estudios Públicos*, 120, 183-205. Recuperado el 9 de junio del 2013, de [http://www.cepchile.cl/1\\_4745/doc/universidades\\_publicas\\_y\\_privadas\\_un\\_enfoque\\_tridimensional.html#UipqsD\\_SchE](http://www.cepchile.cl/1_4745/doc/universidades_publicas_y_privadas_un_enfoque_tridimensional.html#UipqsD_SchE)
- Post, D., Stambach, A., Ginsburg, M., Hannun, E., Benavot, A., & Bjork, C. (2013). Los Rankings Académicos. *Archivos Analíticos de Políticas Educativas*, 27(19), 1-19. Recuperado el 15 de marzo del 2003, de <http://epaa.asu.edu/ojs/article/view/1347/1072>
- Prescott, B. (2011). *Thinking Anew About Institutional Taxonomies*. Stanford University.
- Reich, R. (2012). *Fondo Basal por Desempeño. Universidades del CRUCH*. Santiago: Ministerio de Educación, División de Educación Superior.
- Reichert, S. (2009). *Institutional Diversity in European Higher Education. Tensions and challenges for policy makers and institutional leaders*. Bruselas: European University Association.
- Reyes, C., & Rosso, P. (2012). *Una nueva Clasificación de las Universidades Chilenas. Documento de Trabajo*. Santiago: Red Universitaria Cruz del Sur.
- Ruef, M., & Nag, M. (2011). Classifying Organizational Forms in Field of Higher Education. Recuperado el 10 de septiembre del 2012, de [http://cepa.stanford.edu/sites/default/files/Ruef%26Nag%2011\\_2\\_11.pdf](http://cepa.stanford.edu/sites/default/files/Ruef%26Nag%2011_2_11.pdf)
- Salmi, J., & Saroyan, A. (2007). League Tables as Policy Instruments. Uses and Misuses. *Higher Education Management and Policy*, 19(2), 1-38.
- Schuetze, H. G., Álvarez, G., & Conrad, D. H. (2012). *State and market in higher education reforms. Trends, policies and experiences in comparative perspective*. Rotterdam, Boston: Sense.
- Schwember, H. (2003). El contexto de la acción del Estado en la educación superior. Mirando a mediano plazo. Ponencia presentada en la *II Conferencia Internacional sobre la Modernización del Estado: El papel del Estado en la Administración y Financiamiento de las Universidades*. Departamento de Gobierno y Gestión Pública, Universidad de Chile. Santiago.
- Shavit, Yossi, Richard Arum and Adam Gamoran, eds. 2007. *Stratification in Higher Education: A Comparative Study*. Palo Alto: Stanford University Press.
- Smith, D. (2013). Differentiation and Diversification in Higher Education: The Case of Private, Faith-Based Higher Education in Manitoba. *Canadian Journal of Higher Education*, 43(1), pp. 23-43.
- Teichler, U. (2008). Diversification? Trends and explanations of the shape and size of higher education. *Higher Education*, 56(3), 349-379.
- Teixeira, P., Jongbloed, B., Amaral, A., & Dill, D. D. (2004). Introduction. En P. Teixeira, B. Jongbloed, A. Amaral, & D. D. Dill (eds.), *Markets in higher education. Rhetoric or reality?* (pp. 1-12). Dordrecht, London: Kluwer Academic.
- Torres, R., & Zenteno, M. E. (2011). El Sistema de Educación Superior. Una mirada desde las Instituciones y sus Características. En M. Jiménez de la Jara, F. Lagos Rojas (eds.), *Nueva Geografía de la Educación Superior y de los Estudiantes. Una cartografía del sistema chileno, su actual alumnado y sus principales tendencias* (pp. 13-78). Santiago: Universidad San Sebastián.
- Van der Wende, M. (2008). Rankings and Classifications in Higher Education: A European Perspective. En J. C. Smart (ed.), *Higher education. Handbook of theory and research* (pp. 49-71). Dordrecht, London: Springer.
- Van der Wende, M., & Westerheijden, D. (2009). Rankings and Classifications: The Need for a Multidimensional Approach. En F. van Vught (ed.), *Mapping the higher education landscape. Towards a European classification of higher education*, vol. 28 (pp. 71-86). Dordrecht: Springer.
- Van Vught, F. (2008). Mission Diversity and Reputation in Higher Education. *High Educ Policy*, 21(2), 151-174.
- Winston, G. (2000). The positional arms race in higher education, WPEHE discussion paper series / Williams College. *Williams Project on the Economics of Higher Education*, 54.
- Wissenschaftsrat. (2011). *Anforderungen an die Qualitätssicherung der Promotion*. Positionspapier. Recuperado el 15 de julio del 2014, <http://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/1704-11.pdf>.
- Wolter, A. (2015). Massification and Diversity: Has the Expansion of Higher Education Led to a Changing Composition of the Student Body? European and German Experiences. En P. Zgaga, U. Teichler, H. Schuetze, & A. Wolter (eds.), *Higher Education Reform: Looking Back-Looking Forward* (pp. 149-171). Frankfurt: Peter Lang.
- Zha, Q. (2009). Diversification or homogenization: how governments and markets have combined to (re)shape Chinese higher education in its recent massification process. *Higher Education*, 58(1), 41-58.
- Ziegele, F. (2013). Classification of Higher Education Institutions: the European Case. *Pensamiento Educativo*, 50(1), 76-95.

## INFORMACIÓN EDITORIAL

## Editorial information

*INNOVAR* surgió como revista académica de los departamentos de Gestión Empresarial y Finanzas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia en 1991, con el propósito de servir como medio de difusión de los trabajos de investigación en el campo de la administración de empresas y de la contaduría pública. Está dirigida a estudiantes, docentes e investigadores interesados en temas teóricos, empíricos y prácticos de las ciencias sociales y administrativas.

Durante los tres primeros números tuvo una periodicidad anual. A partir de 1993 cambió su nombre por *INNOVAR, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, desde el 2011 se publica con una frecuencia trimestral. El tiraje de cada edición es de 350 ejemplares, que circulan nacional e internacionalmente, bajo las modalidades de suscripción, canje institucional y venta al público a través de distribuidores comerciales en las principales librerías del país.

El contenido de la revista está distribuido en secciones, formadas por artículos que giran alrededor de diversos temas como cultura de la empresa, gestión y economía internacional, mercadotecnia y publicidad, historia empresarial, gestión de la producción, docencia, narcotráfico y sociedad, relaciones industriales, administración pública, medio ambiente, factor humano, contabilidad, finanzas, costos, organizaciones, debates bibliográficos y reseñas de libros actuales sobre estos tópicos.

Los contenidos de los artículos son responsabilidad de los autores, y la política editorial es abierta y democrática.

Para la publicación de trabajos en *INNOVAR*, el autor debe hacer llegar su contribución a la dirección de la revista, de acuerdo con las especificaciones contempladas en nuestras pautas, y escrita de forma clara, concisa y, en especial, con rigurosidad tanto en los planteamientos como en la argumentación de lo expuesto en su documento. A continuación se inicia el proceso de evaluación cuyos resultados permiten al comité editorial establecer la aceptación plena del artículo o la solicitud de modificaciones y ajustes que el autor debe efectuar para someter nuevamente el documento a evaluación.

Para la adquisición de números anteriores, el interesado puede comunicarse con la dirección de *INNOVAR*, Facultad de Ciencias Económicas, edificio 310, Universidad Nacional de Colombia, Ciudad Universitaria, o al correo electrónico: revinnova\_bog@unal.edu.co.

*INNOVAR* emerged as an academic journal published by the Entrepreneurial Management and Finance Departments of the Economic Sciences School at Universidad Nacional de Colombia in 1991; it was designed as a vehicle for broadcasting research work in the field of business administration and public accountancy. It is aimed at students, teachers and researchers interested in theoretical, empirical and practical themes related to the social and administrative sciences.

The first three numbers were published annually. From 1993 onwards the journal changed its name to *INNOVAR, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* and is currently edited four times a year with 350 printed copies. Up to date *INNOVAR* is one of the most recognised journals in the fields of Business Administration and Social Sciences in Colombia.

The journal's content is divided into sections made up of articles dealing with different themes such as: business culture; international management and economics; marketing techniques and publicity; entrepreneurial and business history; production management; teaching; narcotics and society; industrial relationships; public administration; the environment; the human factor; accountancy; finance; costs; organisations; bibliographical debates; and reviews of current books dealing with these topics.

The content of an article is the author's responsibility; editorial policy is open and democratic.

To have an article published in *INNOVAR* an author must send his/her contribution to the journal e-mail address, according to those specifications contemplated in our guidelines. Such articles must be clearly and concisely written, the authors paying rigorous attention to both how matters are raised, approached and argued in their documents. An evaluation process is then begun whose results lead to the editorial committee being able to accept an article in its entirety or request modifications and adjustments, which an author must make before submitting the document for evaluation again.

Interested parties can obtain back-copies of previous issues by getting in touch with the office managing *INNOVAR*, at the Facultad de Ciencias Económicas, edificio 310, Universidad Nacional de Colombia, Ciudad Universitaria, Bogotá, Colombia, South America, at e-mail address: revinnova\_bog@unal.edu.co.

## Information éditoriale

*INNOVAR* apparaît comme une revue académique appartenant aux départements de gestion et finances de la Faculté de Sciences Économiques de l'Université Nationale de la Colombie en 1991, avec le propos de se constituer en un moyen de diffusion des résultats de la recherche en matière de gestion d'entreprises et de comptabilité publique. Celle-ci est dirigée aux étudiants, enseignants et chercheurs intéressés aux sujets théoriques, empiriques et pratiques des sciences sociales et administratives.

Les trois premiers numéros ont eu une périodicité annuelle. Dès 1993 elle a changé son nom à *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales* et est publiée actuellement tous les trois mois. La revue a un tirage de 350 exemplaires, qui circulent national et internationalement sous des modalités d'abonnement, échange institutionnel et vente directe à travers les principales librairies du pays.

La revue est distribuée en sections, touchant plusieurs thèmes tels que la culture de l'entreprise, la gestion et l'économie internationale, les techniques de marché et publicité, l'histoire des entreprises, la gestion de la production, la pédagogie, le trafique de drogues et la société, les relations industrielles, l'administration publique, l'environnement, le facteur humain, la comptabilité, les finances, les coûts, l'organisations, les débats bibliographiques et les reports de livres actuels traitant ces mêmes thèmes.

Le contenu des articles est la responsabilité des auteurs et la politique éditoriale est ouverte et démocratique.

Pour la publication des travaux dans *INNOVAR*, l'auteur doit adresser son travail à la direction de la revue suivant nos conventions ; écrire de façon claire, concise et surtout avoir de la rigueur tantôt au niveau des idées présentées que dans l'argumentation de celles-ci. Lors d'un processus d'évaluation, le comité éditorial établit soit la pleine acceptation de l'article, soit la demande de modifications de la part de l'auteur afin que le document puisse être présenté à nouveau.

Pour l'acquisition de numéros précédents, prière de se communiquer avec la direction de *INNOVAR, Universidad Nacional de Colombia, Ciudad Universitaria, Facultad de Ciencias Económicas, edificio 310*, (Bogotá-Colombie), au émail: [revinnova\\_bog@unal.edu.co](mailto:revinnova_bog@unal.edu.co).

## Informação editorial

*INNOVAR* surgiu como uma revista acadêmica dos departamentos de Gestão Empresarial e Finanças da Faculdade de Ciências Econômicas da *Universidad Nacional de Colombia* em 1991, com o propósito de servir como meio de difusão dos trabalhos de investigação no campo da administração de empresas e da contabilidade pública. É dirigida a estudantes, docentes e investigadores interessados em temas teóricos, empíricos e práticos das ciências sociais e administrativas.

Durante os três primeiros números teve uma periodicidade anual. A partir de 1993 mudou seu nome a *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales* e sua periodicidade atual é trimestrais, com uma tiragem de 350 exemplares, que circulam nacional e internacionalmente baixo as modalidades de assinatura, permuta institucional e venda ao público através de distribuidores comerciais nas principais livrarias do país.

O conteúdo da revista está distribuído em seções formadas por artigos que giram ao redor de diversos temas como cultura da empresa, gestão e economia internacional, mercadologia e publicidade, história empresarial, gestão da produção, docência, narcotráfico e sociedade, relações industriais, administração pública, meio ambiente, fator humano, contabilidade, finanças, custos, organizações, debates bibliográficos e resenhas de livros atuais sobre estes tópicos.

Os conteúdos dos artigos são de responsabilidade dos autores. A política editorial é aberta e democrática.

Para a publicação de trabalhos na *INNOVAR*, o autor deve enviar sua contribuição à direção da revista, de acordo com as especificações contempladas em nossas pautas, e escrito de forma clara, concisa e, em especial, com rigorosidade tanto nas propostas como na argumentação do exposto no seu documento. Em seguida é iniciado o processo de avaliação cujos resultados permitem ao Comitê Editorial estabelecer a aceitação plena do artigo ou a necessidade de modificações e ajustes que o autor deve efetuar para submeter novamente o documento à avaliação.

Para a aquisição de números anteriores, o interessado pode comunicar-se com a direção de *INNOVAR, Facultad de Ciencias Económicas, edificio 310, Universidad Nacional de Colombia, Ciudad Universitaria*. Também através do e-mail: [revinnova\\_bog@unal.edu.co](mailto:revinnova_bog@unal.edu.co).

## PAUTAS PARA LOS COLABORADORES

### PAUTAS GENERALES PARA LOS ARTÍCULOS

Las políticas editoriales de la revista contemplan la publicación de temáticas administrativas y sociales en un tipo de artículos específicos:

**Artículos de investigación:** este tipo de artículo presenta de forma detallada los resultados originales de proyectos de investigación. Su estructura incluye cuatro apartes importantes: introducción, metodología, resultados y conclusiones.

**Artículos de reflexión:** este tipo de artículo presenta resultados de investigación desde una perspectiva analítica, interpretativa o crítica del autor, sobre un tema específico, recurriendo a fuentes originales.

**Artículo de revisión:** este tipo de artículo deberá ser resultado de una investigación donde se analizan, sistematizan e integran los resultados de investigaciones publicadas o no publicadas, sobre un campo en ciencia y tecnología, con el fin de dar cuenta de los avances y las tendencias de desarrollo. Debe presentar una cuidadosa revisión bibliográfica de por lo menos 50 referencias.

### DIRECTRICES PARA LOS RESÚMENES DE LOS ARTÍCULOS

#### Extensión

Se prefiere que los resúmenes tengan máximo entre 1500 y 2000 caracteres. La extensión debe ser proporcional con el tamaño del artículo; es decir, los artículos menos extensos requerirán un resumen corto, mientras que un artículo extenso tendrá un resumen con el máximo de caracteres.

#### Redacción

- a. Los resúmenes deben ser claros y fáciles de leer, y proporcionar información suficiente para que los lectores puedan comprender el asunto del artículo.
- b. Las frases deben tener una ilación lógica.
- c. El resumen debe escribirse en un español gramaticalmente correcto.

#### Elementos clave en la redacción

Los resúmenes deben presentar los siguientes elementos clave de forma precisa y breve, sin extenderse en datos innecesarios. No deben contener tablas, figuras o referencias. Su objetivo es reflejar con precisión el contenido del artículo. Estos elementos clave varían según el tipo de artículo.

#### Elementos clave para artículos de investigación

- a. Propósito del estudio
- b. Breve descripción de las materias
- c. Metodología
- d. Ubicación del estudio (si es pertinente o de alguna particularidad)
- e. Resultados, conclusiones y repercusiones

#### Elementos clave para artículos de reflexión

- a. Tema principal
- b. Desarrollo lógico del tema
- c. Punto de vista del autor
- d. Repercusiones, inferencias o conclusiones

#### Elementos clave para artículos de revisión (debate bibliográfico)

- a. Alcance de la revisión
- b. Periodo de las publicaciones revisadas
- c. Origen de las publicaciones
- d. Tipos de documentos revisados
- e. Opinión del autor sobre la literatura estudiada, aspectos destacables o información sobre algunos hallazgos que resultaron de la investigación
- f. Conclusiones sobre las líneas de investigación estudiadas

### PAUTAS ESPECÍFICAS PARA ARTÍCULOS Y RESEÑAS

El comité editorial de INNOVAR considerará los siguientes aspectos para aceptar o rechazar en primera instancia los artículos y reseñas elegibles para publicación. De tal modo, solicitamos a nuestros colaboradores que tengan presente estas recomendaciones:

1. Solo serán considerados para publicación trabajos inéditos cuyos aportes sean originales. No es aceptable la presentación de artículos publicados en otros idiomas o cuyos resultados estén publicados.

2. El artículo que se someta a la revista no puede estar bajo evaluación en otro medio.

3. Los autores deben ser profesionales, docentes e investigadores con una formación mínima de posgrado y expertos en el tema.

4. El contenido de los artículos es responsabilidad de los autores, y la política editorial es abierta y democrática.

5. El título del artículo debe ser conciso y corresponder al contenido, sin dejar de señalar específicamente el tema o la materia estudiada.

6. Toda aclaración sobre el trabajo (carácter, agradecimientos, colaboradores, etc.) se indicará en una página de presentación en la que se incluye el resumen, palabras clave y datos de los autores del artículo.

7. Para cada artículo se debe adjuntar la clasificación del *Journal of Economic Literature* (JEL Classification) según la temática que corresponda, de acuerdo con los códigos establecidos para búsquedas internacionales de producción bibliográfica (los códigos deben ser específicos y no más de 3). Esta clasificación se puede consultar en: <http://www.aeaweb.org>.

8. Para la extensión de los artículos se sugiere entre 5 mil a 8 mil palabras. Sin embargo, ningún artículo enviado podrá superar las 10 mil palabras, incluyendo referencias.

9. Los originales deben enviarse en formato de Word al correo electrónico (revinnova\_bog@unal.edu.co). Todos los artículos deben contener resumen y palabras clave (mínimo cuatro). Asimismo, las gráficas, tablas, imágenes y demás elementos deben incluirse en el cuerpo del texto en un formato editable o adjuntarse en los programas originales en los que se realizaron.

10. Los reseñas, que son textos de carácter divulgativo, no deben superar las 1500 palabras y deben entregarse también en archivo de Word, acompañadas de una imagen de la carátula del libro o de la publicación que se está reseñando (.jpg, de mínimo 300 dpi).

11. En el momento de presentar un artículo, cada autor deberá cumplimentar, firmar y remitir por correo electrónico una ficha en la que se incorporan sus datos completos, además de declarar que el artículo postulado es inédito y que no se encuentra en proceso de evaluación en otra revista.

12. Las referencias bibliográficas, dentro del texto corrido de los artículos, emplearán el sistema parentético (apéndice, año, página), así: (Nieto, 1992, p. 4). Al final del contenido del artículo debe incluirse el listado de referencias bibliográficas, en orden alfabético (incluyendo comas, paréntesis, puntos, mayúsculas y cursivas), siguiendo las normas de citación y de estilo de la American Psychological Association (APA), sexta edición. Se debe asegurar que el número de referencias que se indique sea el mismo que las citadas dentro del artículo (ni mayor ni menor). También, en caso de que las referencias cuenten con DOI, se debe indicar en las mismas (para mayor información comuníquese con la coordinación editorial).

### PROCESO DE EVALUACIÓN

La revista podrá desestimar la publicación de un artículo si, por decisión interna, se determina que no cumple con ciertos estándares académicos o editoriales. Además, si se detecta que un artículo postulado ya ha sido publicado total o parcialmente, o si existen trabajos similares ya publicados por los mismos autores y se establece que la contribución del artículo es residual, será rechazado definitivamente del proceso.

**Convocatoria de evaluadores.** Los artículos postulados serán puestos bajo la atención de expertos en el tema, para que de manera independiente (evaluación "ciega") conceptúen sobre el trabajo, considerando los siguientes criterios: calidad o nivel académico, originalidad, aporte al conocimiento y a la docencia, claridad en la presentación, claridad de la redacción y de la literatura, interés y actualidad del tema.

El evaluador tiene la potestad de emitir su concepto en el formato sugerido o de la manera que a bien tenga. La revista ha revisado previamente los perfiles de los evaluadores y considera que tienen el bagaje académico suficiente para desarrollar su labor con total independencia.

**Confidencialidad.** El proceso de evaluación de la revista se realizará bajo las condiciones del arbitraje "dóblemente ciego". La revista reserva todos los datos de los auto-

res y revisores, y los detalles y resultados del proceso únicamente se revelarán a los directamente involucrados (autores, evaluadores y editores). Se pide a los autores que al momento de elaborar sus artículos eviten una excesiva autocitación o cualquier tipo de dato en el cuerpo del texto que ofrezca pistas sobre su identidad o la del grupo autoral. Asimismo, las alusiones a proyectos de investigación relacionados con los artículos o los agradecimientos, se deben incluir en el texto solo si el artículo resulta aprobado (no obstante, se debe informar a los editores estos datos para evitar eventuales conflictos de intereses en el contacto de lectores del trabajo).

**Tiempos de evaluación.** Entre la convocatoria de los pares, su aceptación y entrega del concepto transcurre un tiempo promedio de ocho (8) meses. Sin embargo, ese periodo puede ser menor o mayor, de acuerdo con la disponibilidad de los revisores y otros factores que pueden dilatar o acelerar el proceso. La revista solo remitirá a los autores una comunicación oficial sobre su artículo, una vez tenga un resultado decisivo sobre la aceptación completa, aceptación condicionada (con cambios leves) o rechazo (con modificaciones que implican un replanteamiento sustancial de la propuesta. De igual manera informará cuando el artículo escapa del interés de la revista).

**Entrega de correcciones.** Si los conceptos de los pares sugieren modificaciones leves, los autores deberán ceñirse a una línea de tiempo que no exceda las ocho (8) semanas. Si un artículo recibe conceptos que suponen modificaciones sustanciales, y la Dirección estima que puede ser aceptado para un nuevo ciclo de evaluaciones, los autores tendrán que remitir sus ajustes en un periodo no mayor a 16 semanas. En todos los casos, se deberá entregar un reporte anexo relacionando los cambios que se efectuaron en la propuesta.

**Rechazo de artículos.** El propósito del proceso de evaluación en INNOVAR, además de validar los avances en el conocimiento en nuestras áreas temáticas, es el de ofrecer una oportunidad a los autores de mejorar sus propuestas y afinar sus planteamientos, hacia la construcción de artículos más sólidos. En este sentido, esperamos que los autores sepan aprovechar los comentarios de los evaluadores cuando su documento resulta descartado para publicación. Aunque la revista está dispuesta a recibir artículos replanteados, se pide a los autores no volver a someter una versión corregida de un artículo rechazado antes de un lapso que oscila entre los tres (3) a seis (6) meses. El editor informará a los autores del tiempo que deberán esperar, si expresan interés de volver a someter su artículo. El rechazo definitivo de un artículo, se dará cuando no corresponda a la línea editorial o temática de la revista, o cuando la Dirección así lo exprese.

**Reseñas.** Por ser de indole divulgativo, las reseñas serán evaluadas internamente por el equipo editorial de la revista para definir su publicación.

### NOTAS DE INTERÉS

- El envío de un artículo a un proceso de evaluación no obliga al Comité editorial de INNOVAR ni a sus editores a realizar la publicación.
- Los artículos y las reseñas se recibirán sin interrupciones todo el año.
- Si la coordinación de la revista no acusa recibo de la postulación de un trabajo dentro de un lapso de ocho (8) días o si no ha recibido respuesta a cualquier tipo de mensaje en ese plazo, por favor, redirija su mensaje al correo electrónico opcional: [innovarjournal@gmail.com](mailto:innovarjournal@gmail.com)
- Cuando un artículo es aprobado, el(s) autor(es) cede(n) los derechos de publicación a la Escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia.
- Los artículos publicados en INNOVAR no pueden aparecer en ningún medio masivo de comunicación sin ser citada la publicación previa en *Innovar*. En el caso de publicaciones de recopilación, los autores deberán pedir autorización expresa a la revista y/o a la Escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública.

Revista INNOVAR, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Colombia, edificio 310, primer piso, Centro Editorial, Ciudad Universitaria.

Teléfono (57) (1) 3165000, ext. 12308/12367

Correo electrónico: [revinnova\\_bog@unal.edu.co](mailto:revinnova_bog@unal.edu.co)  
[innovarjournal@gmail.com](mailto:innovarjournal@gmail.com)

Página web: [www.innovar.unal.edu.co](http://www.innovar.unal.edu.co)

## GUIDELINES FOR CONTRIBUTING AUTHORS

### GENERAL POINTS ABOUT ARTICLES

The journal's publisher policy contemplates publishing specific articles on administrative and social topics:

Research articles: this type of article presents detailed original results from research projects. Its structure has four important parts: introduction, methodology, results and conclusions.

Reflection articles: this type of article presents the results of research from an author's original source-based analytical, interpretative or critical perspective on a specific topic.

Review articles: this type of article must be the result of research analysing, systematising and integrating published or unpublished research results in a field of science and technology giving an account of advances and trends in R&D. It must give a careful bibliographic review having at least 50 references.

### SPECIFIC GUIDELINES FOR ABSTRACTS

A maximum of 1.500 to 2.000 characters is preferred. The length may be proportionate to the article. That is, shorter articles warrant shorter abstracts, whereas an abstract for a longer article may be at the maximum.

#### Construction

- Abstracts should be clear and easy to read with enough detail to help the reader understand what the article is about.
- Sentences should flow logically.
- The abstract should be written with correct English-language grammar and spelling.

#### Elements

Key elements for an abstract vary according to the type of article. Note: the order in which key elements are placed may vary from article to article for any type.

#### Key Elements for Experimental/Research Articles

- Study purpose
- Brief description of the subjects
- Methodology
- Study location (if important or unusual)
- Results, conclusions or implications.

#### Key Elements for Discussion Articles

- Major theme
- Logical development of the theme
- Author's point of view
- Implications, inferences, or conclusions.

#### Key Elements for Literature/Research Reviews

- Scope of the review
- Publication time span
- Publication origin
- Types of documents reviewed
- Author's opinion of the reviewed literature, particularly unique or important research findings
- Conclusions about the research trends.

Abstracts should present key elements precisely and concisely, with no extraneous information. Abstracts should not contain data tables, figures, or references. Most of all, they must accurately reflect the content of the article.

### SPECIFIC GUIDELINES FOR ARTICLES AND REVIEWS

INNOVAR's publisher committee will consider the following aspects for accepting or rejecting eligible articles and reviews for publication in the first instance. Our contributors are thus asked to take the following recommendations into account:

1. Only unpublished works whose contributions are original will be accepted for publication. Submission of articles published in other languages or whose results have been published is unacceptable;
2. Articles submitted to the journal cannot be under evaluation by another medium;

3. Authors must be professionals, professors and researchers having at least postgraduate training and be experts on the topic;
4. The content of an article is an author's responsibility, publisher policy being open and democratic;
5. An article's title must be concise and correspond to its content whilst specifically indicating the topic or material being studied;
6. All clarifications regarding the work (character, acknowledgments, collaborators, etc.) shall be indicated on a presentation page which includes the abstract, keywords and data on the authors of the article;
7. Each article must give the Journal of Economic Literature classification (JEL classification) to which it corresponds, according to the codes established for international searches of bibliographic production (the codes must be specific, no more than 3 being given). Such classification can be consulted at: <http://www.aeaweb.org>.
8. It is suggested that the articles have between 5000 and 8000 words. However, no article submitted shall have more than 10,000 words, including references;
9. Original articles must be sent to our e-mail ([revinnova\\_bog@unal.edu.co](mailto:revinnova_bog@unal.edu.co)). All files must contain the text in Word, an analytical summary and the article's key words (a minimum of four). At the same time, the graphics, tables, images and other elements must be included within the body of the text in an editable format or annexed in the original programs in which they were created;
10. The reviews, which are texts in the nature of publicity, must not total more than 1500 words and must also be submitted in Word files, accompanied by an image of the cover of the book or other publication that is being summarized (jpg, of a minimum of 300 dpi);
11. When delivering material, each author must complete, sign and send a form by e-mail which will provide a record of her/his complete data, as well as declaring that the article being put forward for consideration is unedited and is not being evaluated by any other journal.
12. Bibliographic citations within the text of an article must use the parenthetical system (surname, year, page), as follows: (Nieto, 1992, p. 4). A list of bibliographic references must be included at the end of the complete text of an article, in alphabetic order of authors' surnames (including commas, brackets, full-stops, capital and italic letters), following the American Psychological Association (APA), sixth edition, referencing and style system for presenting publishable articles. Authors must verify that listed references correspond to the cites within the body of the paper (neither more nor less). Additionally, when references count on a DOI number this must be included in the list (for further information, you may enter the journal's web page or get in touch with staff in the editorial office).

### EVALUATION PROCESS

The journal has the right to reject publication of an article if, by internal decision, it determines that the article does not fulfill certain academic or editorial standards. Additionally, if it is found that a submitted article has already been totally or partially published, or if similar works exist that have already been published by the same authors and it is determined that the article's contribution is residual, it will definitely be rejected.

**Evaluators' role.** Articles being put forward for consideration will be scrutinised by experts on the topic so that they may independently give their concept of the work (blind evaluation), taking the following criteria into consideration: quality or academic level, originality, contribution towards knowledge and teaching, clarity in presentation, clarity in how the work has been written and the literature used and cited, interest and topicality of the subject matter.

The evaluator may deliver his/her anonymous concept in the suggested format or in the way which suits him/her best. The journal has previously reviewed the evaluators' academic profiles and considers that they have sufficient academic experience and knowledge for working independently.

**Confidentiality.** The journal's evaluation will involve double-blind review conditions. The journal reserves all data pertaining to the authors and reviewers; the details and results of the process will only be revealed to those directly involved (authors, evaluators and editors). All authors are asked to avoid excessively citing themselves when writing their articles and avoid putting any type of data within the body of the text offering clues as to their identity or that

of the group of authors. Likewise, allusions to research projects related to the articles or such like acknowledgements may only be included in the text if the article is approved (nevertheless, the editors must be informed of such data to avoid eventual conflicts of interest when readers come into contact with the work).

**Evaluation time.** An average of eight (8) months elapses between the time when reviewers have been asked to give their peer evaluation of any work, its acceptance and the delivery of their opinion. However, such period may be shorter or longer depending on reviewers' availability and other factors which could postpone or accelerate the process. The journal will only send prospective authors an official communication about their articles once a decision has been made on whether to offer complete acceptance, conditional acceptance (slight changes must be made) or reject the article (modifications must be made which imply substantial rethinking of the proposal, or similarly when an article submitted for consideration has nothing to do with the journal's field of interest).

**Making corrections and sending in the corrected manuscript.** If the peers' opinions suggest that slight modifications should be made, then authors must adhere to a time-line which will not exceed eight (8) weeks. If the peers' opinions demand that an article be submitted to substantial modification and the editorial committee considers that it could be accepted for a new cycle of evaluations, then the authors will have to remit their adjustments within a period no greater than 16 weeks. In all cases, a report must be attached in which all changes made to the proposal have been related.

**Rejecting an article.** The purpose of the evaluation process in Innovar (as well as validating advances being made in knowledge (know-how) in our thematic areas) is to offer authors an opportunity to improve their proposals, refine their thinking, so that they construct more solid articles. We would thus expect that authors know how to take advantage of evaluators' comments when their document has been rejected for publication. Even though the journal is willing to receive rethought/reworked articles, authors are asked not to resubmit a corrected version of a rejected article before three (3) to six (6) months have elapsed. The editor will inform the authors of the time they must wait if they have expressed an interest in resubmitting their article. An article may receive a definitive rejection when it does not correspond to the journal's editorial or thematic line, or when the editorial committee expresses its considered decision to reject it.

**Reviews.** As these are informative by nature, reviews will be evaluated internally by the journal's editorial team who will decide on whether to publish them.

### NOTES OF INTEREST

- An article having been sent to the journal and its eventual submission to an evaluation process does not oblige Innovar's Editorial Committee or its editors to publish such work.
- Articles and reports will be received without interruption throughout the whole year.
- If the journal's coordination office has not acknowledged receiving work submitted for consideration with a lapse of eight (8) days, please redirect your message to the following optional e-mail: [innovarjournal@gmail.com](mailto:innovarjournal@gmail.com)
- All authors cede their publication rights to the Universidad Nacional de Colombia's School of Business Administration and Public Accountancy (Economics Faculty) when an article has been approved for publication.
- The articles published in Innovar must not appear in any other means of mass communication without citing prior publication in Innovar. In the case of publications which are compilations of other work, then the authors must ask the journal and/or the School of Business Administration and Public Accountancy's express authorisation to submit such work.

Revista INNOVAR, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Colombia, edificio 310, primer piso, Oficina Centro Editorial, Ciudad Universitaria.

Tel. (57) (1) 3165000, ext. 12308/12367

E-mail: [revinnova\\_bog@unal.edu.co](mailto:revinnova_bog@unal.edu.co)  
[innovarjournal@gmail.com](mailto:innovarjournal@gmail.com)

Web page: [www.innovar.unal.edu.co](http://www.innovar.unal.edu.co)

## PAUTAS PARA OS COLABORADORES

### PAUTAS GERAIS PARA OS ARTIGOS

As políticas editoriais da revista contemplam a publicação de temáticas administrativas e sociais em um tipo de artigos específicos:

**Artigos de investigação:** Este tipo de artigo apresenta de forma detalhada os resultados originais de projetos de investigação. Sua estrutura inclui quatro partes importantes: introdução, metodologia, resultados e conclusões.

**Artigos de reflexão:** Este tipo de artigo apresenta resultados de investigação desde uma perspectiva analítica, interpretativa ou crítica do autor, sobre um tema específico, restando a fontes originais.

**Artigos de revisão:** Este tipo de artigo é resultado de uma investigação onde se analisam, sistematizam e integram os resultados de investigações publicadas ou não publicadas, sobre um campo em ciência e tecnologia, com o fim de dar conta dos avanços e tendências de desenvolvimento. Deve apresentar uma cuidadosa revisão bibliográfica de pelo menos 50 referências.

### DIRETRIZES PARA OS RESUMOS DOS ARTIGOS

#### Extensão

É preferível que os resumos tenham máximo entre 1500 e 2000 caracteres. A extensão deve ser proporcional ao tamanho do artigo. Ou seja, os artigos menos extensos requererão um resumo curto, enquanto que um artigo extenso terá um resumo com o máximo de caracteres.

#### Redação

- a. Os resumos devem ser claros e fáceis de ler e proporcionar informação suficiente para que os leitores possam compreender o assunto do artigo.
- b. As frases devem ter uma ilação lógica.
- c. O resumo deve ser escrito em um espanhol gramaticalmente correto.

#### Elementos chave na redação

Os resumos devem apresentar os seguintes elementos chave de forma precisa e breve, sem se estender em dados desnecessários. Não devem conter tabelas, figuras ou referências. Seu objetivo é refletir com precisão o conteúdo do artigo. Estes elementos chave variam segundo o tipo de artigo.

#### Elementos chave para artigos de investigação

- a. Propósito do estudo
- b. Breve descrição das matérias
- c. Metodologia
- d. Posicionamento do estudo (se é pertinente ou de alguma particularidade)
- e. Resultados, conclusões e repercussões

#### Elementos chave para artigos de reflexão

- a. Tema principal
- b. Desenvolvimento lógico do tema
- c. Ponto de vista do autor
- d. Repercussões, inferências ou conclusões

#### Elementos chave para artigos de revisão (debate bibliográfico)

- a. Alcance da revisão
- b. Período das publicações revisadas
- c. Origem das publicações
- d. Tipos de documentos revisados
- e. Opinião do autor sobre a literatura estudada, aspectos destacáveis ou informação sobre algumas descobertas resultantes da investigação
- f. Conclusões sobre as linhas de investigação estudadas

### PAUTAS ESPECÍFICAS PARA ARTIGOS E RESENHAS

O Comitê Editorial de INNOVAR considerará os seguintes aspectos para aceitar ou recusar em primeira instância os artigos e resenhas, selecionados para publicação. Dessa forma, solicitamos aos nossos colaboradores que tenham em vista estas recomendações:

1. Somente serão considerados para publicação trabalhos

inéditos cujas contribuições sejam originais. Não é aceitável a apresentação de artigos publicados em outros idiomas ou cujos resultados estejam publicados.

2. O artigo que seja submetido à revista não pode estar pendente de avaliação em outro meio.
3. Qualidade dos autores: Os autores devem ser profissionais, docentes e investigadores com uma formação mínima de pós-graduação e experts no tema.
4. O conteúdo dos artigos é de responsabilidade dos autores e a política editorial é aberta e democrática.
5. O título do artigo deve ser conciso e corresponder ao conteúdo, sem deixar de demonstrar especificamente o tema ou a matéria estudada.
6. Toda declaração sobre o trabalho (caráter, agradecimentos, colaboradores, etc) será indicada em uma página de apresentação na qual se incluirá o resumo, palavras-chave e dados dos autores do artigo.
7. Para cada artigo deve-se anexar a classificação do Journal of Economic Literature (JEL Classification) segundo a temática correspondente, de acordo com os códigos estabelecidos para pesquisas internacionais de produção bibliográfica (os códigos devem ser específicos e não superiores a 3). Esta classificação pode ser consultada em: <http://www.aeaweb.org>.

8. Quanto à extensão dos artigos sugere-se entre 5 mil a 8 mil palavras. Sem embargo, nenhum artigo enviado poderá superar 10 mil palavras, incluindo referências.
9. Os artigos devem ser entregues através de um documento em formato Word, contendo o texto original, resumo analítico e palavras-chave (mínimo quatro), a nosso email ([revinnova\\_bog@unal.edu.co](mailto:revinnova_bog@unal.edu.co)). Da mesma forma, os gráficos, tabelas, imagens e demais elementos deverão estar incluídos no corpo do texto, em um formato passível de edição, ou adjuntos aos programas originais nos que se realizaram.

10. As resenhas, que são textos de caráter divulgativo, não deverão superar 1500 palavras e devem ser entregues também em arquivo de Word, acompanhadas de uma imagem da capa do livro ou da publicação que está sendo resenhada (.jpg, de, no mínimo, 300 dpi).
11. No momento de entregar o material, cada autor deverá preencher, assinar e remeter por e-mail uma ficha que contenha seus dados completos, além de declarar que o artigo apresentado é inédito e que não se encontra em processo de avaliação em outra revista.
12. As referências bibliográficas, dentro do texto corrido dos artigos, empregarão o sistema parentético (sobrenome, ano, página), assim: (Nieto, 1992, p. 4). Ao final do conteúdo do artigo deve ser incluída a lista de referências bibliográficas, em ordem alfabética (incluindo vírgulas, parênteses, pontos, maiúsculas e itálicas), seguindo as normas de citação e de estilo da American Psychological Association (APA), sexta edição, para a apresentação dos artigos publicáveis. Deve-se garantir que o número de referências que se indique seja o mesmo que as citadas no artigo (nem maior nem menor). Também, caso as referências contem com DOI, este deve ser indicado (para maiores informações pode-se acessar o site da revista ou comunicar-se com a coordenação editorial).

### PROCESSO DE AVALIAÇÃO

A revista poderá desconsiderar a publicação de um artigo se, por decisão interna, estabelece-se que não cumpre com certos padrões acadêmicos ou editoriais. Além disso, caso seja detectado que um artigo postulado já foi publicado total ou parcialmente, ou que existam trabalhos similares já publicados pelos mesmos autores e se estabelece que a contribuição do artigo é residual, será este definitivamente rechaçado do processo.

**Convocação de avaliadores.** Os artigos apresentados serão colocados à disposição de especialistas no tema para que, de maneira independente (avaliação cega) expressem um conceito sobre o trabalho, considerando os seguintes critérios: qualidade ou nível acadêmico, originalidade, contribuição ao conhecimento e à docência, claridade na apresentação, claridade da redação e da literatura, interesse e atualidade do tema.

O avaliador tem a faculdade de emitir seu conceito no formato sugerido ou da maneira que entender melhor. A revista examinou previamente os perfis dos avaliadores e considera que têm a bagagem acadêmica necessária para desenvolver seu trabalho com total independência.

**Confidencialidade.** O processo de avaliação da revista será realizado sob as condições da arbitragem "duplamente cega". A revista reserva todos os dados dos autores e re-

visores, e os detalhes e resultados do processo serão revelados unicamente aos diretamente interessados (autores, avaliadores e editores). Solicita-se aos autores que, no momento da elaboração de seus artigos, evitem uma excessiva auto-citação ou qualquer tipo de dado no corpo do texto que ofereça pistas sobre sua identidade ou do grupo autoral. Da mesma forma, as alusões a projetos de pesquisa relacionados com os artigos, ou os agradecimentos, somente devem ser incluídos no texto em caso de aprovação do artigo (não obstante, deve-se informar aos editores estes dados para evitar eventuais conflitos de interesses no contato de leitores do trabalho).

**Período de avaliação.** Entre a convocação dos pares, sua aceitação e entrega do conceito, transcorre um tempo médio de oito (8) meses. Sem embargo, esse período pode ser menor ou maior, de acordo com a disponibilidade dos revisores e outros fatores que podem dilatar ou acelerar o processo. A revista somente remeterá aos autores uma comunicação oficial sobre seu artigo após um resultado decisório sobre a aceitação completa, aceitação condicionada (com pequenas modificações) ou rechaço (com modificações que implicam uma revisão substancial da proposta). Da mesma forma informará quando o artigo escapa ao interesse da revista.

**Entrega de correções.** Se os conceitos dos pares sugerem pequenas modificações, os autores deverão limitar-se a um período não superior a oito (8) semanas. Se um artigo recebe conceitos que supõem modificações substanciais, e a Direção estima que pode ser aceito para um novo ciclo de avaliações, os autores terão que remeter seus ajustes em um período não superior a dezenas (16) semanas. Em todos os casos, deve ser entregue um relatório anexo, relacionando as modificações que foram efetuadas na proposta.

**Rechaço de artigos.** O propósito do processo de avaliação na INNOVAR, além de validar os avanços no conhecimento em nossas áreas temáticas, é de oferecer uma oportunidade aos autores de aperfeiçoarem e apurarem suas propostas, para a construção de artigos mais consistentes. Neste sentido, esperamos que os autores saibam aproveitar os comentários dos avaliadores quando seu documento seja eventualmente descartado para publicação. Ainda que a revista esteja disposta a receber artigos revistos, solicita-se aos autores que voltem a submeter à avaliação uma versão corrigida de um artigo rechaçado antes de um lapso temporal de três (3) a seis (6) meses. O editor informará aos autores do tempo que deverão esperar, caso expressem interesse em voltar a submeter seu artigo à avaliação. O rechaço definitivo de um artigo ocorrerá quando não corresponda à linha editorial ou temática da revista, ou quando a Direção assim o expresse.

**Resenhas.** Por serem de índole divulgativa, as resenhas serão avaliadas internamente pela equipe editorial da revista para definir sua publicação.

### NOTAS DE INTERESSE

- O envio de um artigo e sua eventual apresentação a um processo de avaliação, não obriga o Comitê Editorial da INNOVAR nem os seus editores a realizar a publicação.
- Os artigos e as resenhas serão recebidos ininterruptamente durante todo o ano.
- Se a coordenação da revista não informar o recebimento de um trabalho dentro de um período de oito (8) dias, favor reenviar sua mensagem ao e-mail opcional: [innovarjournal@gmail.com](mailto:innovarjournal@gmail.com)
- Quando um artigo é aprovado, o autor cede os direitos de publicação à *Escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas da Universidad Nacional de Colombia*.
- Os artigos publicados na INNOVAR não podem aparecer em nenhum meio massivo de comunicação sem ser citada sua prévia publicação na revista. No caso de publicações de recopilação, os autores deverão solicitar expressa autorização da revista INNOVAR e/ou da *Escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas da Universidad Nacional de Colombia*.

Revista INNOVAR, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Colombia, edificio 310, primer piso, Oficina Centro Editorial, Ciudad Universitaria.

Tel. (57) (1) 3165000, ext. 12308/12367  
E-mail: [revinnova\\_bog@unal.edu.co](mailto:revinnova_bog@unal.edu.co)  
[innovarjournal@gmail.com](mailto:innovarjournal@gmail.com)

Web page: [www.innovar.unal.edu.co](http://www.innovar.unal.edu.co)

## NORMES POUR LES COLLABORATEURS

### RÈGLES GÉNÉRALES POUR LES ARTICLES

Les politiques d'éditions de la revue envisagent la publication d'articles spécifiques sur des thèmes administratifs et sociaux :

**Articles de recherche:** Ce genre d'article présente de façon détaillée les nouveaux résultats de projets de recherches. Sa structure comprend quatre points importants : l'introduction, la méthodologie, les résultats et les conclusions.

**Articles de réflexion:** Ce genre d'article présente des résultats de recherche dans une perspective analytique, interprétative ou critique de l'auteur, sur un sujet spécifique, en faisant référence aux sources de l'auteur.

**Article de révision:** Ce genre d'article sera le résultat d'une recherche qui analyse, systématise ou intègre les résultats de recherches publiées ou non, dans un domaine scientifique et technologique, afin de rendre compte des avancées et des tendances de développement. Il devra présenter une révision bibliographique minutieuse d'au moins 50 références.

Des articles de réflexion, des articles critiques et des synthèses de livres seront également publiés.

### DIRECTIVES POUR LES RÉSUMÉS DES ARTICLES

#### Taille

Il est préférable que les résumés comprennent entre 1500 et 2000 caractères au maximum. La taille doit être proportionnelle à celle de l'article. C'est-à-dire que plus l'article est court et plus le résumé devra l'être alors que le résumé d'un article long aura le maximum de caractères.

#### Rédaction

- a. Les résumés doivent être clairs, faciles à lire et donner suffisamment d'informations pour que les lecteurs puissent comprendre le sujet de l'article.
- b. Les phrases doivent avoir une suite logique.
- c. Le résumé doit être écrit dans un espagnol grammaticalement correct.

#### Éléments clés dans la rédaction

Les résumés doivent présenter les éléments-clés suivants de façon précise et brève, sans s'étendre à des données inutiles. Ils en doivent pas contenir de tableaux, de figures ou de références. Son but est de refléter avec précision le contenu de l'article. Ces éléments clés changent selon le genre d'article.

#### Éléments-clé pour des articles de recherche

- a. But de l'étude
- b. Une brève description des matières
- c. La méthodologie
- d. La place de l'étude (si elle est pertinente ou contient une particularité)
- e. Résultats, conclusions et répercussions

#### Éléments-clé pour des articles de réflexion

- a. Sujet principal
- b. Développement logique du sujet
- c. Point de vue de l'auteur
- d. Répercussions, conséquences ou conclusions

#### Éléments-clé pour des articles de révision (débat bibliographique)

- a. Étendue de la révision
- b. Période des publications révisées
- c. Origine des publications
- d. Genres de document révisé
- e. Opinion de l'auteur sur le texte étudié, aspects à mettre en valeur ou information sur quelques découvertes qui résultent de la recherche
- f. Conclusions sur les lignes de recherche étudiées

### RÈGLES SPÉCIFIQUES POUR LES ARTICLES ET LES RÉSUMÉS

Le comité d'édition d'INNOVAR tiendra compte de plusieurs aspects pour accepter ou refuser à leur réception les articles ou les résumés qui pourront être publiés. Pour cette raison, nous demandons à nos collaborateurs de tenir compte des recommandations suivantes :

1. Les travaux inédits dont l'apport est original seront seulement considérés pour leur publication. La présentation

d'articles publiés en d'autres langues ou dont les résultats sont déjà publiés n'est pas acceptable.

2. Tout article remis à la revue ne peut être en processus d'évaluation dans une autre publication.
3. Qualité des auteurs : Les auteurs doivent être des professionnels, des professeurs et des chercheurs, au moins titulaires d'un diplôme de troisième cycle et experts en la matière.
4. Les auteurs sont responsables du contenu de leurs articles et la politique éditoriale est ouverte et démocratique.
5. Le titre de l'article doit être concis et en rapport avec le contenu, tout en mentionnant spécifiquement le sujet ou la matière étudiée.
6. Toute information au sujet du travail (type de texte, remerciements, collaborateurs, etc.) sera indiquée sur la page de présentation comprenant le résumé, les mots-clés, et les données des auteurs de l'article.
7. Chaque article doit être accompagné de la classification du Journal of Economic Literature (JEL Classification) selon le sujet correspondant et en accord avec les codes établis pour des recherches internationales de production bibliographique (les codes doivent être spécifiques et au plus au nombre de 3). Cette classification peut être consultée à : <http://www.aeaweb.org>.

8. La longueur suggérée pour les articles est de 5 mille à 8 mille mots. De toute façon, aucun article envoyé ne pourra dépasser 10 mille mots, y compris les références.
9. Le texte original doit être rendu accompagné de son archive à la direction de la revue ou envoyé à notre courrier électronique (revinnova\_bog@unal.edu.co). Les archives doivent contenir le texte en Word, le résumé analytique et les mots clé de l'article (minimum quatre). De même, les graphiques, tableaux, images et autres éléments doivent être inclus dans le texte sous forme éditabile ou annexés dans les programmes originaux dans lesquels ils ont été réalisés.
10. Les critiques bibliographiques, en tant que textes de divulgation, ne doivent pas dépasser 1500 mots et doivent également être remises en archive Word, accompagnées d'une reproduction de la couverture du livre ou de la publication concernée. (.jpg, de minimum 300 dpi).
11. Au moment de la remise du matériel, chaque auteur devra remplir, signer et envoyer par courrier électronique une fiche contenant ses coordonnées complètes, et déclarer en outre que l'article proposé est inédit et ne se trouve pas en processus d'évaluation dans une autre revue.
12. Les références bibliographiques, apparaissant dans le texte de chaque article, utiliseront le système de parenté (nom, année, page), ainsi : (Nieto, 1992, p.4). La liste des références bibliographiques doit apparaître à la fin du contenu de l'article, par ordre alphabétique (y compris les virgules, parenthèses, points, majuscules et italiques), suivant les règles de citation et de style d'American Psychological Association (APA), sixième édition, pour la présentation d'articles à publier. Veuillez vérifier que le nombre de références indiquées soit le même que celles qui sont citées dans l'article (ni davantage, ni moins). En plus, si les références sont identifiées avec DOI, il est nécessaire de l'indiquer (pour plus d'informations, veuillez consulter la page web de la revue ou vous communiquer avec le bureau de coordination éditoriale).

### PROCESSUS D'ÉVALUATION

La revue pourra rejeter la publication d'un article si, par décision interne, il est déterminé que certains standards académiques et éditoriaux ne sont pas respectés. En outre, s'il est découvert qu'un article proposé a déjà été publié totalement ou partiellement, ou s'il existe des travaux semblables déjà publiés par les mêmes auteurs et la contribution de l'article est considérée comme résiduelle, celui-ci sera rejeté définitivement.

**Convocation d'experts évaluateurs.** Les articles proposés seront soumis à des experts sur les thèmes concernés ; ceux-ci donneront leur opinion sur le travail, de façon indépendante (évaluation "aveugle"), tenant compte des critères suivants : qualité ou niveau académique, originalité, contribution pour la connaissance et l'enseignement, clarté de la présentation, clarté de la rédaction et de la littérature, intérêt et actualité du thème. L'expert évaluateur peut donner son opinion suivant le formulaire suggéré ou d'une autre façon. La revue a effectué une révision préalable des experts évaluateurs et considère qu'ils ont les compétences académiques suffisantes pour effectuer leur tâche de façon autonome.

**Confidentialité.** Le processus d'évaluation de la revue sera réalisé par arbitrage « en double aveugle ». La revue maintient sous réserve toutes les données des auteurs et réviseurs, les détails et les résultats du processus seront seulement révélés aux personnes directement concernées (auteurs, experts évaluateurs et éditeurs). Il est demandé aux auteurs d'éviter d'utiliser un excès d'autocitations dans l'élaboration de leurs articles ou tout autre type de données dans le texte qui pourrait faire connaître leur identité en tant qu'auteur ou en tant que groupe d'auteurs. De même, les allusions à des projets de recherche en rapport avec les articles ainsi que les remerciements seront inclus dans le texte seulement après approbation de l'article (cependant, ces données doivent être signalées aux éditeurs pour éviter des conflits d'intérêt éventuels pour les lecteurs du travail).

**Durée d'évaluation.** Une durée moyenne de huit (8) mois sera déterminée à partir de la convocation des pairs, leur acceptation et la remise du résultat de l'évaluation. Cependant, ce délai pourra être plus élevé ou moins élevé, suivant la disponibilité des réviseurs et d'autres facteurs pouvant faire dilater ou accélérer le processus. La revue remettra seulement une communication officielle aux auteurs sur leur article, quand elle aura une décision finale en ce qui concerne l'acceptation complète, l'acceptation sous conditions (avec de légers changements) ou le refus (avec des modifications impliquant un changement substantiel de la proposition. De même, si l'article traite un thème ne concernant pas la revue, l'auteur en sera informé).

**Remise de corrections.** Si l'évaluation collégiale suggère de légères modifications, les auteurs disposeront d'un délai maximum de huit (8) semaines. Si un article est soumis à une évaluation supposant des modifications importantes et si la Direction estime qu'il pourrait être approuvé lors d'un nouveau cycle d'évaluations, les auteurs devront remettre leurs modifications dans un délai maximum de 16 semaines, annexant, en tous cas, un rapport avec les changements effectués dans la proposition initiale.

**Refus d'articles.** Au delà de la validation des avances dans la connaissance de thèmes qui sont du domaine de la revue, l'objectif du processus d'évaluation d'INNOVAR est de permettre aux auteurs de développer leurs propositions et de préciser leurs idées pour la construction d'articles plus consistants. En ce sens, nous espérons que les auteurs pourront tirer profit des commentaires effectués par les experts évaluateurs au cas où un document serait refusé pour la publication. Bien que la revue soit disposée à recevoir des articles modifiés, il est demandé aux auteurs de ne pas soumettre une version corrigée d'un article refusé avant un délai oscillant de trois (3) à six (6) mois. L'éditeur informera les auteurs du temps d'attente, s'ils expriment leur intérêt à soumettre à nouveau leur article. Un article sera définitivement refusé quand il ne correspondra pas à la ligne éditoriale ou au thème de la revue, ou quand la Direction en prendra la décision

**Critiques bibliographiques.** Etant donné leur caractère de divulgation, les notices biographiques seront évaluées de façon interne par l'équipe éditoriale de la revue pour en définir la publication.

### NOTES

- L'envoi d'articles et le processus éventuel d'évaluation n'oblige pas le Comité Éditorial d'INNOVAR, ni les éditeurs, à les publier.
- Les articles et les notices bibliographiques seront reçus durant toute l'année sans interruption.
- Si la coordination de la revue n'accuse pas réception d'une proposition de travail huit (8) jours après l'envoi, veuillez renvoyer votre message au courrier électronique optionnel : [innovarjournal@gmail.com](mailto:innovarjournal@gmail.com)
- Lors de l'approbation d'un article, l'auteur ou les auteurs cède(nt) les droits de publication à « la Escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia ».
- Les articles publiés dans la revue INNOVAR ne peuvent paraître dans aucun autre moyen de communication sans que leur publication dans la revue INNOVAR ne soit citée au préalable. S'il s'agit de la publication d'un recueil, les auteurs devront en demander l'autorisation à la revue et/ou à « la Escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública ».

Revista INNOVAR, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Colombia, edificio 310, primer piso, Oficina Centro Editorial, Ciudad Universitaria.

Tel. (57) (1) 3165000, ext. 12308/12367

E-mail: [revinnova\\_bog@unal.edu.co](mailto:revinnova_bog@unal.edu.co)  
[innovarjournal@gmail.com](mailto:innovarjournal@gmail.com)

Web page: [www.innovar.unal.edu.co](http://www.innovar.unal.edu.co)



## UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

### SEDE BOGOTÁ

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL DESARROLLO - CID

PROGRAMA DE EDUCACIÓN CONTINUADA

**ÁREAS DE PROFUNDIZACIÓN:** El PEC cuenta con diversas áreas de profundización a través de las cuales se estructuran cursos que van desde temas básicos hasta los más avanzados. De esta manera los participantes podrán lograr un dominio de las áreas que les son más afines a sus actividades profesionales, abordar temáticas de actualidad o enriquecer sus conocimientos.

### ÁREA DE FINANZAS Y AFINES

Esta área se orienta al conocimiento y aplicación de herramientas de manejo financiero de las organizaciones, desde el punto de vista interno y del ambiente de negocios en general. Los cursos brindan a los participantes un conjunto de herramientas analíticas y prácticas que podrán utilizar para tomar decisiones de inversión, involucrando para ello escenarios con información real de los mercados financieros, el manejo del riesgo y la funcionalidad de las aplicaciones informáticas.

### ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE Y ASEGURAMIENTO DE CALIDAD

En estas áreas los participantes del curso obtendrán un marco conceptual que potencialice el desarrollo de habilidades y capacidades necesarias para desempeñar una gestión del servicio al cliente acorde con los recursos y requerimientos de la organización. Asimismo, aborda la planeación, coordinación y ejecución de sistemas de calidad, su mantenimiento y seguimiento.

### ÁREA DE PROYECTOS

Los cursos de esta área se centran en determinar los componentes principales para la identificación, formulación, evaluación económica, financiera y social, de diferentes clases de proyectos. De igual manera, brindan los conocimientos relativos a las herramientas, los criterios y métodos más frecuentemente utilizados en la gerencia de proyectos, aplicando la teoría mediante la metodología del caso a la solución de problemáticas específicas, y apoyándose en herramientas informáticas.

### ÁREA DE GESTIÓN PÚBLICA

Los cursos de esta área brindan los conceptos e instrumentos de las ciencias y técnicas de gobierno aplicados al fortalecimiento de los sistemas de planeación, información, monitoreo, control y evaluación de la gestión institucional.

### ÁREA DE DESARROLLO DE COMPETENCIAS

Esta área está integrada por cursos cuyo objetivo principal es brindar las herramientas y los conocimientos necesarios para incrementar la eficacia y la eficiencia tanto de las organizaciones como del desempeño de los individuos que la integran, mediante el aprovechamiento de su potencial intelectual y emocional.

### ÁREA DE SISTEMAS

Esta área está orientada a desarrollar habilidades necesarias para la utilización eficiente de las herramientas informáticas en el contexto organizacional, de manera que se constituyan en elementos de apoyo para el suministro de información con la calidad y oportunidad necesarias para la toma de decisiones.

### ÁREA DE AUDITORÍA Y CONTROL

Área enfocada al conocimiento, formulación y aplicación de herramientas de gestión, fundamentales para la toma de decisiones. También se proporcionan los conocimientos teórico-prácticos sobre el control y los procesos de auditoría interna, financiera y de gestión.

### ÁREA DE ECONOMÍA Y DERECHO

El objetivo de los cursos de esta área es mejorar la comprensión y el estudio de los fundamentos económicos, jurídicos, sociales y políticos del país, proporcionando herramientas necesarias para el desarrollo de las organizaciones en el contexto regional y mundial.

Ciclos distributivos y crecimiento económico en América Latina

Germán Alarco Tosoni

La carga tributaria sobre los ingresos laborales y de capital en Colombia: el caso del impuesto sobre la renta y el IVA

Jorge Armando Rodríguez y Javier Ávila Mahecha

Desigualdad persistente. Un ejercicio con datos de Argentina (1993-2015)

Jorge Paz

Income redistribution and inequality in the Mexican tax-benefit system

Linda Llamas, Abdelkrim Araar y Luis Huesca

Nuevas estimaciones de distribución del ingreso en Colombia entre 1938 y 1988. Metodología de estimación y principales resultados

Javier Rodríguez-Weber

Desigualdad del ingreso en Colombia: un estudio por departamentos

Roberto Mauricio Sánchez-Torres

A tale of two decades: Income inequality and public policy in Argentina (1996-2014)

Dario Judzik, Lucía Trujillo y Soledad Villafaña

The rise of the middle class in Ecuador during the oil boom

Iván Gachet, Diego Grijalva, Paúl Ponce y Damián Rodríguez

Labour income inequality and the informal sector in Colombian cities

John Ariza y Gabriel Montes-Rojas

Propuesta alternativa para las líneas de indigencia y de pobreza existentes en Colombia

Julián Augusto Casas Herrera y Manuel Muñoz Conde

Oferta de trabajo del hogar remunerado en el Perú: 2007-2014

Cecilia Garavito Masalías

El enfoque de redes en economía y sociología

Sagar Hernández Chuliá

La teoría de la regulación y la influencia del pensamiento económico italiano

Andrés Musacchio

Distribución funcional del ingreso y régimen de crecimiento en México y España

Julio Herrera Revuelta y José Raúl Luyando Cuevas

Maurice Allais sobre capital y equilibrio en los años 1940, y sus implicancias para la teoría del equilibrio general

Ariel Dvoskin

¿Compartimos la misma idea cuando utilizamos el término Neoclasicismo?

Francisco Lozano y Jonathan Moreno

Una explicación a la curva de salarios

Daniel Velázquez Orihuela y Zeus Salvador Hernández Veleros

El estado del arte sobre la teoría de la estructura de capital de la empresa

Luis Miguel Ramírez Herrera y María José Palacín Sánchez

Fragilidad financiera empresarial y expectativas de ingresos: evidencias de un modelo multi-agentes

Rémi Stellian, Jenny Paola Danna-Buitrago y David Andrés Londoño Bedoya

Sobre la Relevancia de los Modelos Económicos Teóricos

Juan David Durán y Francisco Lozano

Felicidad en la política pública: una revisión de literatura

Jhonathan Rodriguez, Mario García Molina y Liliana Chicaiza

Early Childbearing and the Option to Postpone

Blanca Zuluaga

**Reseña**

La crisis del euro y el futuro de Europa Daniel Rojas Lozano

**Informes**

Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional de Colombia Carrera 30 No. 45-03 Edificio 310, primer piso, oficina Centro Editorial. Teléfono. (+571) 3165000 ext. 12308 correo electrónico revcuaeco\_bog@unal.edu.co página web [www.ceconomia.unal.edu.co](http://www.ceconomia.unal.edu.co). Bogotá DC. Colombia

# EG|Estudios Gerenciales

Journal of Management and Economics for Iberoamerica

ISSN 0123-5923

## Indexada en:

Índice Nacional de Publicaciones  
Seriadas, Científicas y Tecnológicas  
de Publindex - Colciencias;  
ScienceDirect; SciELO Citation  
Index; SciELO; JEL; EconLit;  
RedALyC; Thomson Gale; RePEc;  
Latindex; Ulrich's; EBSCO; Dotec;  
DOAJ; Clase; Dialnet.

Vol. 33, No. 144, julio - septiembre de 2017

- 1** Universidades influyentes en investigación sobre orientación al mercado. Una visión general entre 1990 y 2014 / Leslier Valenzuela-Fernández, José M. Merigó y Carolina Nicolas
- 2** El efecto de los mecanismos internos de control en las operaciones con información privilegiada / José E. Tobar, Esther B. del Brío y Alberto de Miguel
- 3** La expansión internacional de la firma: experiencia de una pyme del sector tecnológico de Argentina / Alejandra Moreno López y Juan Emilio Torres
- 4** Influencia de la inteligencia emocional sobre las competencias laborales: un estudio empírico con empleados del nivel administrativo / José Luis Duque Ceballos, Mónica García Solarte y Andrea Hurtado Ayala
- 5** Evaluation of the perception and application of social responsibility practices in micro, small and medium companies in Barranquilla. An analysis from the theory of Stakeholders / Guillén León, Hamadys L. Benavides Gutiérrez y José María Castán Farrero
- 6** Análisis evaluativo a los procesos de marketing en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas de alimentos de Medellín / Samuel David Cepeda Palacio, Libardo José Velásquez Estrada y Beatriz Eugenia Marín Gómez
- 7** Factores que el fabricante/distribuidor toma en consideración para la comercialización de alimentos especiales en mercados foráneos / Karen L. Orengo Serra y Maribel Ortíz Soto
- 8** Inequidades socioeconómicas en el uso de servicios sanitarios de atención primaria en Ecuador / Grace Armijos Bravo y Segundo Camino Mogro
- 9** Análisis envolvente de datos. Un caso de estudio para una universidad argentina / Fernanda Villarreal y Fernando Tohmé
- 10** Autopartes del Caribe. Negociando estratégicamente / Luciana C. Manfredi y Édgar Alberto González Aragón

## Suscripciones, canje y postulación de artículos

Universidad Icesi, Calle 18 No. 122-135  
PBX: 555 2334, ext. 8210. Cali, Colombia  
E-mail: estgerencial@icesi.edu.co  
[www.icesi.edu.co/estudios\\_gerenciales/](http://www.icesi.edu.co/estudios_gerenciales/)



FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS  
Y ECONÓMICAS



LA RED POSTAL DE COLOMBIA

W W W . 4 - 7 2 . c o m . c o

► Línea de Atención al Cliente Nacional 01 8000 111210 ◄



LA RED POSTAL DE COLOMBIA

# INNOVAR

La *Revista Innovar*, 28(67) fue editada por la Escuela de Administración y Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá. Se terminó de imprimir y encuadrinar en los talleres de Proceditor Ltda., en diciembre del 2017, con un tiraje de 350 ejemplares, sobre papel bond blanco bahía de 70 g.

## Editorial

### *Marketing*

¿De quién es la culpa? Un estudio exploratorio de las causas de la espera en los servicios

MARIA DEL MAR PÀMIES, GERARD RYAN & MIREIA VALVERDE



Aproximación a la representación de la forma y apariencia del producto: estudio sobre los atributos de diseño

MAURICIO GUERRERO VALENZUELA, BERNABÉ HERNANDIS ORTUÑO & BEGOÑA AGUDO VICENTE



El clima y su relación con las actividades, la fidelidad y la satisfacción del turista náutico que visita la Ruta del Sol (Ecuador)

YEN E. LAM GONZÁLEZ, CARMELO J. LEÓN GONZÁLEZ & JAVIER DE LEÓN LEDESMA



### *Estrategia y Organizaciones*

Internacionalização de PME no Continente Americano: Revisão da Literatura

CLÁUDIA PIRES RIBAU, ANTÓNIO CARRIZO MOREIRA & MÁRIO RAPOSO



¿La capacidad de absorción es dinámica?

MARISELA VARGAS PÉREZ



### *Gestión y Organización*

Organizational Studies in Latin America. A Literature Review (2000-2014)

DIEGO RENÉ GONZALES-MIRANDA, CARMEN ALEJANDRA OCAMPO-SALAZAR & MARIANO GENTILIN



Ética organizacional aplicada. Estudio de caso de una organización de servicios sociales en España

CARLA CUBILLOS VEGA



### *Aportes a la Investigación y Docencia*

Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia)

EDWIN TARAPUEZ, MARÍA DOLLY GARCÍA & NÉLIDA CASTELLANO



¿Ha cambiado el Plan Bolonia los resultados académicos en las asignaturas de estadística?

BEATRIZ GARCÍA-CARRO & MARÍA CARMEN SÁNCHEZ-SELLERO



Política pública, mercado y diversidad institucional: las complejidades de clasificar instituciones de educación superior. El ejemplo chileno

ENRIQUE FERNÁNDEZ DARRAZ

