

InnOvaciOnes de NegOciOs

Año 12 Número 23, Enero-Junio 2015

Comité Editorial

Líneas de investigación en Administración

- Dr. Gustavo Alarcón Martínez, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Gestión Pública)
- Dr. José Nicolás Barragán Codina, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Negocios Internacionales)
- Dra. Mónica Blanco Jiménez, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Negocios Internacionales)
- Dr. Jean Charles Cachon, *Laurentian University*, (Negocios Internacionales)
- Dr. Jesús Gerardo Cruz Álvarez, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Innovación Tecnológica)
- Dr. Joel Mendoza Gómez, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Gestión del Capital Humano)
- Dr. Miguel Ángel Palomo González, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Innovación Tecnológica)
- Dr. Luis Arturo Rivas Tovar, *Instituto Politécnico Nacional*, (Gestión del Capital Humano)
- Dr. Yves Robichaud, *Laurentian University*, (Negocios Internacionales)
- Dra. Karla Anett Sáenz López, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Gestión Pública)
- Dr. Juan Rositas Martínez, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Gestión del Capital Humano)
- Dr. Tagi Sagafi-Nejad, *Texas A&M International University*, (Negocios Internacionales)
- Dr. José Sánchez Gutiérrez, *Universidad de Guadalajara*, (Negocios Internacionales)

Líneas de investigación en contaduría

- Dr. Josep María Argilés Bosch, *Universidad de Barcelona*, (Contaduría)
- Dr. David Ceballos Hornero, *Universidad de Barcelona*, (Finanzas)
- Dr. Klender Aimer Cortez Alejandro, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Finanzas)
- Dr. Heriberto García Núñez, *Texas A&M International University*, (Contaduría)
- Dra. Adriana Verónica Hinojosa Cruz, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Impuestos y Estudios Fiscales)
- Dra. Martha del Pilar Rodríguez García, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Finanzas)
- Dra. María Luisa Saavedra García, *Universidad Nacional Autónoma de México*, (Contaduría)
- Dra. María Teresa Sorrosal, *Universitat Rovira i Virgili*, (Finanzas)
- Dr. Eduardo Javier Treviño Saldivar, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Finanzas)
- Dr. Juan Paura García, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Impuestos y Estudios Fiscales)
- Dr. Adrián Wong Boren, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, (Contaduría)

CARTA DE LA DIRECTORA

La evolución de la forma de hacer negocios en este siglo XXI pone de manifiesto como necesidad prioritaria el desarrollo de innovación dentro de las organizaciones y la generación de ecosistemas de negocios que puedan enfrentar las nuevas oportunidades de negocio.

El papel de las organizaciones ante la sociedad ha añadido nuevas funciones, ya no sólo se enfrenta a la creación de valor económico y la generación de nuevos productos como un ente único, sino que es necesario explorar oportunidades en el creciente sector de los servicios debido a que los requerimientos propios de los consumidores están cambiando. Particularmente, esto se puede ver con el ascenso de la cantidad empresas de servicios que están en el mercado y que para poder diferenciarse de su competencia realizan inversiones en activos intangibles como posicionamiento de marca y conocimiento que les permita innovar.

Este conocimiento que se ve reflejado en la innovación de las empresas de servicios para incrementar su posibilidades de sobrevivencia en el mercado, es una de las razones que aumenta la importancia que le dan tanto la academia, como la iniciativa privada a los activos intangibles, sobre todo porque en muchas ocasiones estos activos no puede ser generado por una organización de manera aislada y esto ocasiona que las empresas se ven presionadas a formar sinergias y generar ecosistema de negocios que estén conformados por actores interdisciplinarios.

La innovación genera un círculo virtuoso donde todos los integrantes del ecosistema logran un beneficio debido a que se ven como complementos para la generación de nuevo conocimiento y de esta forma incrementar las posibilidades de sobrevivencia en el mercado de todos los actores. El ámbito de esta vinculación no sólo refleja el desarrollo de empresas ya existentes y que participan en el ecosistema, sino en el emprendimiento de nuevas que al generar conocimiento identifican oportunidades de negocios que desean explotar. Es innegable, que actualmente los ecosistemas de negocios que generan innovación enfrentan retos relacionados con la confianza y comunicación, sin embargo hacen el esfuerzo para poder sobre ponerse a ellos porque saben que si optan por trabajar de manera aislada disminuyen sus posibilidades de éxito.

Las escuelas y facultades de negocios tienen un rol importante en estos ecosistemas de negocios que generan innovación, sin duda es un reto y un desafío, pero debe establecerse dentro de los objetivos estratégicos de las universidades la vinculación con estos ecosistemas debido a que uno de los pilares de las instituciones académicas es la generación de conocimiento que impulse una mejora a la sociedad.

M.A.E. Ma. Eugenia García de la Peña

InnOvaciOnes de NegOciOs

Año 12 Número 23, Enero-Junio 2015

Contenido

- Portales, L. / Integración de organizaciones y empresas al territorio por medio de innovaciones sociales (Integration of organizations and companies at territories through social innovations) 001 - 029
- Romero, J. & López, V. / La innovación en el sector servicios: la contribución de los servicios empresariales intensivos en conocimiento (SEIC) (Innovation in services: The contribution of Knowledge Intensive Business Services (KIBS)) 031 - 052
- Méndez, A. B. & Hinojosa, S. R. / Métricas contables como factores críticos del desempeño financiero: Evidencia de fusiones y adquisiciones en México (Accounting metrics as critical factors affecting financial performance: Evidence from M&A in Mexico) 053 - 073
- García, E. & Mendoza, J. / La confianza en el contexto de los equipos de trabajo virtuales (Trust in virtual work teams context) 075 - 095
- Monroy, A. / Valor en riesgo mediante simulación histórica en un entorno de tasas negativas (Value at risk using historical simulation upon negative rates) 097 - 111
- Ávila, L. E. & Alarcón, G. J. / Rol y mejores prácticas del equipo líder y su impacto en la innovación de empresas de la Zona Metropolitana de Monterrey (Role and best practices of the leadership team and its impact on business innovation in the metropolitan area of Monterrey) 113 - 131
- Terán, M. M., García, M. E. & Blanco, M. / El entorno social como elemento a considerar para predecir la ciudadanía de los trabajadores dentro de la organización (The social environment as element to consider in predicting citizenship of workers within the organization) 133 - 151

Innovaciones de Negocios, 12(23): 001 - 029

© 2015 UANL, Impreso en México (ISSN 2007-1191)

Fecha de recepción: 18 de febrero de 2015. Fecha de aceptación: 01 de junio de 2015.

Integración de organizaciones y empresas al territorio por medio de innovaciones sociales (Integration of organizations and companies at territories through social innovations)

Luis Portales

Universidad de Monterrey (UDEM) Av. Ignacio Morones Prieto 4500 Pte.

66238 San Pedro Garza García, N.L.

Email: portales.luis@gmail.com

Key words: enterprise integration, inter-sectorial partnerships, social actors, social innovation, territory.

JEL: O35, O10, M10

Abstract. Territory is a concept that has been approached from different scopes of social sciences. As a result of its study, currently is understand as a multidimensional and complex form, where not only take into consideration the geographical aspect and availability of resources, but also includes a relational and dynamic aspect. Consequence of this view it can be used as a framework to analyze the different connections that social actors presents between them, and the causes, implications and effects they have on the territory where they operate. The aim of this paper is to present how different actors have been integrated into the territory as a result of the breakdown in social roles that state, civil society and companies traditionally had been doing. These schemes of collaboration and integration can be understood as social innovations that generate socioeconomic processes aimed to improving living conditions for all inhabitants. The analysis is a framework that serves as the basis for the study of social innovations that occur most frequently in the current context.

Palabras clave: actores sociales, alianzas intersectoriales, innovación social, integración empresarial, territorio.

JEL: O35, O10, M10

Resumen. El territorio es un concepto que ha sido abordado desde diferentes ramas de las ciencias sociales, sin embargo, y como resultado de su estudio, actualmente es visualizado de una forma multidimensional y compleja, en donde no solamente se toman en consideración su aspecto geográfico y la disposición de recursos, sino que también se incluye su aspecto relacional y dinámico. Consecuencia de esta visualización éste puede ser utilizado

como un marco de referencia para analizar las diferentes articulaciones que presentan los actores sociales que en él convergen, así como las causas, implicaciones y efectos que éstas tienen en el entorno donde se encuentran y en los mismos actores que las generan. El objetivo de este trabajo es presentar la forma en que los diferentes actores se han ido integrando al territorio como consecuencia de la ruptura en los roles sociales que Estado, organizaciones de la sociedad civil y empresas tradicionalmente venían realizando. Estos esquemas de colaboración e integración pueden ser entendidos como innovaciones sociales que generan procesos socioeconómicos orientados a la mejora de condiciones de vida de todos los habitantes. El análisis realizado es un marco de referencia que sirve como base para el estudio de las innovaciones sociales que se presentan con mayor frecuencia en el contexto actual.

Introducción

El territorio es un concepto que ha sido abordado desde diferentes ramas de las ciencias sociales, razón por la cual ha sido utilizado de diferentes formas. Éstas oscilan desde aquellas que lo toman como un elemento explicativo de algún fenómeno social, hasta aquellas que lo utilizan como un aspecto contextual para definir un espacio geográfico en el cual se presenta algún fenómeno determinado. A pesar de esta diversidad de enfoques y aproximaciones, en todas ellas se pone de manifiesto la hegemonía de su visualización como un espacio geográfico que agrupa una serie de recursos económicos, sociales y ambientales que son utilizados por los diferentes actores que ahí se encuentran para dar respuesta a sus necesidades.

Sin embargo, y debido al incremento de estudios relacionados con el territorio y a la posible importancia que éste puede tener en la explicación de distintos tipos de fenómenos sociales, en épocas recientes éste ha comenzado a ser visto más allá de su perspectiva geográfica y de los recursos con los cuenta, y ha comenzado ser visualizado de una forma dinámica y relacional con la capacidad de generar identidad y estructuras sociales entre los diferentes actores que en él convergen. Esta visualización del territorio permite su utilización como un marco de referencia, a través del cual se pueden analizar las articulaciones que los actores presentan, así como las consecuencias que tienen en el entorno y el bienestar para cada uno de los que participan en ellas.

Tomando como base esta visualización, el presente trabajo tiene como interés identificar las formas en que los actores sociales, especialmente las empresas, buscan dar respuesta a las diferentes necesidades que se presentan en el territorio donde operan a través de su articulación con diferentes actores sociales.

En aras de lograr este interés, el trabajo está dividido en cinco secciones. La primera tiene el objetivo de presentar las formas en que se ha estudiado la noción del territorio desde las distintas ramas de las ciencias sociales, así como el enfoque utilizado. Los elementos que conforman al territorio son abordados en la segunda sección, misma que servirá de base para presentar a este concepto desde una lógica relacional y dinámica en la tercera sección. Durante la cuarta sección se exponen los tipos de articulaciones sociales que existen a nivel territorial, y los actores que las realizan. Finalmente, en una quinta sección se presentarán algunas conclusiones y puntos para la reflexión que buscan ser los cimientos para la construcción de un programa de investigación orientado al estudio del territorio desde una óptica integral y multidisciplinaria.

Delimitando el territorio

La noción de territorio tiene varias connotaciones, tradicionalmente ha sido abordada desde tres perspectivas de análisis distintas. Cada una de estas perspectivas ha ido formando sus propias concepciones según sus intereses y de acuerdo a la forma en que ha ido abordando el sujeto de estudio. Sin embargo, es importante recordar que estas perspectivas son utilizadas para fines de análisis y en ocasiones han dejado de lado la complejidad del fenómeno a estudiar.

La primera perspectiva se encuentra vinculada a una visión antropológica y sociológica, en donde se delimita el espacio geográfico de una determinada región con base en elementos históricos que llegan a formar la identidad colectiva de los habitantes que convergen en él (Pecqueur, 1996). Producto de estos procesos históricos y patrones identitarios ha sido la creación de instituciones y organizaciones económicas y sociales. En esta perspectiva se toma en consideración los aspectos culturales y organizacionales que dan como resultado la estructura social que delimitan al territorio. Su principal interés es identificar los procesos en que los actores

han construido este territorio, es por esto que las fronteras entre uno y otro territorio en ocasiones no son tan claras.

En la segunda perspectiva de análisis la noción de territorio se basa en las capacidades que tiene el gobierno para ejercer su control político, social e institucional. Esta visión está vinculada con una corriente de corte sociológico y está conformada por dos aspectos, uno funcional y otro geográfico (Lips, Boogers, & Weterings, 2000). En el aspecto geográfico se encuentran los límites geográficos sobre los cuales los gobiernos (locales, municipales, estatales, federales, etc) ejercen un determinado control o poder. A un nivel funcional se encuentran los medios a través de los cuales los gobiernos ejercen una determinada autoridad sobre un área específica, tal como puede ser el control y manejo del agua o la energía.

La tercera perspectiva ha estado vinculada con una visión de desarrollo regional económico y se encuentra situada en la capacidad que tiene un determinado espacio geográfico en proveer de determinados servicios o recursos al sistema económico (Moulaert & Mehmood, 2010). En esta perspectiva se busca identificar cuáles regiones son más competitivas y por ende tienen una mayor capacidad de generar riqueza económica para los actores que ahí se encuentran. En ella los principales actores son los entes privados, y se tiende por analizar la forma en que llevan a cabo sus procesos y los actores institucionales que permiten o dificultan este desarrollo.

De estas perspectivas sobre el estudio de los territorios se puede observar como cada una de ellas aporta algo diferente a la comprensión y entendimiento del fenómeno en cuestión (Tabla 1). Dentro de las diferencias de estas perspectivas es el hecho de que la perspectiva económica se ha centrado principalmente en el análisis de las cuestiones que suceden en la lógica del mercado, en donde la racionalidad de los actores es principalmente económica (Abdelmalki, Dufourt, Kirat, & Requier-Desjardins, 1996; Bourdieu, 2002). La perspectiva antropológica-sociológica se ha centrado en el estudio de las interacciones sociales, las cuales producen estructuras sociales, sistemas de valores y creencias culturales que rigen a cada una de ellas. La perspectiva institucional ha centrado sus esfuerzos en explicar el territorios desde una lógica funcionalista que tienen con interés conocer las normas e instituciones que regulan el mercado social y económico (Portes, 2007; Savall & Zardet, 2005).

Tabla 1. *Perspectivas del estudio territorial*

Perspectiva	Elementos de análisis	Intereses sobre el territorio
Antropológica - sociológica	Procesos históricos, culturales y sociales. Estructura social y acomodo de los agentes sociales. Identidad territorial y control social	Identificar los procesos sociales a través de los cuales se han delimitado los diferentes territorios. Identificación de los territorios desde las lógicas de los propios actores.
Institucional - gubernamental	Niveles de gobierno, sus límites de acción legal y jurisdiccional. Marcos normativos y de regulación social.	Conocer las formas en que los gobiernos ejercen sus facultades administrativas y normativas sobre los territorios que tienen a su cargo.
Económico	Recursos con los que cuenta un determinado espacio geográfico. Servicios que ofrece la región geográfica. Marco normativos y legales que favorecen el posicionamiento de empresas y entes económicos.	Delimitar cuáles son las ventajas competitivas de un determinado espacio geográfico en función de la forma en que sus actores económicos son capaces de hacer uso de los recursos –tangibles e intangibles- con los que cuenta.

Fuente: Elaboración propia.

Durante la mayor parte del siglo XX, a pesar de la segmentación del territorio como fenómeno de estudio en estas tres perspectivas y del poco diálogo que existía entre ellas, éstas lograron explicar lo que sucedía en él de una forma más o menos certera. Sin embargo, con la crisis del Estado Benefactor (Lacour, 1996; Revueltas, 1993; Scott, 1998), la crisis post-fordista (Fontan, Klein, & Lévesque, 2003; Fontan, Klein, & Tremblay, 2005; Gumuchian & Pecqueur, 2007) y el surgimiento de nuevos actores sociales (Garreton, 1985), estas perspectivas se han visto en la necesidad de cruzarse y reconocerse en términos analíticos, dando como resultado la necesidad de generar un marco de referencia en dónde todas las perspectiva se articulen entre sí para brindar una mejor comprensión y entendimiento de lo que sucede en los diferentes territorios.

Para lograr dicho interés es necesario en primera instancia identificar los diferentes elementos que conforman el territorio así como de mencionar cuáles son algunas de sus características. Con base en esta identificación se

podrá generar una aproximación en donde se puedan vincular todos estos elementos desde una lógica más articulada y tomando como referencia las diferentes perspectivas de las ciencias sociales que tradicionalmente las han explicado.

Elementos que conforman el territorio

Después de haber realizado una revisión de las diferencias que existen entre las perspectivas que han buscado explicar los fenómenos desde una perspectiva territorial, se distinguieron cinco elementos, mismos que se encuentran alineados con los intereses de estudio del territorio como fenómeno social vistos anteriormente (Tabla 1), los niveles de apropiación en que presentan cada uno de ellos y la integración de cada una de las perspectivas desde una lógica multidisciplinar y transdisciplinar. Los cinco elementos que se identificaron fueron: espacio geográfico, actores, instituciones y organizaciones, recursos y contexto territorial.

Es importante mencionar que estos elementos pueden no ser los únicos a considerar en el estudio del territorio desde una perspectiva dinámica y relacional, sin embargo, brindan un marco de referencia lo suficiente claro y flexible para abordar los intereses que cada una de las perspectivas expuestas tiene sobre el territorio de una forma articulada, de tal forma que se puedan explicar con un mayor grado de complejidad y articulación los fenómenos de innovación social que se presentan en su interior.

El primer elemento a considerar es el relacionado con la visualización del territorio como un espacio geográfico determinado. Es decir, el territorio se hace presente en un espacio tangible y concreto en donde se encuentran y confluyen todos los elementos que lo conforman. En este espacio se encuentran varios elementos que definen las características del territorio y que ayudan a comprender de una mejor forma el nivel de análisis de las perspectivas presentadas anteriormente, así como su posible integración en un marco conceptual coherente.

En primer lugar, el territorio es un campo de acción donde los diferentes actores actúan y operan con la intención de dar cumplimiento a sus propios intereses (Fontan et al., 2005). Genera procesos de identidad comunitaria que van definiendo a los propios actores y al entorno en que se encuentran (Mercado Maldonado & Hernández Oliva, 2010). De esta forma, el segundo

elemento que integra al territorio son los actores que se encuentran en el espacio geográfico, y que para fines analíticos pueden ser abordados desde dos tipos de racionalidades diferentes.

La primera de ellas es la selección racional (Coleman, 1990; Simon, 1955), la cual presupone que todos los actores toman decisiones buscando la maximización de sus propios intereses, tomando como base la información presente en el entorno donde se desenvuelven y de una forma utilitaria. En esta racionalidad, se parte del supuesto de que el individuo es el sujeto capaz de tomar sus decisiones con base en un criterio de racionalidad que siempre logra el mayor beneficio para él. La segunda es la idea de racional limitada, misma que parte del supuesto de que los actores toman decisiones tomando como base la información presente en el entorno pero esta que esta se encuentra limitada por su capacidad de analizarla, procesarla y en algunos casos de sus propios valores y hábitos culturales (Bourdieu, 2002; Pecqueur, 1996). En esta segunda racionalidad, se visualiza al individuo como un sujeto capaz de decidir qué acciones tomará, sin dejar de lado el entorno social en el cual se desenvuelve.

La mezcla de estas racionalidades define la forma en que realizan diferentes acciones con el interés de dar respuesta a los intereses y necesidades percibidas. En este sentido, se presenta un conflicto entre el interés individual y el colectivo. Este conflicto se basa en el hecho de que los actores buscarán el beneficio colectivo siempre y cuando éste se vea reflejado en un incremento de su propio beneficio (Portales & Ruiz González, 2013). El mejor ejemplo de esta situación es el dilema del prisionero en donde la cooperación de ambos actores conduce a la maximización de ambos, pero la falta de cooperación de alguno de los dos repercute en la reducción de los beneficios de ambos (Ostrom & Ahn, 2009).

Aunada a esta situación de búsqueda de maximización del beneficio individual a través de la colectividad se encuentra el hecho de que los actores que se encuentran en ella tienen marcos de referencias culturales y sociales que pueden o no ser compartidos, y que a su vez incide en la realización de acciones. Es así que los actores que se encuentran en este espacio geográfico pueden tener una identidad común que los puede llevar a actuar de forma colaborativa o por el contrario carecer de ella incrementando la posibilidad de conflicto (Simmel, 1939). Estas acciones a su vez llevan a los

actores a apropiarse de diferentes roles sociales que dan lugar a la estructura social que se presenta a lo largo del territorio (Merton, 1938).

Por ende el territorio no solamente es un campo de acción donde estos actores operan, sino también es un referente que genera identidad (Albuquerque, 1999), roles sociales y una determinada estructura social que da lugar a la creación normas y reglas que están regidas por la construcción de instituciones y organizaciones sociales (Portes, 2007), mismas que buscan ser reguladoras de estas normas y buscan dar respuesta a los posibles conflictos que puedan surgir entre los actores (Ostrom, 1990).

Estas instituciones y organizaciones sociales son parte del tercer elemento que se encuentra en el territorio. En esta línea, el territorio es un espacio de creación institucional en donde organizaciones de diversa índole se encuentran para compartir mandatos, normas y reglas con el interés de lograr un bien común (Abdelmalki et al., 1996). Encontramos dos tipos de organizaciones principalmente.

El primero de ellos son las instituciones que emanan desde el Estado, las cuales constituyen el plano simbólico de las organizaciones que integran normas y reglas que buscan gobernar sobre las relaciones entre los ocupantes de roles que ejecutan los diferentes actores en las áreas institucionalmente estructuradas: política, economía, comunicación, información y ocio (Abdelmalki et al., 1996; Ostrom, 1990; Portes, 2007). Son producto de un proceso histórico e incluyen elementos culturales, tales como valores, normas, códigos de acción y reglas, dándoles la legitimidad social que requieren para mantener el control social deseado.

Tradicionalmente estas instituciones habían sido las encargadas de atender las cuestiones relacionadas con lo social, es decir, con los elementos que no están incluidos dentro de una lógica económica, así como de garantizar la satisfacción de estándares mínimos de vida para todos los habitantes que se encontraban al interior de sus límites geográficos (Helmsing, 2003; Himmelfarb, 1988). También se encargaban de brindar un marco regulatorio y de acción para las organizaciones empresariales y sociales que operaban al interior de sus territorios (Rose, 2003). Esta situación se vio culminada con la crisis del Estado Benefactor dando resultado a una serie de implicaciones que se presentaran en la siguiente sección.

El segundo tipo son las organizaciones económicas y sociales que son producto de la integración de actores que persiguen un mismo fin. Se distinguen de las instituciones en el hecho de que éstas no son producto de un consenso social histórico y no tienen como interés integrar en su estructura los valores de la sociedad, sino más bien dar respuesta a los intereses de los actores que se encuentran en su interior. Con base en esta lógica podemos identificar que existen organizaciones de tipo local, las cuales comparten los valores propios de los actores que se encuentran en el territorio; y organizaciones externas, que pueden no compartir los valores de los actores propios del territorio pero que operan al interior del mismo debido a la existencia de algún interés económico, político o social.

Las organizaciones sociales las podemos dividir en dos tipos principalmente. Las primeras son las empresas que tienen como finalidad la generación de riqueza económica a través de la oferta en el mercado de algún tipo de servicio o producto (Sole, 2004). Las segundas son las organizaciones de corte social o del tercer sector, que tienen como interés la mejora de aspectos que no están relacionados con su inclusión en el mercado económico, ni con una relación directa con el Estado y sus instituciones, sino más bien el dar respuesta a diferentes problemáticas que se presentan a nivel de la sociedad (Charry, 2002; Verduzco, 2001). Ante la caída del Estado de Bienestar han surgido organizaciones que con el interés de atender una problemática social específica y mejorar la calidad de vida de los actores de un territorio mezclan el interés económico y social y que son denominadas como empresas sociales (Dey & Teasdale, 2013; Nyssens, 2006; Vázquez-Maguirre & Portales, 2014).

El cuarto elemento que integra al territorio son los recursos –tangibles e intangibles- con los que cuenta el propio territorio para satisfacer las necesidades e intereses de los diferentes actores y organizaciones que convergen en él (Gumuchian & Pecqueur, 2007). Los recursos tangibles –económicos, ambientales y materiales- están vinculados con la posición geográfica en la que se encuentra el territorio, y con su capacidad para dotar de ciertos recursos o de brindar ciertos tipos de servicios a diferencia de otras regiones (Bramanti, 1998; Frenken, Van Oort, & Verburg, 2007; Porter, 2003). Aunado a los recursos materiales con los que cuentan se encuentran otros tipos de recursos que pueden ser catalogados como intangibles. El primero de ellos está ligado con las capacidades y habilidades con las que cuentan los

actores sociales que convergen en el territorio, el cual puede ser considerado como el capital humano de la región (Becker, 1964). El segundo se encuentran los aspectos institucionales, normativos y políticas que favorecen o no a la atracción de organizaciones y actores exteriores para operar en este territorio (Asheim, Smith, & Oughton, 2011). El tercero de ellos es el capital simbólico y cultural con el que cuenta la propia región que le brinda un posicionamiento en relación al resto (Bourdieu, 1986, 2000).

Estos recursos tangibles e intangibles, además de brindar la potencialidad de crear valor al territorio, también delimitan sus propias capacidades y valor que puede llegar a alcanzar. Asimismo, le brindan un valor potencial al territorio que de ser utilizado por los diferentes actores y organizaciones dan lugar a un sistema productivo en el cual se articulan todos estos recursos y capitales con el interés de dar respuesta a las demandas que actores y organizaciones presentan.

La presencia de estos cuatro elementos trae como resultado la existencia de un contexto territorial que puede ser caracterizado por condiciones de vida, problemáticas —económicas, sociales, políticas, ambientales e institucionales— y dinámica socioeconómica del sistema social que utiliza, moviliza y transforma recursos en aras de atender las necesidades de todos los actores y organizaciones que convergen en él. Este elemento presenta una relación de correspondencia con el resto de los elementos, pues por un lado hace que los actores y organizaciones se movilicen en función de la búsqueda por mejorar o atender a las condiciones, intereses y problemáticas que cada uno perciba, haciendo uso de los recursos que se encuentran en el espacio geográfico; esta movilización da pie a un nuevo contexto territorial, situación que traerá como consecuencia una nueva respuesta por parte de los actores y organizaciones en función de este nuevo contexto.

De esta forma se observa que el territorio cuenta con cinco elementos: El espacial que delimita la ubicación y delimitación geográfica. El individual, que está construido por los actores que se encuentran en él. El colectivo que está determinado por las instituciones y organizaciones creadas por los actores. Los recursos económicos, humanos, sociales, culturales y políticos que son utilizados, explotados y transformados con el interés de atender a las demandas y necesidades que tanto actores como organizaciones tienen. El social es resultado de la interacción entre estos elementos da como resultado

un contexto territorial particular, el cual hace a los actores, instituciones y organizaciones responder ante él, dando como resultado una dinámica social constante que hace del territorio un fenómeno complejo y dinámico (Tabla 2).

Tabla 2. *Elementos que conforman el territorio*

Elemento	Nivel de apropiación	Características
Espacio geográfico	Espacial	Define la localización geográfica que define a un territorio.
Actores	Individual	Sujetos que buscan satisfacer sus necesidades y expectativas a través de la realización de acciones dentro del territorio. Cuenta con determinados roles sociales.
Instituciones y organizaciones	Colectivo	Resultado de un proceso histórico y del compartir intereses en común. Regulan el comportamiento de los actores en determinados roles sociales. Vínculo entre el nivel social y el individual.
Recursos	Comunitario / Social	Recursos, tangibles e intangibles, que permiten crear valor –económico, social, humano, institucional, etc- a los actores y organizaciones que se encuentran en el territorio.
Contexto territorial	Social	Condiciones de vida Problemáticas (económicas, sociales, institucionales y ambientales) Dinámica socioeconómica

Fuente: Elaboración propia.

La articulación de estos cuatro elementos da lugar a diversas características que definen a cada uno de los territorios. La primera de ellas es el elemento histórico, mismo que da como resultado la creación de una cultura e identidad colectiva que se ve reflejada en la creación de instituciones y organizaciones locales. La segunda es que, debido a la existencia de recursos de diversa índole, tiene la capacidad de crear un valor para los

actores que en él se encuentran y que está limitada por el aprovechamiento y explotación de estos propios recursos. La tercera es su capacidad endógena de crear un sistema de desarrollo local a través del cual los actores y las organizaciones buscan dar respuesta a los intereses individuales, colectivos y sociales que cada uno de ellos presenta (Clark, Huxley, & Mountford, 2010). Esta última característica brinda al territorio un aspecto relacional que genera implicaciones en la dinámica social interior y exterior del mismo y que será presentado en la siguiente sección.

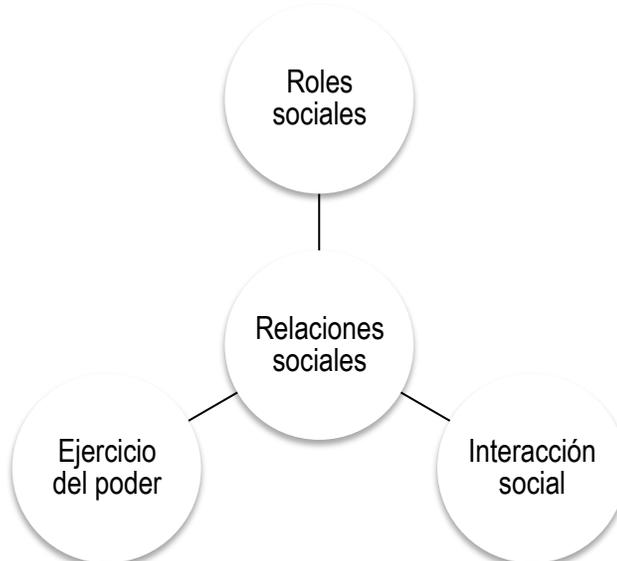
Territorio como un espacio de relacional y dinámico

Con la presencia de todos estos elementos en el territorio y con el interés de dar respuesta al contexto en que se encuentran y a los diferentes intereses que tanto actores como organizaciones e instituciones persiguen, se crea una dinámica de desarrollo local en el cual se presentan relaciones entre todos los elementos que conforman el territorio dando como resultado una serie de implicaciones y consecuencias que deben ser tomadas en consideración.

La base de estas relaciones entre actores y organizaciones está sustentada en tres aspectos (Figura 1):

- El primero de ellos es la existencia de roles sociales (Merton, 1938, 1968; Winship & Mandel, 1984), cada uno de los cuales es regulado por el marco institucional y organizacional en el que se encuentren, definiendo así sus objetivos, intereses y formas de conducirse.
- El segundo aspecto es la interacción que surge con otros actores u organizaciones con el interés de intercambiar los recursos que se encuentran en el territorio en aras de alcanzar los objetivos definidos en su rol.
- El tercero es el ejercicio del poder en dichas relaciones (Portes, 2007), el cual es de varios tipos según el rol al que se refiera: político, económico, social, entre otros (Foucault, 1988) y los recursos que son capaces de movilizar (Bourdieu, 2000). La forma en como estas relaciones se presentaban, así como el cumplimiento de cada uno de estos aspectos dan como resultado la estructura social del territorio.

Figura 1. Aspectos que sustentan las relaciones sociales territoriales



Fuente: Elaboración del autor

Tradicionalmente estas relaciones habían estado claramente reguladas por estos tres aspectos, sin embargo dos fenómenos han dado lugar a una nueva articulación de la estructura social, un nuevo sistema de relaciones y por ende a un nuevo contexto territorial, en donde los roles de las organizaciones es cada vez menos claro y el ejercicio de los diferentes tipos de poderes puede venir desde cualquier actor social.

El primero de ellos es el detrimento del Estado Benefactor y la crisis institucional producto de ella. El rol tradicional de las instituciones estatales es la satisfacción de las necesidades mínimas de los actores que se encuentran en el territorio. El ejercicio de este rol le brindaba la capacidad de ejercer un poder político y social sobre los actores que en él se encontraban. Este rol se consolidó en la creación de un Estado Benefactor, desde la década de los treinta hasta la década de los setenta, que a través de la movilización de recursos económicos, humanos y sociales daba respuesta a las demandas de la sociedad. La llegada de un modelo de desarrollo basado en el libre mercado, la auto-regulación del mercado y la reducción de las instituciones que conforman al Estado dio como resultado el cambio en los mecanismos

para satisfacer estas demandas, así como la reducción de los recursos que movilizaba y por ende su capacidad de ejercer poder político y social sobre el territorio (Mishra, 1994; Ordóñez Barba, 2002).

Con esta disminución en la capacidad de acción del Estado otras organizaciones comenzaron a ocupar su lugar, a través de la movilización de recursos económicos y de su capacidad por generar oportunidades de empleo, de brindar bienestar social y de atender problemáticas sociales de diversa índole comenzaron a ganar poder. Estas organizaciones provienen tanto del ámbito económico —empresas— como del ámbito social — Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) u Organizaciones No Gubernamentales (ONG) —. Ambos tipos de organizaciones han visto la necesidad de generar un valor adicional al que venían atendiendo tradicionalmente, llegando al punto de que ambas buscan la generación de valor económico y social en su dinámica actual (Austin, Gutierrez, Ogliastri, & Reficco, 2006), algunos de los cuales se encuentran en el marco de la teoría de emprendimiento social (Friedman & Desivilya, 2010; Kostetska & Berezyak, 2014; Mair & Marti, 2006). Es importante matizar el hecho de que algunas de estas organizaciones han aprovechado el poder con el cuentan para generar beneficios propios incrementado o agravando algunas de las problemáticas sociales a las que el Estado dada respuesta (Helmsing, 2003; Moreno Brid & Ros, 2004; Revueltas, 1993).

El segundo fenómeno está ligado con la inclusión de estos territorios en una lógica global, principalmente de corte económico, en donde las relaciones ya no solamente se presentan entre actores y organizaciones locales, sino también con aquellos externos (Abdelmalki et al., 1996; GES, 2004; Lacour, 1996). En esta lógica los elementos que conforman el territorio se ven influenciados, a través de sus relaciones con el exterior, por aquellos que se encuentran fuera de él dando lugar a nuevas formas de identidad y de procesos sociales al interior del mismo.

Esta lógica ha favorecido a la inserción de organizaciones e instituciones externas en el campo de acción, las cuales a su vez son productos de diferentes procesos históricos y culturales, y que por lo tanto poseen diferentes valores en su interior, y que además persiguen intereses y objetivos que pueden no estar relacionados con el desarrollo del propio territorio, sino más bien de su sola explotación. Esta situación dificulta la generación de una identidad colectiva y por el contrario genera un nuevo tipo

de relaciones entre algunos de los actores locales y las organizaciones exteriores. De esta forma, en la visualización del territorio como espacio relacional se percibe la necesidad de identificarlo como un espacio poroso que permite la inclusión de elementos ajenos a él nutriendo y modificando a los elementos que lo conforman, pero que a su vez también nutre a los elementos exteriores dando como resultado una relación de interacción e intercambio constante.

La conjunción de estos dos fenómenos han dado como resultado que las problemáticas sociales a las que el Estado daba respuesta ya no lo haga o lo haga de una forma diferente, favoreciendo a la creación de relaciones entre nuevos y viejos actores con roles diferentes a los tradicionales y con lógicas de integración innovadoras. Estas articulaciones entre actores de diferentes sectores de la sociedad han sido denominadas como innovaciones sociales y han creado un sistema territorial que tienen como interés dar respuesta a estas problemáticas (Abdelmalki et al., 1996, Comeau, Favreau, Lévesque, & Mendell, 2001; Fontan, Klein, & Tremblay, 2004). Estas innovaciones sociales producen distintos procesos de aprendizaje que van determinando las nuevas características del territorio, y permiten la movilización de los recursos que se encuentran en su interior, así como de atraer otros que están en su exterior (Bramanti, 1998).

Es así que el territorio se presenta como un espacio que está en constante aprendizaje, capaz de dar respuesta a las necesidades de los actores que se encuentran al interior de él y a las demandas del exterior, dándole una característica dinámica y relacional. Esta característica al interior y exterior requiere del análisis del territorio desde dos lógicas diferentes a las que se venían presentando. La primera de ellas es la visualización de una economía basada en lo local pero articulada en lo global, es decir una economía global (Gumuchian & Pecqueur, 2007), la cual permite generar procesos económicos que den respuesta a las demandas de los actores del interior pero que también consideren los elementos del exterior. La segunda de ellas es la visualización de la gobernanza territorial como un mecanismo de regulación de estas relaciones que resultan de la combinación de diferentes formas de acción de los actores y organizaciones (Bramanti, 1998). Estos mecanismos pueden ser vistos como acuerdos de acción colectiva generados entre y por parte de los actores sociales que operan en el territorio (Ostrom,

1990) y que permiten dar respuesta a sus demandas económicas, sociales, políticas y culturales.

Como resultado de estas dos lógicas, una económica y otra social-institucional, se han creado nuevas formas de integración social que a su vez buscan dar respuesta a las demandas sociales y necesidades de los integrantes de una determinada sociedad. Estas formas de integración pueden ser vista como innovaciones sociales, en las cuales los diferentes actores que participan de ella, a través de su interacción con otros actores, asumen roles que antes no asumían y ejercen poderes económicos, sociales e institucionales con la intención de atender a los fines de los que son partícipes de esta integración. A continuación se describen algunas de estas posibles innovaciones sociales, con la intención de poder delimitar cuál es el rol que las empresas pueden tener en la ejecución de las mismas.

Las innovaciones sociales de diferentes actores desde una lógica territorial

Con la caída del Estado Benefactor han emergido actores que han buscado dar respuesta a las fallas del Estado y a las problemáticas sociales resulta de las mismas. Estos actores se encuentran a nivel de las organizaciones, las cuales pueden ser tanto del sector privado como del sector social. Ambas han dejado de ser solamente observadores de los procesos de institucionalización y de atención de demandas sociales por parte del Estado y han comenzado a generar innovaciones sociales a nivel del mercado.

Debido a la naturaleza de cada una de estos tipos de organizaciones sus innovaciones difieren unas de otras -aunque en ocasiones y como resultado del proceso de interacción e integración social convergen en el mismo tipo de innovación- razón por la cual se presentaran por separado.

Las innovaciones sociales de las empresas en el territorio donde operan

Las empresas por su capacidad de generar valor económico y de proveer de empleo a los habitantes de un determinado territorio son actores importantes en el sistema de desarrollo local. Tradicionalmente su rol se centraba en la producción de bienes o en la realización de servicios con el

interés de generar ganancias para los dueños de estas empresas, sus accionistas y para sus trabajadores. Eran consideradas como las encargadas de transformar los recursos del territorio en riqueza económica que era distribuida entre los diferentes actores que se encontraban en él (Bramanti, 1998).

Con el interés de cumplir con este rol e incrementar las ganancias económicas para los dueños y accionistas de la empresa, algunas de ellas aprovecharon el debilitamiento del Estado como regulador de los intercambios económicos y como encargado de garantizar las condiciones sociales mínimas generando prácticas que en lugar de generar un beneficio para todos los actores que se encuentran en el territorio las ha llevado a generar un perjuicio. Este tipo de prácticas presentaban a una empresa carente de un sentido de identidad con el territorio donde operaba, que aprovecha las ventajas competitivas –regulatorias principalmente- que éste ofrecía para incrementar sus ganancias a cualquier costo.

Esta situación en lugar de dar respuesta a las necesidades que presentaban los diferentes actores que se encontraban en el territorio generó una serie de perjuicios que recrudecieron las problemáticas que existían en algunos territorios, tales como pobreza, exclusión social, marginación, informalidad, entre otras. Las empresas incrementaron su poder, inclusive por encima de los propios Estados, y comenzaron a formar parte de las élites que definían los marcos regulatorios para su operación o inclusive para el aseguramiento de mejores prácticas (S. Anderson & Cavanagh, 2000; Cerutti, Ortega, & Palacios, 2000). Debilitando aún más al Estado y brindándole mayores libertades a las grandes empresas, el territorio comenzó a ser un territorio definido por una lógica empresarial (Sole, 2004).

Estas consecuencias llevaron a diferentes organismos internacionales a reconocer la importancia que el sector empresarial tiene en la solución de estas problemáticas a nivel internacional. Comenzaron a delimitar principios y normas que las empresas podrían seguir en aras de mejorar su desempeño social, en un principio bajo el entendido de la Responsabilidad Social Empresarial (Camacho, Portales, & García de la Torre, 2011) y posteriormente bajo otros esquemas de innovación social como son los negocios de la base de la pirámide (Prahalad, 2002), creación de valor compartido (Porter & Kramer, 2011), sustentabilidad empresarial (Portales, García de la Torre, Camacho, & Arandia, 2009) y negocios inclusivos (Halme,

Lindeman, & Linna, 2012). Situación que ha llevado a las empresas a jugar un rol diferente en el proceso de desarrollo de los territorios donde operan y han comenzado a buscar la forma de generar dar respuesta a las diferentes problemáticas que se presentan en el territorio donde operan, motivo por el cual algunas de estas iniciativas han sido incluidas dentro de la teoría del emprendimiento social aún y cuando no pertenecen a la misma (Short, Moss, & Lumpkin, 2009).

Siguiendo en esta línea es importante identificar dos tipos de empresas que operan en un determinado territorio y con el interés de dar solución a las problemáticas planteadas han recurrido a diferentes formas de innovaciones sociales.

Las primeras de ellas son las grandes y medianas empresas que no nacieron en el territorio en cuestión pero que operan en él. Estas empresas, en ocasiones transnacionales, tienen su propia identidad y buscan transmitirla a sus empleados con la intención de crear una cultura de trabajo particular que busca sea llevada más allá de las instalaciones de la propia empresa, logrando la generación de una identidad por parte de los actores sociales hacia ella (C. L. Anderson & Bieniaszewska, 2005).

Estas empresas presentan tres formas de innovación social para favorecer a la solución de las problemáticas del territorio. La primera de ellas ha sido a través del apoyo directo a los habitantes de la comunidad, ya sea a través de la generación de fundaciones o bien de la realización de diferentes actividades de filantropía y asistencia social (Portales & García de la Torre, 2011). La segunda es una empresa que destina fondos y apoya a diferentes causas sociales a través de la donación a organizaciones locales pertenecientes al sector social. En ocasiones, y con el interés de recibir un mejor servicio estas empresas dotan de infraestructura social al territorio. El tercer tipo de innovación es en donde la empresa se involucra en el sistema de desarrollo local a través de la generación de alianzas con actores, organizaciones e instituciones locales (Helmsing, 2003). En esta tercera innovación la relación busca el incremento de los procesos de institucionalización, regeneración económica e incremento de las capacidades y funcionamientos de los actores que se encuentran en el territorio. Un cuarto tipo de innovación social es aquel en que estas empresas se articulan con empresas locales con el interés de incrementar su competitividad y el entorno empresarial territorial en general (Battaglia, Bianchi, Frey, & Iraldo, 2010).

El segundo tipo son las pequeñas y medianas empresas que nacieron en el territorio y por ende poseen elementos de identidad hacia él. En la mayoría de los países estas empresas representan más del 60% del empleo nacional y su forma de innovación social más común ha sido a través de su integración en la cadena de valor de las grandes empresas. En épocas recientes estas empresas se han comenzado a vincular con instituciones nacionales e internacionales en aras de incrementar su desempeño y de brindar una mayor cantidad de oportunidades laborales a los habitantes donde operan, sin embargo, suelen ser los receptores de los apoyos por parte de otras organizaciones que se encuentran en el medio.

De esta forma se observa como las grandes empresas principalmente, han comenzado a incrementar su participación en la atención de aspectos no solamente económicos, sino también sociales que inciden directamente en su operación en la construcción de la estructura social del territorio. Las organizaciones sociales no se han quedado atrás, y en ocasiones de la mano de las propias empresas, y en otras tantas vinculadas con el Estado o con organizaciones internacionales han desarrollado sus propias innovaciones sociales, las cuales se presentan a continuación.

Las innovaciones sociales de las organizaciones sociales bajo un esquema territorial

Al igual que el caso anterior estas organizaciones pueden ser de origen tanto externo como interno. Las de origen externo suelen estar vinculadas con una problemática específica que se presenta al interior del territorio, como puede ser la preservación de un área natural o la falta a los Derechos Humanos en un territorio específico, las condiciones de pobreza o injusticia en un determinado territorio (Bizberg, 2010), la presencia de barreras de entrada hacia un determinado tipo de población (Austin et al., 2006), o bien por la existencia de una ideología en común, como es el caso de las manifestaciones contra el sistema económico neoliberal y que han dado lugar a nuevos movimientos sociales (de Sousa Santos, 2001). Las innovaciones sociales que han creado estas organizaciones para dar respuesta a estas problemáticas están definidas de acuerdo a los intereses de cada grupo, pero también a su propia historia y valores.

La primera innovación es una modificación de las formas de operar tradicionales de algunos de estas organizaciones, y ha sido a través de la creación de grupos de presión cada vez más grandes que puedan llegar a ser considerados como movimientos sociales, en donde se vinculan con organizaciones que comparten ideologías e intereses similares para generar un cambio social que incida en la mejora del territorio.

La segunda innovación social, que también puede ser vista como común, es la relación con empresas e instituciones con el interés de obtener fondos para llevar a cabo su operación (García, Raufflet, & Portales, 2011). Este tipo de relaciones actualmente suelen estar condicionadas con el proceso de profesionalización de la misma organización, sin embargo, también corren el riesgo de generar patrones de dependencia que en lugar de generar una mejora social en el largo plazo generan un perjuicio para ellas y para la población que se ve beneficiada por su operación. Este tipo de asociaciones tienen una lógica asistencial y filantrópica, por lo que el impacto generado por la innovación se ve reducido.

Un tercer tipo de innovación social, que es más reciente ha sido la vinculación con empresas o instituciones para vender y crear productos de diversa índole por parte de la población beneficiada con el interés de lograr la autogestión de la organización y la integración económica de la población que está en vulnerabilidad. Un tipo de innovación es la que se conoce como negocios inclusivos (Márquez, Reficco, & Berger, 2009), en donde la empresa aporta algún tipo de conocimiento y/o capital, y la organización aporta el conocimiento y relación con los beneficiados para llevar a cabo la realización de algún producto que busca ser vendidos en el mercado. La venta de este tipo de productos está ligada a una visión filantrópica o de asistencia social y a su venta en un mercado informal, más que a la creación de un producto con alto valor que satisfaga las demandas del consumidor final. Sin embargo, existen casos en donde estos productos logran posicionarse en el mercado favoreciendo a alcanzar las metas económicas y sociales que persiguen (Girardo & de Ibarrola, 2004).

La cuarta innovación social es aquella en donde las organizaciones del sector social, juntos con diversas instituciones y empresas, crean procesos de emprendimiento colectivo, con el interés de lograr la creación colectiva de empleos y de mejorar de esta forma la calidad de vida de sus habitantes (Comeau et al., 2001). Esta innovación se base en la teoría de

emprendimiento social y busca la creación de empresas locales desde los intereses de los actores que comparten un mismo territorio y tiene como interés dar respuesta a una problemática social específica (Dees & Elias, 1998; Massetti, 2012; Thompson & Doherty, 2006).

Bajo este tipo de innovación social se perciben dos enfoques. El primero de ellos se posiciona desde la economía solidaria, las organizaciones son creadas sin fines de lucro y con el interés de generar empleos sostenibles como una forma de atender a los procesos de exclusión económica en que se encuentra un determinado segmento de la población (Nyssens, 2006). El esquema tradicional en que se han institucionalizado son las cooperativas o empresas sociales donde los colaboradores son también socios de la organización. Estos esquemas se han posicionado principalmente en Europa, donde cuenta con un marco legal constituido por la Unión Europea (Defourny & Nyssens, 2010; Defourny, 2001; Nyssens, 2006), y en América Latina en empresas sociales de corte indígena o de base comunitaria (Anderson, Dana, & Dana, 2006; Peredo & Chrisman, 2006; Vázquez-Maguirre & Portales, 2014).

Este enfoque se concentra en la generación de dinámicas organizacionales horizontales e inclusivas (Ninacs, 2003; Peredo & Chrisman, 2006), en donde los propios beneficiarios son los encargados de generar los ingresos o ganancias necesarios para superar sus condiciones de pobreza o vulnerabilidad (Portales, 2014). El éxito del modelo de negocios se concentra en la capacidad que tienen los beneficiarios o grupo en vulnerabilidad para atender a sus necesidades económicas y sociales en el largo plazo, así como de generar estrategias de sustentabilidad que incrementen la calidad de vida y reduzcan los patrones de marginación que existen al interior de la comunidad (Vázquez-Maguirre & Portales, 2014).

El segundo enfoque incluye a aquellas Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que realizan actividades de atención a problemáticas sociales donde el Estado tradicionalmente había participado, y que con la intención de mejorar su sostenibilidad económica, comenzaron a generar propios modelos de negocio (Bacchiaga & Borzaga, 2003; Defourny, 2001; Wei-Skillern, Austin, Leonard, & Stevenson, 2007). Estos negocios pueden no estar alineados con la labor que realizan las ONG ya que solamente tienen el objetivo de generar los ingresos económicos necesarios

para seguir cumpliendo con la misión social, y no buscan el posicionamiento de un determinado producto o servicio en el mercado.

Este enfoque se caracteriza por la generación de dobles estructuras o de estructuras híbridas al interior de las organizaciones. La primera orientada a la atención de la misión social que persigue la organización y bajo la cual fue generada, y la segunda orientada a generar modelos de negocio rentables que atiendan las necesidades del mercado (Bacchiega & Borzaga, 2003; Defourny, 2001; Wei-Skillern et al., 2007). La generación de estructuras híbridas complejiza la operación de la organización, pues por un lado debe fortalecer el modelo de negocios con la intención de atender a la demandas del mercado, y por el otro se debe cumplir con la misión social por la cual fue creada la organización.

Se encuentra en un punto intermedio entre el enfoque de economía social y el enfoque de innovación social. Utilizan estructuras organizacionales horizontales y esquemas institucionales y normativos correspondiente al tercer sector, como es la constitución como organización sin fines de lucro, a la par que siguen una lógica capitalista y del mercado tradicional para posicionar sus productos o servicios (Bacchiega & Borzaga, 2003; Defourny, 2001).

Aunado a las innovaciones sociales creadas por las empresas y las Organizaciones de la Sociedad Civil o ONG, en las últimas décadas se ha posicionado un nuevo tipo de innovación social, que si bien no tiene como elemento central la creación de alianzas entre actores provenientes de diferentes sectores de la sociedad, si ha sido resultado del debilitamiento del Estado y de la necesidad de generar iniciativas que busquen la generación de valor social y económico de forma simultánea, y que son caracterizados por la presencia de un actor que es denominado emprendedor social. Este tipo de innovación social no se detalla en este trabajo ya que no se centra per se en la creación de alianzas o vinculación con otros sectores de la sociedad para lograr su objetivo, aunque como se ha visto en varios trabajos es una de sus características (Di Domenico, Haugh, & Tracey, 2010; Mair, Battilana, & Cardenas, 2012; Smith & Stevens, 2010), además de que la complejidad del fenómeno requiere un tratamiento más profundo que no es el interés de este trabajo.

Se observa como con el debilitamiento del Estado caracterizado por la pérdida de su capacidad para movilizar recursos y para ejercer el poder dado

por el rol social que debe de jugar, los demás actores que se encuentran en el territorio han comenzado a llenar el vacío con innovaciones sociales que dan respuesta a las demandas sociales que éste dejó de atender y a las problemáticas sociales que surgieron de su detrimento. Consecuencia de estas innovaciones ha sido el hecho de que los roles que tradicionalmente habían estado claramente definidos hoy no lo están tanto, dando como resultado la generación de iniciativas sociales provenientes de los actores económicos y de iniciativas sociales provenientes de los actores sociales, todas en aras de lograr una mejora del sistema de desarrollo local.

Conclusiones

Una vez que se han presentado los diferentes elementos que conforman el territorio, y con base en lo discutido en las secciones anteriores se puede definir al territorio como *aquel espacio geográfico, relacional y dinámico en el que convergen diferentes actores –instituciones, organizaciones e actores- que a través del uso de los recursos –tangibles e intangibles- que en él se encuentran buscan satisfacer sus necesidades.*

Asimismo, y como consecuencia de las diferentes crisis institucionales y económicas que se han presentado tanto a nivel mundial como local, los roles y relaciones de poder tradicionales entre los diferentes actores que en él se encuentran, han dado lugar a una serie de nuevas articulaciones y relaciones sociales, mismas que pueden ser considerados como innovaciones sociales, que tienen como interés el dar respuesta a las necesidades y demandas sociales que estos presentan. Es importante hacer notar que cada una de estas innovaciones sociales está supeditada a los intereses que cada uno de los actores persigan, así como al sector del que provengan.

Ahora bien, a nivel de las innovaciones sociales se observan tres aspectos relevantes: 1) Las innovaciones sociales logran atender a las necesidades de actores sociales que presentan diferentes intereses. 2) El territorio específico sirve como un espacio de interacción en el que los actores logran formalizar e institucionalizar este tipo innovaciones con el interés de atender a las demandas de cada uno de ellos. 3) El aspecto relacional, el contexto histórico y cultural del territorio donde se presenten este tipo de innovaciones, darán como resultado la redefinición de las roles, interacciones

sociales e intercambios de poder entre los actores, y por ende la redefinición de la estructura social.

Con base en estos tres aspectos y con el interés de aportar evidencia empírica que dé muestras sobre la forma en que las diferentes innovaciones sociales estructuran y modifican el territorio donde se llevan a cabo, es importante reflexionar a nivel teórico y metodológico sobre la forma de estudiar de este fenómeno social. Para ello se proponen diferentes cuestionamientos que buscan ser la base de un programa de investigación basado en el territorio como objeto de análisis en sus diferentes niveles y con las diferentes innovaciones sociales que emergen en él.

Tomando como base la atención de los diferentes intereses que los actores presentan y en el entendido de que dentro de cada innovación social es producto de una relación social, es importante comprender la forma y medida en qué el poder ejercido por cada uno de los actores que conforman la innovación. También será importante identificar cuáles son los roles que cada uno de los actores juega en la configuración de esta innovación, así como de identificar el contexto bajo el cual se realizó, a qué intereses obedece y el grado de satisfacción de necesidades para los actores y el entorno en que se encuentran.

Con la visualización del territorio como un espacio de interacción en donde se construyen relaciones sociales entre diferentes actores sociales, será importante identificar el proceso que han seguido las innovaciones sociales para formalizarse, el grado de institucionalización que llegan a tener, la forma en que los elementos históricos y culturales del territorio incidieron en su consecución, y el efecto que la interacción social entre estos actores modificó no solo la estructura social del territorio, sino también la propia identidad, normas, valores y formas de actuar de los diferentes actores que participaron en ella.

Para lograr dar respuesta a alguna de estas cuestiones será necesario generar marcos de referencia y de análisis que integren las diferentes disciplinas que han estudiado al territorio de una forma articulada y coherente, en donde las diferentes perspectivas teórico-metodológicas puedan dialogar entre sí con el interés de generar una mejor comprensión de la complejidad del fenómeno estudiado.

Referencias

- Abdelmalki, L., Dufourt, D., Kirat, T., & Requier-Desjardins, D. (1996). Technologie, institutions et territoires: Le territoire comme création collective et ressource institutionnelle. In B. Pecqueur (Ed.) *Dynamiques territoriales et mutations économiques*, Paris: L'Harmattan, 177-194.
- Albuquerque, F. (1999). *Globalización, desarrollo local y redes asociativas*, Buenos Aires: Corregidor.
- Anderson, C. L., & Bieniaszewska, R. L. (2005). The role of corporate social responsibility in an oil company's expansion into new territories. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 12(1), 1-9.
- Anderson, S., & Cavanagh, J. (2000). *The rise of global corporate power*. Washington D.C: Institute for Policy Studies.
- Anderson, R. B., Dana, L. P., & Dana, T. E. (2006). Indigenous land rights, entrepreneurship, and economic development in Canada: "Opting-in" to the global economy. *Journal of World Business*, 41(1), 45-55.
- Asheim, B. T., Smith, H. L., & Oughton, C. (2011). Policy regional innovation systems: Theory, empirics and policy. *Regional Studies*, 45(7), 875-891.
- Austin, J., Gutierrez, R., Ogliastrì, E., & Reficco, E. (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales. Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica*. Washington, D.C: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Bacchiega, A., & Borzaga, C. (2003). The Economics of the third sector. Toward a more comprehensive approach.. En H. K. Anheier & A. Ben-Ner (Eds). *The study of Nonprofit Enterprise: Theories and approaches*: Nueva York: Springer Science & Business Media, 27-48.
- Battaglia, M., Bianchi, L., Frey, M., & Iraldo, F. (2010). An innovative model to promote CSR among SMEs operating in industrial clusters: Evidence from an EU project. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 17(3), 133-141.
- Becker, G. S. (1964). *Human capital. A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. Nueva York: National Bureau of Economic Research.
- Bizberg, I. (2010). Una democracia vacía. Sociedad civil, movimientos sociales y democracia. En Bizberg, I. & Zapata, F. (Coords.) *Los grandes problemas de México*, México, D.F: El Colegio de México, 21-61.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En J. E. Richardson (Ed.), *Handbook of theory of research of the sociology of education*, Nueva York: Greenwood Press, 241-258.
- Bourdieu, P. (2000). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.
- Bourdieu, P. (2002). *Las estructuras sociales de la economía*. Buenos Aires: Manantial.
- Bramanti, A. (1998). From space to territory: Relational development and territorial competitiveness. *Proceedings of the Workshop on SMEs and districts: hybrid governance forms, knowledge creation & technology transfer*, noviembre 5-7, Castellanza, It.

- Camacho, G., Portales, L., & García de la Torre, C. (2011). Herramientas de gestión de la RSE en América Latina. In Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E. & García, C. (Eds.) *Responsabilidad Social Empresarial* (1st ed.). México, D.F: Pearson, 43-58.
- Cerutti, M., Ortega, I., & Palacios, L. (2000). Empresarios y empresas en el norte de México. Monterrey: del Estado oligárquico a la globalización. *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, 69, 3-27.
- Charry, C. I. (2002). Geoestadísticas de las ONG's en México hoy. *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial. Sociopolítico y Psicosocial*, 1, 185-204.
- Clark, G., Huxley, J., & Mountford, D. (2010). *Organising local economic development. The role of development agencies and companies. Development*. Paris: OECD.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory* (1st ed.). Cambridge, Mass: Belknap Press of Harvard University Press
- Comeau, Y., Favreau, L., Lévesque, B., & Mendell, M. (2001). *Emploi, économie sociale, développement local. Les nouvelles filières*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- De Sousa Santos, B. (2001). Los nuevos movimientos sociales. *Observatorio Social de América Latina*, 5, 177-184.
- Dees, J. G., & Elias, J. (1998). The challenges of combining social and commercial enterprise. *Business Ethics Quarterly*, 8(1), 165-178.
- Defourny, J. (2001). Introduction: From third sector to social enterprise. In C. Borzaga & J. Defourny (Eds.), *The emergence of social enterprise*. London; New York: Routledge, 1-18.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). *Conceptions of social enterprises in Europe and the United States: Convergences and Divergences*, *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32-53.
- Dey, P., & Teasdale, S. (2013). Social enterprise and dis/identification. *Administrative Theory & Praxis*, 35(2), 248-270.
- Di Domenico, M. L., Haugh, H., & Tracey, P. (2010). Social bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 681-703.
- Favreau, L., & Fréchette, L. (2002). *Développement local et économie populaire en Amérique latine: l'expérience de Villa el Salvador*. *Revue*, Hull: Université du Québec en Outaouais.
- Fontan, J. M., Klein, J. L., & Lévesque, B. (2003). *Reconversion économique et développement local: le rôle de la société civile* (1st ed.), Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec
- Fontan, J.-M., Klein, J.-L., & Tremblay, D. G. (2004). Innovation et société: pour élargir l'analyse des effets territoriaux de l'innovation. *Géographie, Économie, Société*, 6(2), 115-128.
- Fontan, J.-M., Klein, J.-L., & Tremblay, D. G. (2005). *Innovation socioterritoriale et reconversion économique: Le cas de Montreal* (1st ed.). Paris: L'Harmattan.
- Foucault, M. (1988). El sujeto y el poder. *Revista Mexicana de Sociología*, 50(3), 3-20.

- Frenken, K., Van Oort, F., & Verburg, T. (2007). Related variety, unrelated variety and regional economic growth. *Regional Studies*, 41(5), 685-697.
- Friedman, V. J., & Desivilya, H. (2010). Integrating social entrepreneurship and conflict engagement for regional development in divided societies. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 495-514.
- GES. (2004). Editorial. Innovation sociale et territoire, *Géographie, Économie, Société*, 6(2), 113-115.
- García, C., Raufflet, E., & Portales, L. (2011). Alianzas entre empresas y ONGs. In Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E. & García, C. (Eds.) *Responsabilidad Social Empresarial* (1st ed.). México, D.F: Pearson, 171-184.
- Garretón, M. A. (1985). Actores sociopolíticos y democratización. *Revista Mexicana de Sociología*, 47(4), 5-16.
- Girardo, C., & de Ibarrola, M. (2004). La formación para el trabajo de los jóvenes desde las organizaciones de la sociedad civil en América Latina y el Caribe. *Estudios Fronterizos*, 5(10), 9-50.
- Gumuchian, H., & Pecqueur, B. (2007). *La ressource territoriale* (1st ed.), Paris: Economica.
- Halme, M., Lindeman, S., & Linna, P. (2012). Innovation for inclusive business: Intrapreneurial bricolage in multinational corporations. *Journal of Management Studies*, 49(4), 743-784.
- Helmsing, A. H. J. B. (2003). Partnerships, Meso-institutions and Learning New local and regional economic development initiatives in Latin America. In Baud, I. S. A., & Post, J. (2003). *Realigning actors in an urbanizing world: Governance and institutions from a development perspective*. Aldershot, Hants, England: Ashgate, 79-100.
- Himmelfarb, G. (1988). *La idea de la pobreza: Inglaterra a principios de la era industrial*. México, D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Kostetska, I., & Berezyak, I. (2014). Social entrepreneurship as an innovative solution mechanism of social problems of society. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 36(3), 569-578.
- Lacour, C. (1996). La tectonique des territoires: D'une métaphore a une théorisation. In Pecqueur, B. (Ed.). *Dynamiques territoriales et mutations économiques* (1st ed.), Paris: L'Harmattan, 25-48.
- Lips, M., Boogers, M., & Weterings, R. (2000). Reinventing territory in Dutch local government: Experiences with the development and implementation of GIS in the Amsterdam region. *Information Infrastructure and Policy*, 6(4), 171-183.
- Mair, J., Battilana, J., & Cardenas, J. (2012). Organizing for society: A typology of social entrepreneuring models. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 353-373.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Márquez, P., Reficco, E., & Berger, G. (2009). Negocios inclusivos en América Latina. *Harvard Business Review*, 87(5), 28-38.
- Massetti, B. (2012). The duality of social enterprise : A framework for social action. *Review of Business*, 33(1), 50-65.

- Mercado, A., & Hernández, A. V. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia*, 53, 229-251.
- Merton, R. K. (1938). Social structure and anomie. *American Sociological Review*, 3(5), 672-682.
- Merton, R. K. (1968). *Social theory and social structure*. New York: Free Press.
- Mishra, R. (1994). *El estado de bienestar en la sociedad capitalista: políticas de desmantelamiento y conservación en Europa, América del Norte y Australia* (1st ed.). Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- Moreno, J. C., & Ros, J. (2004). Instituciones y desarrollo económico: la relación Estado-mercado en México desde una perspectiva histórica. *Revista Mexicana de Sociología*, 66, 157-179.
- Moulaert, F., & Mehmood, A. (2010). Analysing regional development and policy: A structural-realist approach analysing. *Regional Studies*, 44(1), 103-118.
- Ninacs, W. (2003). *Community-based poverty reduction: The Québec experience*. *Social development*. Retrieved from www.caledoninst.org
- Nyssens, M. (2006). Social enterprise at the crossroads of market, public policy and civil society. In Nyssens, M. (Ed.), *Social enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society*, London: Routledge, 313-328.
- Ordóñez, G. (2002). El estado de bienestar en las democracias occidentales: lecciones para analizar el caso mexicano. *Región y Sociedad*, 14(24), 99-145.
- Ostrom, E. (1990). *Governing the commons: the evolution of institutions for collective action* (1st ed.). Cambridge; New York: Cambridge University Press.
- Ostrom, E., & Ahn, T. K. (2009). The meaning of social capital and its link to collective action. In Svendsen, G. T. & Sevensden, G. L. H. (Eds.). *Handbook of social capital. The troika of sociology, political science and economics*, Cheltenham: Edward Elgar, 17-35.
- Pecqueur, B. (1996). Processus cognitifs et constructions des territoires économiques. In B. Pecqueur (Ed.). *Dynamiques territoriales et mutations économiques* (1st ed.). Paris: L'Harmattan, 209-226.
- Peredo, A. M., & Chrisman, J. J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review*, 31(2), 309-328.
- Portales, L. (2014). Los pobres como agentes de su desarrollo, la lucha contra la pobreza y la exclusión desde lo local. *Revue Interventions Économiques*, 51, 1-18.
- Portales, L., & García de la Torre, C. (2011). Evolución de la responsabilidad social empresarial: nacimiento, definición y difusión en América Latina. *Responsabilidad Social Empresarial* (1st ed.). In Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E. & García, C. (Eds.) *Responsabilidad Social Empresarial* (1st ed.). México, D.F: Pearson, 1-14
- Portales, L., García de la Torre, C., Camacho, G., & Arandía, O. (2009). Modelo de sustentabilidad empresarial penta-dimensional: Aproximación teórica. *Administración Y Organizaciones*, 23(12), 113-129.
- Portales, L., & Ruiz González, A. (2013). Amilpa: un ejemplo de participación ciudadana en acción colectiva para la obtención de servicios públicos. *Espacios Públicos*, 16(36), 117-143.

- Porter, M. (2003). The economic performance of regions. *Regional Studies*, 37(6-7), 549-578.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 63-77.
- Portes, A. (2007). Instituciones y desarrollo: una revisión conceptual. *Desarrollo Económico*, 46(184), 475-503.
- Prahalad, C. K. (2002). Strategies for the bottom of the economic pyramid: India as a source of innovation. *Society for Organizational Learning*, 3(4), 6-18.
- Revueltas, A. (1993). Las reformas del Estado en México: del Estado benefactor al Estado neoliberal. *Política y cultura*, 3, 215-229.
- Rose, N. (2003). The death of the social? Re-figuring the territory of government. *Economy and Society*, 25(3), 327-356.
- Savall, H., & Zardet, V. (2005). *Tetranormalisation: Defis et dynamiques* (1st ed.). Paris: Economica.
- Scott, J. C. (1998). *Seeing like a state: How certain schemes to improve the human condition have failed* (1st ed.). New Haven: Yale University Press.
- Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(2), 161-194.
- Simmel, G. (1939). *Sociología: estudios sobre las formas de socialización*. (1st ed.). Madrid : Revista de Occidente.
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99-118.
- Smith, B. R., & Stevens, C. E. (2010). Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 575-598.
- Sole, A. (2004). ¿Qué es una empresa? Construcción de un idealtipo transdisciplinario.
- Thompson, J., & Doherty, B. (2006). The diverse world of social enterprise: A collection of social enterprise stories. *International Journal of Social Economics*, 33(5), 90-100.
- Verduzco, G. (2001). La evolución del tercer sector en México y el problema de su significado en la relación entre lo público y lo privado. *Estudios Sociológicos*, 19(1), 27-48.
- Winship, C., & Mandel, M. (1984). Roles and positions: A critique and extension of the blockmodeling approach. *Sociological Methodology*, 14, 314-344.
- van Kemenade, S., & Favreau, L. (2001). Nueva Economía Social y Empleo en Quebec : hacia una democratización de las relaciones laborales. Hull: Université du Québec à Hull.
- Vázquez-Maguirre, M., & Portales, L. (2014). La empresa social como detonadora de calidad de vida y desarrollo sustentable en comunidades rurales. *Pensamiento y Gestión*, 37, 255-284.
- Wei-Skillern, J., Austin, J., Leonard, H., & Stevenson, H. (2007). *Entrepreneurship in the Social Sector*. Los Angeles: Sage Publications.

Innovaciones de Negocios, 12(23): 031 - 052

© 2015 UANL, Impreso en México (ISSN 2007-1191)

Fecha de recepción: 12 de junio de 2015. Fecha de aceptación: 29 de junio de 2015.

La innovación en el sector servicios: la contribución de los servicios empresariales intensivos en conocimiento (SEIC) (Innovation in services: The contribution of Knowledge Intensive Business Services (KIBS))

Jorge Romero Amado[♦] & Vania López Toache[♦]

- ♦ Becario posdoctoral en el Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias de la UNAM Av. Universidad s/n, Circuito 2, C.P. 62210, Cuernavaca, Morelos.
- ♦ Universidad Autónoma de Guerrero, Unidad Académica de Economía. Paseo de la Cañada s/n esq. Andador Granizo, Col. Alta Progreso, C.P. 39610, Acapulco, Gro.
Email: jorgerom@gmail.com

Keywords: economy, innovation, knowledge intensive business services.

JEL: O30, O14, M10

Abstract: Innovation is vital to the economies and companies that want to compete in an increasingly globalized world. This has been widely studied in the production of goods; however, in the service sector is poorly understood. The Knowledge Intensive Business Services (KIBS) are intermediate companies that provide services to businesses and cover several areas, from legal consulting to human resources, through research and development (R&D), accounting, marketing, etc. This paper presents a review of studies conducted to determine the relevance of KIBS regarding the generation of innovation in production and its role in the national innovation system. Research shows that the influence of KIBS helps to create and disseminate innovation in enterprises and in the regions where they operate, that is why their role is important in the innovation system and in the economy of countries.

Palabras clave: economía, innovación, servicios empresariales intensivos en conocimiento.

JEL: O30, O14, M10

Resumen: La innovación es indispensable en las economías y empresas que quieren competir en un mundo cada vez más globalizado. Ésta ha sido ampliamente estudiada en la producción de bienes, sin embargo, en el sector servicios es poco conocida. Los Servicios Empresariales Intensivos en Conocimiento (SEIC), son empresas que prestan servicios intermedios a los negocios y abarcan varios áreas, desde consultoría legal hasta de recursos humanos, pasando por Investigación y Desarrollo (I+D), contabilidad, mercadeo, etc. En este

trabajo se presenta una revisión de los estudios realizados para conocer la relevancia de los SEIC en cuanto a la generación de innovación en la producción, así como su papel en el sistema nacional de innovación. Las investigaciones señalan que la influencia de los SEIC contribuye a crear y difundir innovación en las empresas y en las regiones donde actúan, por eso es relevante su papel en el sistema de innovación y en la economía de los países.

Introducción

Es ampliamente reconocido que la innovación es uno de los pilares sobre los que se sostiene el dinamismo productivo de una empresa, región o país. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2010) sostiene que la innovación es un importante impulsor del crecimiento en algunos países, y gran parte del crecimiento de la productividad multifactorial se encuentra ligada por la innovación. Asimismo, señala que la crisis reciente ha servido para subrayar lo necesario que se vuelve la innovación para ofrecer nuevas soluciones.

La innovación se encuentra muy ligada a la producción porque es, en varias ocasiones, donde se ve materializado el esfuerzo de las empresas a invertir en I+D, capacitación, nuevas tecnologías, etc. El Banco Interamericano de Desarrollo señala en un estudio que las empresas buscan constantemente la innovación porque las llevará a tener una mayor productividad (Tacsir, 2011).

Los procesos de innovación en la industria han sido objeto de una mayor atención, en comparación a los servicios para conocer el grado de innovación que poseen, así como su generación y transmisión. El estudio de la innovación en el sector servicios en las regiones del mundo se vuelve complicado porque: a) no hay un cuerpo teórico generalmente aceptado del sector; b) por los instrumentos generados para conocer la innovación en las empresas, y c) por la heterogeneidad de los servicios. Las herramientas empleadas son construidas para reflejar la innovación en las empresas productoras de bienes tangibles, y su adaptación para estudiar a los servicios se vuelve complicada.

Por otro lado, la mayor interrelación entre sectores debido a las nuevas formas de producción influye en la cada vez mayor subcontratación por parte de las empresas, centrándose en las actividades que son esenciales para el negocio. Las firmas han externalizado ciertos procesos productivos, algunos

de ellos servicios, así que requieren comprar en el mercado aquellos que otras empresas puedan suministrar acorde a sus necesidades.

En ese tenor, es relevante considerar que la innovación en los servicios es importante porque: 1) Afectan al conjunto del sistema productivo al requerirse de estas actividades en todos los sectores económicos, y 2) Algunos servicios juegan un papel central en la economía como agentes de transferencia, apoyo y fuente de innovación para otros sectores (Miles, 2005). Además que se reconoce a los servicios con el mayor potencial para incidir en el crecimiento económico (Tacsir, 2011), por lo que la innovación en el sector se vuelve sustancial.

A los servicios en general, tradicionalmente se les ha catalogado como no innovadores, o pobremente innovadores, y debido a ello no son productivos como la industria de bienes. Sin embargo, existen ciertos servicios como los SEIC, que poseen conocimientos especializados en diversas áreas y se auxilian de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC's), para producir y suministrar servicios, por lo que son innovadores al crear nuevas soluciones para sus clientes. "La introducción de nuevas tecnologías es tanto un efecto como una causa de los cambios en la estructura del sector y la fuente de ventaja competitiva en muchos sectores de servicios" (Porter, 1991, p. 327). Esta innovación se transfiere a las empresas que contratan SEIC, por lo que la subcontratación permite generar una relación benéfica a las empresas cliente.

La finalidad de este trabajo consiste en revisar los estudios realizados para conocer si la actividad de los SEIC en la innovación de otras empresas es relevante, así como sus implicaciones para el sistema de innovación y el conjunto de la economía. La evidencia consultada permite afirmar que las empresas de SEIC son innovadoras y pueden influir de manera decisiva en la actividad productiva de las empresas de cualquier sector económico, lo que redundará en una actividad económica más productiva.

El presente trabajo comienza abordando algunos aspectos teóricos de lo que es la innovación, posteriormente se presenta lo que es la innovación en los servicios y los diferentes enfoques que existen para su investigación y estudio. En la tercera sección se expone a los SEIC, lo que significan, particularidades y quehacer en el sistema productivo. Por último se recogen algunos estudios que nos muestran la evidencia de la innovación en los SEIC

y su importancia como uno de los pilares de los sistemas nacionales de innovación y su relación con el bienestar del sistema productivo.

Aspectos teóricos de la innovación

La innovación es necesaria para dinamizar la productividad y competitividad de una empresa, región o economía. Pero esta forma de creación o ingenio ha tomado varias formas. Es necesario recordar que el significado de la palabra innovación se ha construido a través del tiempo y según la visión de los pensadores, se ha adaptado según las condiciones imperantes del conocimiento, productivas, de mercados, tecnológicas, etc.

Adam Smith y David Ricardo ya habían contemplado la importancia de la innovación tecnológica en el crecimiento económico (Jasso, 2003). Pero Schumpeter (1942) fue quien se encargó de ampliar esta cuestión, y señaló que la innovación abarcaba la introducción de nuevos productos o un cambio significativo en los ya existentes, nuevos procesos en una industria, la creación o apertura de mercados, la incorporación de fuentes de materias primas y cambios en la organización industrial. Es el autor que más ha influido en cuanto a los elementos que conllevan la innovación, y actualmente algunos de sus principios se pueden aplicar al sector servicios sin ningún problema.

Michel Porter (1991) señala, a diferencia de los clásicos, que la riqueza de las naciones se fundamenta en aquellas elecciones estratégicas impulsadas por la necesidad de innovar o mejorar. La prosperidad no reside únicamente en la clásica dotación de factores, sino que los países crean las condiciones para innovar, lo que los llevará a ser más competitivos. La promoción de la innovación es crucial para los países.

En términos amplios el Índice Mundial de Innovación da cuenta de la función que realizan las personas y las tecnologías en el proceso de innovación, tomando en cuenta a las instituciones educativas, gubernamentales y productivas en su interacción para conocer los distintos rasgos de la innovación a nivel mundial, mediante una serie de indicadores que abarcan varios aspectos medibles. Esta visión es más holística que aquellas que regularmente se enfocan a nivel empresa, toma en cuenta el papel del entorno en que se puede desarrollar la innovación, lo cual es relevante porque el grado de aquella viene dado por el contexto en que se genera.

Existen también algunos instrumentos que conceptualizan y miden la innovación con criterios semejantes. El Manual de Frascati 2002 (OCDE, 2003, p. 17) argumenta que la innovación tecnológica es: “el conjunto de etapas científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales, incluyendo las inversiones en nuevos conocimientos, que llevan o que intentan llevar a la implementación de productos y de procesos nuevos o mejorados”. Aquí se hace referencia específicamente a lo tecnológico, y que la innovación conlleva elementos que pueden mejorar el negocio en varias de sus etapas. Asimismo, las cuestiones tecnológicas no solamente implican mejoras tangibles, sino “suaves” o intangibles como pueden ser los procesos.

Otro instrumento ampliamente utilizado es el Manual de Oslo (OCDE/Eurostat, 2006, p. 56), donde señala que una innovación es: “la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar del trabajo o las relaciones exteriores”.

El Manual señala cuatro tipos de innovaciones. Las de producto significan cambios relevantes en las características de los bienes o servicios. Las de proceso implican cambios importantes en los métodos de producción y distribución. Las de organización, que se refieren a la implementación de métodos nuevos de organización. Las de mercadotecnia significan la puesta en práctica de nuevos métodos en la comercialización de bienes y servicios.

En los países desarrollados los instrumentos para capturar la innovación están más perfeccionados y su aplicación se remonta a comienzos de los noventa del siglo pasado, por lo que el conocimiento del tema en esas economías es amplio y tienen a su disposición los datos para llevar un seguimiento más preciso.

Por otro lado, el Manual de Bogotá es una adaptación del Manual de Frascati y del Manual de Oslo para los países latinoamericanos (Jaramillo et al., 2001) que poseen características productivas, tecnológicas, económicas, sociales, etc., muy distintas a las de los países desarrollados. Este Manual tiene relativamente poco tiempo de haber sido diseñado e implementado en la región, busca emular a las encuestas que se han aplicado de manera más sistemática en los países desarrollados para conocer los esfuerzos de innovación. A pesar de que Tacsir (2011) menciona que la definición de innovación se pretende más amplio que en el definido en el Manual de Oslo,

no se encontraron elementos muy distintos de los planteados por la OCDE y Eurostat.

Sin embargo, sí se incorpora otro elemento para medir la innovación llamado Gestión de la Actividad Innovadora, el cual además de comprender en estricto sentido lo que dicta el Manual de Oslo, se toma en cuenta el esfuerzo tecnológico y las actividades de innovación, se superpone al modelo lineal uno de tipo “feedback”, donde se le otorga importancia a las actividades de monitoreo, evaluación, adopción, adaptación de tecnologías; particularidades de los países de los procesos difusivo/adaptativo/incremental del cambio técnico, etc.

Cabe mencionar que los manuales anteriores representan importantes esfuerzos por capturar las actividades de innovación que hacen las empresas, que es dónde primordialmente ocurren estos cambios, dadas ciertas características específicas del entorno en que se desenvuelven. Aún falta mucho trabajo por conocer en actividades dónde no con facilidad se puede identificar la innovación.

Los servicios no han sido objeto de un amplio estudio para conocer la innovación que se gesta en ellos, y si se toma en cuenta que actualmente es un sector que genera dos tercios del PIB mundial (74% en los países desarrollados y 51% en los países en desarrollo), representa una quinta parte de comercio mundial total, significa el 44% del empleo mundial (74% en los países desarrollados y 37% en los países en desarrollo), y constituye el 40% de la Inversión Extranjera Directa mundial (UNCTAD, 2013), entonces es imperativo conocer más sobre los procesos de innovación en este sector y su papel dentro del sistema productivo.

Innovación en los servicios

La innovación en los servicios es cada vez más un tema recurrente de los organismos internacionales, así como su relevancia como sector económico que contribuye en buena medida en el crecimiento económico (OCDE, 2006; WIPO, 2014). Sin embargo, la manera en cómo innovan no es ampliamente conocido porque no es fácil medir los servicios. Los estudios en el tercer sector son incipientes, y ciertos autores abordaron servicios de I+D en la innovación a finales del siglo pasado (Miles, 2005).

La Comisión Europea (2013) argumenta que la innovación en los servicios contempla los conceptos y oferta de servicios nuevos o sustancialmente mejorados, la innovación en los procesos, las infraestructuras, la gestión de clientes, los modelos de negocio, la comercialización (ventas, marketing, distribución), y la productividad de los servicios independientemente de que hayan sido producidos por empresas de bienes o de servicios. Lo que indica que aquel organismo toma en cuenta varios elementos de las actuales formas de producción, del consumo, así como la interacción entre los diferentes sectores productivos.

El sector servicios es muy heterogéneo y el conocimiento que se tenga en alguna clase de servicios no se puede generalizar a todo el sector, incluso las innovaciones dentro de una misma rama de servicios como es la banca puede tener diferencias si se toma en cuenta el aspecto internacional, los servicios financieros distan mucho de ser homogéneos en todos los países a pesar de que son una de las industrias de servicios más innovadoras.

Hay que resaltar que la innovación que se realiza en los servicios es distinta a la que se da en la empresa manufacturera, ya que los factores de éxito en la innovación se encuentran en el establecimiento de un proceso formal, conocimiento del mercado, una estrategia de innovación definida, el empleo de las TIC's como elemento de apoyo (Ruiz et al., 2006) así como el entrenamiento y disponibilidad del capital humano.

Una de las formas de percibir la importancia de los servicios en la innovación, es el gasto que se realiza en los países de la OCDE en I+D en este sector, el cual ha crecido en forma importante a partir de la década de los ochenta del siglo pasado (Escauriaza et al., 2001), esto en los países desarrollados.

Existen dificultades a considerar al momento de hacer un seguimiento puntual a la innovación en los servicios, uno de ellos es la escasa distinción entre productos y procesos, debido a que el consumo y la producción regularmente van en conjunto, sin embargo no siempre es así, dependiendo el servicio y gracias a las TIC's, se puede proveer un servicio en determinado momento y ser consumido posteriormente, incluso en un lugar geográficamente distante. Un ejemplo puede ser la realización y suministro por internet de un software para determinada función, el proveedor lo produce pero no se consume hasta que el cliente lo instala y lo utiliza, entre la producción y el consumo puede existir un lapso de tiempo determinado.

Otra dificultad es que en algunos servicios el desarrollo de los procesos de innovación es más informal, depende del entorno en que se desenvuelven (económico, cultural, tecnológico, regulatorio, mercado, etc.) y posteriormente se introducen. Al ser intangibles la aceptación depende de factores subjetivos entre los participantes. La innovación en los servicios es un proceso continuo porque al ser introducidos los cambios, éstos pueden fracasar, mejorar o tener éxito, se presenta una dinámica que exige que los productos y procesos cambien conforme a las preferencias del público ligadas siempre al prestador del servicio, esto es, existe una retroalimentación que va en los dos sentidos. Eso puede llevar a complicaciones a la hora de definir una innovación como un hecho específico, por su carácter dinámico a la hora de producir y consumir un servicio.

Las innovaciones que se realizan en los servicios son distintas de las que suceden en la manufactura, las investigaciones en innovación que se realizan se enfocan principalmente a las actividades manufactureras. Sin embargo, últimamente las actividades del sector servicios también han sido objeto de una mayor atención (Miles, 2005; Koch & Strotmann, 2005; Muller & Doloreux, 2009; Ruíz et al., 2014). El proceso de innovación entre uno y otro sector es distinto, por el ya mencionado carácter subjetivo de un servicio, y en varias ocasiones, inmaterial. No obstante, algunas industrias del tercer sector se han visto modificadas y estandarizadas por las TIC's y el conocimiento que involucra su producción las vuelve más especializadas y sujetas a una prestación más estandarizada que en el pasado.

El estudio de los procesos de innovación en el sector servicios se ha abordado desde diferentes puntos de vista. Rodríguez & Camacho (2007) señalan que es en las últimas décadas del siglo pasado cuando se presta más atención a la actividad innovadora de los servicios desde un punto de vista teórico y empírico, resultando tres líneas de análisis llamadas:

- 1) Asimilación,
- 2) Demarcación, y
- 3) Síntesis.

En la Tabla 1 se recogen los aspectos más sobresalientes de cada uno de los diferentes puntos de vista tomando en cuenta la I+D así como la innovación.

Tabla 1. *Enfoques de la I+D de servicios y de la innovación*

Enfoque	Teoría de la I+D de servicios y de la innovación	Datos empíricos y estadísticas de la I+D de servicios y de la innovación	Política de I+D de servicios e innovación
Asimilación/ Tradicionalista	La I+D y la innovación son lo más común y los servicios son escasamente innovadores.	La I+D y la innovación se plasman en menor medida en los servicios, aunque existe una gran variación entre industrias.	Inexistencia de alguna política específica, solamente una mayor sensibilidad de los servicios de la I+D genérica y las políticas de innovación.
Delimitación/ Demarcación	La innovación en servicios posee características específicas y se requieren teorías especiales de innovación dadas sus particularidades.	Gran parte de la innovación en servicios no es tecnológica. La innovación básicamente no se maneja de una forma explícita.	Son escasas las políticas de innovación e I+D de servicios vertical y específica, siendo que son sumamente relevantes.
Síntesis/ Sistémico	La diferencia entre manufactura y servicios ya no aplica. Las funciones de servicios innovadoras deberían ser parte de sistemas de innovación más amplios. Existe la necesidad de una innovación global unificada.	Las actividades de servicios están presentes en todos los sectores de la economía. Desempeñan un papel relevante en la fabricación de productos y servicios innovadores y diferenciados.	Los servicios deben estar integrados en las políticas de innovación sistémica; se debe atender tanto a las políticas de innovación como a las de no innovación.

Fuente: Adaptación en base a Hertog et al. (2010).

Dependiendo el punto de vista de cada investigador, adoptará uno u otro enfoque para averiguar la innovación en determinado tipo de servicio. El enfoque más moderno es el sistémico porque su visión se ajusta más a las actuales formas de producción.

El tomar cierto punto de vista para conocer al tercer sector, influirá en los métodos empleados, y los resultados obtenidos pueden arrojar diferencias. Independientemente del método empleado, es relevante el estudio y la investigación de la innovación en los servicios. Su comprensión y estudio otorgará un mejor análisis, una mayor atención por parte de las empresas para identificar la innovación y su continuo perfeccionamiento en la producción y suministro de servicios.

Los servicios empresariales intensivos en conocimiento

En el sistema productivo actual las empresas se ven presionadas por la competencia global, lo que ha llevado a que externalicen determinadas actividades que anteriormente se prestaban al interior y enfocarse en su negocio principal. Algunas funciones que ahora se subcontratan con otras empresas son de servicios, y aquellas que poseen un gran valor agregado por la intensidad de conocimiento y tecnología pertenecen a los llamados SEIC, o por sus siglas anglosajonas KIBS (Knowledge Intensive Business Services). Esta clase de servicios son considerados como insumos o de consumo intermedio porque forman parte del proceso productivo de otras empresas de cualquier sector económico. En la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (ISIC, Rev. 3.1) se encuentran en la sección K, que se refiere a los Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler, y se encuentran en la división 72, 73 y 74. (Tabla 2).

Tabla 2. *Tipología de los SEIC en base a la ISIC, Rev. 3.1*

<i>División</i>	<i>Grupo de Actividad</i>
<i>Sección K. Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler.</i>	
72. Informática y actividades conexas.	721. Consultores en equipo de informática. 722. Edición de programas de informática, consultores en programas de informática y suministro de programas de informática. 723. Procesamiento de datos. 724. Actividades relacionadas con bases de datos y distribución en línea de contenidos electrónicos. 725. Mantenimiento y reparación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática. 729. Otras actividades de informática.
73. Investigación y desarrollo.	731. Investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ciencias naturales y la ingeniería. 732. Investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades.
74. Otras actividades empresariales.	741. Actividades jurídicas y de contabilidad, teneduría de libros y auditoría; asesoramiento en materia de impuestos; estudio de mercados y realización de encuestas de opinión pública; asesoramiento empresarial y en materia de gestión. 742. Actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades técnicas. 743. Publicidad. 749. Actividades empresariales n.c.p.

Fuente: Adaptación con datos de ISIC Rev 3.1, (2002)

La incorporación de nueva tecnología, formas de gestión, información y conocimiento, y nuevas formas de producción, es lo que rodea a los negocios de SEIC. Su injerencia puede darse en cualquier etapa del proceso productivo de las empresas cliente. Este grupo de servicios se debe a Miles et al. (1995), el cual ha sido ampliamente adoptado para estudiar aquellos servicios especializados que se subcontratan o externalizan, y que han sido relevantes en las últimas década como apoyo a la producción. Su análisis y estudio, sobre todo en Europa y países desarrollados, es más cada vez más extendido.

Este tipo de servicios han sido identificados por distintos autores con varios nombres, Stanback (1979) los llamo “servicios corporativos avanzados”; después Moulaert & Daniels (1991) los llamaron “servicios avanzados al productor”; la OCDE (1999) les llamo “servicios estratégicos a los negocios”. Así también, Muller & Doloreux (2009) señalan que en un principio se les llamó “empresas consultoras”, de “servicios a las empresas” en un sentido amplio, o simplemente “ricas en información”.

Más específicamente, Marja Toivonen (2004, p. 36), señala que los SEIC son: “...compañías de servicios privadas las cuales venden sus servicios en el mercado y directamente a otras compañías o al sector público. Se especializan en servicios intensivos en conocimiento, lo cual significa que el centro de su servicio es la contribución al proceso de conocimiento de sus clientes, el cual está reflejado en una excepcionalmente mayor proporción de expertos de diferentes ramas científicas en su personal.” Hay que considerar que los servicios intensivos en conocimiento conllevan en su prestación conocimiento especializado y empleo de las TIC’s.

Otros autores europeos que han estudiado a estos servicios son Muller & Doloreux (2009, p. 9), y señalan que “son empresas de servicios caracterizadas por prestar servicios intensivos en conocimiento a otras empresas y organizaciones, servicios que son predominantemente no rutinarios.” Asimismo, Muller & Zenker (2001, p. 16) indican que “se pueden definir como empresas de asesoría en un amplio sentido, y más generalmente los SEIC se pueden definir como la actuación de empresas, principalmente para otras empresas, en servicios que abarcan un gran valor añadido intelectual.”

Más que aludir una definición precisa de los SEIC, Hirschfeld (2007, p. 6) señala las actividades que considera como parte importante de este tipo

de servicios. “El verdadero núcleo de los SEIC es en primer lugar la actividad vinculada con la tecnología, como los servicios informáticos, la investigación y el desarrollo o prestaciones como los análisis y los ensayos técnicos. Además de los servicios tradicionales de consejo fiscal, jurídico o de gestión de empresas, o de publicidad o marketing, son uno de los principales pilares de este sector de actividad.”

Retomando lo que mencionan los distintos autores se propone una definición más amplia, esto es, los SEIC son actividades que se subcontratan y son empleadas como insumos intermedios con fines de lucro dirigidas a empresas privadas y organismos públicos con el propósito de hacer más eficientes sus procesos productivos. Esta prestación se realiza con la ayuda del cliente, ya que éste provee información, la cual será transformada y utilizada para aprovechamiento del cliente y el proveedor. Al cliente le proporcionan una solución adecuada a su problema y el proveedor obtiene más información, conocimiento y experiencia. Este tipo de servicios cuenta con un gran capital humano de varias disciplinas, empleo eficiente de la tecnología, y representan una fuente, un medio y un receptor de información y conocimiento, ayudando a crear redes de innovación entre proveedor y clientes.

La mayoría de los conceptos expuestos subrayan la mayor utilización de información y conocimiento que conlleva la prestación de este tipo de servicios, y gracias al desarrollo de las TIC's, también la amplia utilización de éstas. En algunos casos, el desarrollo de algunas actividades de SEIC se basa en las TIC's, como es la consultoría informática, administración de bases de datos o el desarrollo de software.

Los estudios e investigaciones basados en los SEIC han sido en su mayoría en países desarrollados, y son vistos como acompañantes en los procesos de innovación de sus clientes, cuestión muy relevante para el sistema productivo de un país o de una región.

Los SEIC como actividades innovadoras

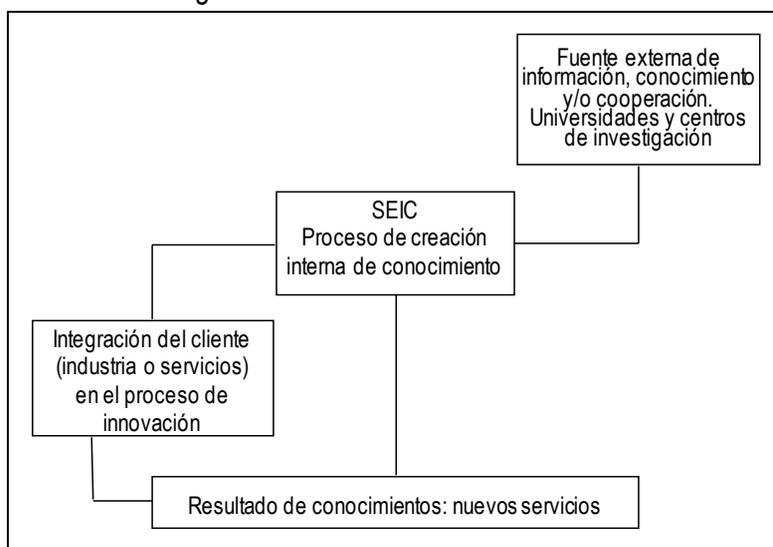
Actualmente los servicios especializados son cada vez más requeridos en las distintas etapas de la elaboración de un bien o servicio; los procesos de gestión, la comercialización de nuevas ideas, servicios y nuevas

formas de organizar la producción, son parte del quehacer y apoyo productivo de los SEIC a los negocios.

Esta clase de servicios pueden actuar como fuentes de innovación para otras empresas, y mediante las relaciones con sus clientes, se pueden ubicar como co-productores de innovación (Muller & Doloreux, 2009; Hertog et al., 2010).

El proceso de innovación que sucede al interior de los SEIC se muestra en la Figura 1; éstos poseen la capacidad de integrar la información de fuentes externas junto con el conocimiento e información que poseen sus clientes, la empresa de SEIC la procesa y brinda una óptima solución para la producción, pero además existe un proceso de innovación en ambas direcciones.

Figura 1. *Proceso de innovación en los SEIC*



Fuente: Adaptación en base a Hipp, C., (2000).

Las empresas de SEIC poseen un alto grado de innovación en sus actividades, incluso más que algunas ramas manufactureras. Los resultados empíricos de una encuesta de innovación (CIS) en Europa, señalan que la intensidad de innovación en los servicios, especialmente de los SEIC, es comparable con la industria manufacturera de alta tecnología (Simmie &

Strambach, 2006), lo que nos ofrece una nueva perspectiva de ver a determinados servicios que son especializados.

Diversas investigaciones empíricas muestran el carácter innovador de los SEIC, en donde se relata y demuestra el impacto positivo que tienen para la innovación en los países. Por ejemplo, Windrum & Tomlinson (1999) abordaron a Inglaterra Holanda, Alemania y Japón, y encontraron que cuando los vínculos entre las empresas de SEIC y el resto de las industrias son más fuertes, se obtienen mayores externalidades de la innovación en los servicios. Muller & Zenker (2001) realizaron un estudio en Alemania y Francia, dedujeron que los SEIC, además de fortalecer y estimular la innovación de sus clientes y las propias, como en un círculo virtuoso, incrementan y difunden el potencial de innovación regional y nacional. Koch & Strotmann (2005) hallaron en Alemania que el acceso al conocimiento a través de cooperación y de interconexión mediante redes son factores determinantes en la innovación de las empresas de SEIC. Martínez et al., (2005) realizaron un estudio para Asturias en España, y encontraron evidencia que señala que las regiones con una menor oferta de SEIC se enfrentan a una menor competitividad de las empresas, lo que muestra el escaso nivel de innovación en las empresas existentes. Entonces, el nivel de innovación de las empresas es más elevado cuando existe presencia de SEIC en la región.

En otro estudio para Europa, Corrocher & Cusmano (2014) también encontraron que los SEIC son un elemento crucial para aquellas regiones que buscan la innovación, y que una oferta deficiente o bajo crecimiento de estos servicios es una característica de los sistemas de innovación de bajo rendimiento. En Rusia Doroshenko et al., (2014) encontraron que las empresas que emplean a los SEIC son más proclives a la innovación, e incluso sus servicios son comparables a los sectores industriales más avanzados. El grado de impacto depende de la industria donde actúan.

En Singapur Wong & He (2002) mencionan una relación positiva en términos de innovación de las empresas que utilizan las empresas de SEIC, la actividad de esta clase de servicios provoca una mayor generación actividad innovadora. En China el estudio realizado por Shin et al., (2014) confirma que esta clase de servicios promueve la innovación, de manera especial en el capital humano, y principalmente en el este del país.

Otro estudio que se realizó en Brasil (Ferreira & Quadros, 2006) encontró que los SEIC son particularmente importantes en la creación y

distribución de nuevo conocimiento e innovación. Asimismo, promueve el crecimiento de la calificación de los trabajadores de las empresas cliente debido al contacto que tienen con los trabajadores especializados externos, creando habilidades y conocimiento.

En los países desarrollados y en desarrollo los SEIC se han vuelto un apoyo crucial para fortalecer la innovación de las empresas y del sistema productivo en su conjunto. Es por eso que Miles (2005) argumenta que diversos estudios sugieren que la presencia y uso de los SEIC en la economía mejora la actuación productiva de otros sectores y regiones. Los diversos estudios realizados muestran que existe una relación positiva entre empresas de SEIC e innovación.

Una parte considerable de los estudios se ha realizado en las naciones desarrolladas debido a la estructura confiable de sus fuentes de información, una mayor utilización y perfeccionamiento con el tiempo de los instrumentos para recoger los datos de innovación, así como la amplia cobertura de las empresas encuestadas. No obstante, en las naciones en desarrollo son un tema poco explorado, que se dificulta por las estructuras propias de los sistemas productivos, que en no pocas ocasiones, conviven industrias dinámicas con aquellas de escaso desarrollo, lo que dificultan su encadenamiento productivo.

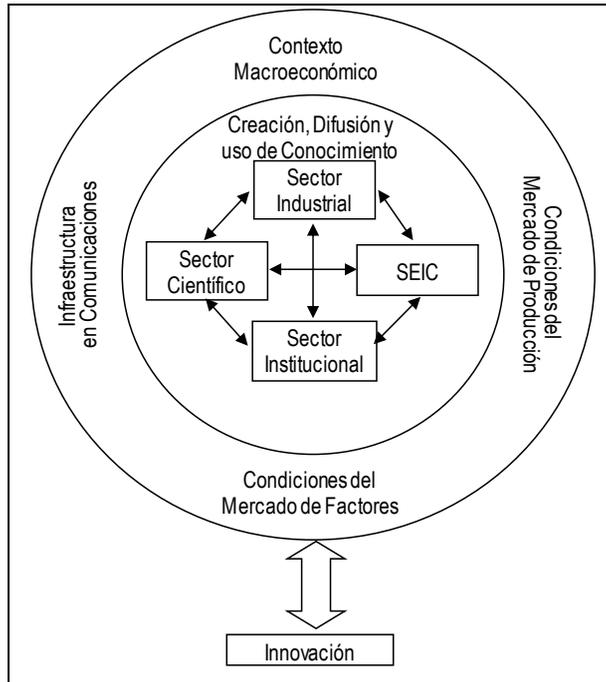
Los SEIC impulsan la innovación

Como se ha analizado anteriormente con base en los estudios realizados, por sus características, los SEIC pueden ser un detonante para la competitividad generada a partir de la innovación, y si se institucionaliza formalmente su impacto será más sostenido.

La innovación desde un punto de vista sistémico, pone el énfasis en una serie de instituciones donde lo que prevalece son los procesos de interacción en la creación de conocimiento, en su difusión y uso.

Es tal la importancia de los SEIC que se pueden ubicar en el Sistema Nacional de Innovación. Fisher (2001, en Camacho & Rodríguez, 2004), señala a los cuatro elementos que lo componen (Figura 2), dentro del cual, los SEIC se erigen como uno de los pilares que lo sostienen:

Figura 2. Los cuatro bloques del Sistema de Innovación



Fuente: Adaptación en base a Camacho, J., Rodríguez, M., (2004).

- Sector industrial: Empresas manufactureras y sus laboratorios de I+D.
- Sector científico: Universidades, centros de investigación y formación científica.
- Sector Institucional: Coordinación tradicional de mercado, y coordinación de no mercado en donde se emplean una amplia gama de acuerdos institucionales.
- Sector de SEIC: Abarca a organizaciones o unidades de apoyo que suministran asistencia a empresas industriales o de servicios para el desarrollo y/o introducción de nuevos productos o procesos. Esta prestación puede tomar forma de: consejo financiero, legal, técnico o físico (equipo, software, servicios informáticos), I+D, marketing, etc.

Es en este contexto, la actuación de los SEIC, junto con el de los otros sectores, ayuda a incrementar y a retroalimentarse mutuamente para innovar, siempre y cuando las condiciones del mercado de producción, de los factores, de la infraestructura, y del contexto macroeconómico lo permitan.

Los SEIC además de ser uno de los pilares, contribuyen de distintas formas en el mismo, y estas aportaciones toman las siguientes características (Simmie & Strambach, 2006):

- a) Intercambio de conocimientos empíricos y las mejores prácticas de diferentes ramas.
- b) Transferencia de conocimiento en forma de experto conocimiento tecnológico y la gestión del know-how.
- c) Integra los diferentes tipos de conocimiento y competencias que existen en el sistema de innovación; y
- d) Adapta el conocimiento existente a las necesidades particulares del cliente.

Los SEIC forman parte del sistema de innovación y contribuyen al económico, ya que por un lado, estas empresas realizan una actividad innovadora al desempeñar sus funciones, y por otro lado, proveen a sus clientes capacidades complementarias para su proceso productivo, ya sea con conocimientos de terceros en forma de intermediación o con conocimientos propios.

Los estudios empíricos (Zieba, 2013) realizados confirman que los SEIC ayudan a las empresas cliente a innovar, a generar, transmitir y difundir nuevo conocimiento. Crear formas de organización, procesos, comercialización, y nuevos servicios, y eso es precisamente de lo que consta la innovación como ya se había señalado. En su actividad conllevan innovación a las empresas, y además forman parte del sistema que crea y la promueve en un país o región.

Los SEIC son un puente entre las instituciones productivas y las profesionales y académicas. Su importancia en el sistema productivo está ampliamente documentada y su fomento en los países se encuentra plenamente justificado.

Los SEIC son una expresión de las nuevas formas de producción que permiten incorporar a más elementos para aportar valor a un bien o servicio final. Asimismo, facilita a las empresas cliente a comprar en el mercado servicios especializados sin necesidad de tener un departamento para esa

función, lo que permite planear sus requerimientos de servicios intermedios y sus gastos. Los negocios de SEIC ofrecen a las empresas cliente el desarrollo de nuevo conocimiento e innovación debido a que se generan soluciones productivas específicas y habilitan el aprendizaje mutuo gracias a los conocimientos aplicados y la retroalimentación en la búsqueda de soluciones óptimas.

Conclusiones

El sector servicios no ha sido objeto de grandes estudios en materia de innovación por lo que es necesario identificar y conocer los procesos que surgen en el mismo con el propósito de reproducirlos en otros contextos. Si bien no existe un consenso acerca de la forma de abordar la innovación en los servicios, es relevante la inclusión de esta discusión que antes poco se planteaba. Es verdad que los servicios son heterogéneos y no existe innovación en varios, sin embargo las empresas de SEIC, por sus características, son una fuente de innovación que fluye al interior y exterior de las mismas. El presente trabajo resaltó y mostro la importancia de los SEIC en el sistema económico y en el sistema de innovación, su presencia y actividad se encuentra ligada a la innovación.

Las investigaciones empíricas (Muller & Zenker, 2001; Koch & Strotmann, 2005; Corrocher & Cusmano, 2014; Doroshenko et al., 2014) señalan que los SEIC son destacados agentes en los sistemas nacionales de innovación, son fundamentales en el proceso de aprendizaje de los clientes y proveedores, y tienen impacto positivo para el conjunto de la economía. Es importante la retroalimentación que existe en la relación cliente-proveedor, y esa es precisamente uno de las causas por las que son un sector muy dinámico, constantemente se actualiza, ya sea con conocimientos propios, de los clientes o de organismos especializados (academia y asociaciones profesionales). Las derramas de conocimiento al conjunto productivo por parte de los agentes profesionales y académicos es lo que se busca en una economía para su desarrollo, el vínculo teoría-practica es fundamental.

En ese marco, este tipo de servicios han influido, como resultado de su actividad, a que sus clientes realicen innovaciones, aumentar su valor agregado y ser más competitivos. En este grupo de servicios, debido a su

elevado capital humano y al empleo intensivo de TIC's pueden generar más conocimiento e información que se aprovecha de forma productiva.

Los SEIC regularmente proveen activos intangibles: conocimiento, información, experiencia, investigación y desarrollo y habilidad para resolver problemas específicos, lo que redundará en un sistema productivo más competitivo. Su quehacer es fundamental para el proceso de innovación en una región o país, y su influencia va a cualquier sector de la economía que lo necesite ya que contribuyen a la difusión y transferencia de conocimiento. Su demanda de conocimiento intensivo, y el empleo intensivo de TIC's, son un gran impulsor de la innovación entre las empresas que requieren de sus servicios.

Sin embargo, en las economías en desarrollo son todavía un tema pendiente por las características propias del sistema productivo el cual se encuentra polarizado, esto es, existen grandes empresas con esquemas de producción modernos, pero también existen empresas pequeñas y micro que debido a su escasa capacidad financiera no pueden acceder a modelos de organización más actuales. No obstante, siguiendo las evidencias de algunas economías en desarrollo como Singapur (Wong & He, 2002), Brasil (Ferreira & Quadros, 2006), China (Shi et al., 2014) o en transición como Rusia (Doroshenko et al., 2014), no se puede descartar que puedan impulsar la modernización de los esquemas de producción, el sistema de innovación y generar un estímulo a la economía.

Los SEIC pueden significar un impulsor de la innovación en los países y regiones que decidan incentivar esta clase de servicios. Las políticas públicas pueden ampliar su abanico de posibilidades, no solamente apoyando a la industria, que si bien es el motor del crecimiento por excelencia, sino también impulsando servicios de alto valor agregado e innovación, que en la actual economía del conocimiento, la carrera por lograr la innovación se vuelve crucial para competir globalmente.

Referencias

- Camacho, J. & Rodríguez, M. (2004). España ante la economía del conocimiento: El papel de los servicios a empresas intensivos en conocimiento. *Revista Asturiana de Economía*, 31, 177-202.
- Comisión Europea (2013). *Guía inteligente sobre la innovación en los servicios*. Dirección General de Empresa. Dirección General de Empresa e Industria. Bélgica. Disponible en <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/support/>.
- Corrocher, N. & Cusmano, L. (2014). The 'KIBS engine' of regional innovation systems: empirical evidence from European regions. *Regional Studies*, 48(7), 1212-1226.
- Doroshenko, M., Miles, I. & Vinogradov, D. (2014). Knowledge intensive business services: The Russian experience. *Foresight Russia*, 4(8), 24-39.
- Escauriza, M., Subirana, J. & Torres, X. (2001). *Informe del proyecto: Innovación en el sector turístico balear. Análisis prospectivo de tecnologías. Innovación en Servicios*. Madrid: Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica.
- Ferreira, A. & Quadros, R. (2006). Technological innovation in knowledge intensive business services: an analysis of the Brazilian context. En Kocaoglu, Dundar F; Anderson, Timothy R. & Daim, Tugrul U. (2006), *Proceedings of Technology Management for the Global Future, Volume 4*, Portland, Or: Portland State University, 1962-1969.
- Hertog, P., Van der Aa, W. & Jong, M. (2010). Capabilities for managing service innovation: towards a conceptual framework. *Journal of Service Management*, 21(4), 490-514.
- Hipp, C. (2000). Information flows and knowledge creation in Knowledge Intensive Business Services: Scheme for a Conceptualization. En Metcalfe, J. Stanley & Miles, Ian (2000), *Innovation Systems in the Service Economy, Volume 18*, Nueva York: Springer, 149-167.
- Hirschfeld, K. (2007). *Knowledge Intensive Business Services. Estudio comisionado*. Nyon: IBITS-Global Union.
- Jaramillo, H., Lugones, G. & Salazar, M. (2001). *Manual de Bogotá. Normalización de indicadores de innovación tecnológica en América Latina y el Caribe*. Bogotá: Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología, Organización de Estados Americanos, Programa CYTED.
- Jasso, J. (2003). Los sistemas de innovación: una aproximación histórica al entendimiento de la dinámica competitiva mundial. *Seminario: Sistemas nacionales de innovación e industria manufacturera*, México, D.F: IIEc-CECADET/UNAM.
- Koch, A. & Strotmann, H. (2005). Determinants of Innovative Activity in Newly Founded Knowledge Intensive Business Service Firms. Institut Für Angewandte Wirtschaftsforschung, Discussion Paper 21,1-22.
- Martínez, S., Quindós, M. & Rubiera, F. (2005). Eficiencia en el sector de los servicios avanzados a las empresas: una aplicación al caso de Asturias. *Ekonomiaz*, 58, 324-347.

- Miles, I., Fagerber, J., Mowery, D., Nelson, R. (2005). *The Oxford handbook of innovation*, New York: Oxford University Press, 433-458.
- Miles, I., Kastornos, N., Flanagan, K., Bilderbeek, R., Den Hertog, P., Huntink, W. & Bouman, M. (1995). *Knowledge-intensive business services*. Luxemburgo: EIMS publication.
- Moulaert, F. & Daniels, P. (1991). *Advanced producer services: beyond the micro-economics of production*. Belhaven Press.
- Muller, E. & Doloreux, D. (2009). What we should know about knowledge intensive business services. *Technology in Society*, 31(1), 64-72.
- Muller, E. & Zenker, A. (2001). Business services as actors of knowledge transformation: the role of KIBS in regional and national innovation systems. *Research Policy*, 30(9), 1501-1516.
- OCDE (2003). *Manual de Frascati 2002*. Paris: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.
- OCDE (2010). *The OECD Innovation Strategy: Getting a Head Start on Tomorrow*. Paris, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.
- OCDE (2006). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Tercera edición., París: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico & Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas.
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Barcelona: Plaza y Janes.
- Rodríguez, M. & Camacho, J. (2007). El papel difusor de los servicios intensivos en conocimiento en España: Un estudio de los flujos de I+D incorporado. *ICE Tribuna de economía*, 834, 259-272.
- Ruiz, A.; Ortega, T.; Haro, C. & Roldan, M. (2014). El proceso de co-creación y su impacto en la estrategia de innovación en empresas de servicios. *Intangible Capital*. 10(2), 266-293.
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalismo, socialismo y democracia*. México, D. F: Ediciones Aguilar 1963.
- Shi, X.; Wu, Y. & Zhao, D. (2014). Knowledge intensive business services and their impact innovation in China. *Service Business*, 8(4), 479-498.
- Simmie, J. & Strambach, S. (2006). The contribution of KIBS to innovation in cities: an evolutionary and institutional perspective. *Journal of Knowledge Management*, 10(5), 26-40.
- Stanback, T. (1979). *Services, the New Economy*. Totowa, N.J: Allanheld, Osmun.
- Tacsir, E. (2011). *Innovación en los servicios. El difícil caso de América Latina y el Caribe*. Documento de debate. IDB-DP-203. Washington, D.C: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Toivonen, M. (2004). *Expertise as business: Long-term development and future prospects of knowledge-intensive business services (KIBS)*. Doctoral Dissertation, Helsinki University of Technology.
- United Nations (2002). *International standard industrial classification of all Economic activities, Rev. 3.1*. Nueva York: United Nations Statistic Division.

- United Nations Conference on Trade and Development (2013). *Facts and Figures on Services economy. Services, development and trade*. Ginebra: United Nations Conference on Trade and Development.
- Windrum, P. & Tomlinson, M. (1999). Knowledge-intensive services and international competitiveness: a four country comparison. *Technology Analysis & Strategic Management*, 11(3), 391-408.
- Wong, P. & He, Z. (2002). *The impacts of knowledge interaction with manufacturing clients on KIBS firms innovation behaviour*. Discussion Paper No. 2002/69, Helsinki: United Nations University, World Institute for Development Economics Research.
- World Intellectual Property Organization (2014). *The Global Innovation Index*. Génova: Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization (WIPO)
- Zieba, M. (2013). *Knowledge- Intensive Business services (KIBS) and Their Role in the Knowledge – Based Economy*. Working Paper Series No. 7, Gdańsk University of Technology, Faculty of Management and Economics, 1-16.

Innovaciones de Negocios 12(23): 053 - 073

© 2015 UANL, Impreso en México (ISSN 2007-1191)

Fecha de recepción: 05 de diciembre de 2014. Fecha de aceptación: 04 de mayo de 2015.

Métricas contables como factores críticos del desempeño financiero: Evidencia de fusiones y adquisiciones en México. (Accounting metrics as critical factors affecting financial performance: Evidence from M&A in Mexico)

Alma Berenice Méndez Sáenz & Sergio Raúl Hinojosa Treviño

Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración,
San Nicolás de los Garza, N.L., México.

Email: beremendez@gmail.com

Keywords: accounting metrics, financial performance, mergers and acquisitions, return, risk.
JEL: G34, G30 & M40

Abstract. Mergers and acquisitions operations in Mexico has been increasing in recent years. Literature's opinion is divided among results on financial performance after the acquisition, there is evidence of gains and losses depending on several characteristics of the merger like the way of payment, the operation and financial synergies, and the macroeconomic scenario. The risk-return relationship has been estimated efficiently by the CAPM from Sharpe (1964). The model assumes mean-variance efficiency in market equilibrium under uncertainty, considering that all systematic risk is measured by the model's beta. Literature supports that accounting and market metrics are proper measuring tools for financial performance analysis. Synergies are the main motive for acquisitions; one way of analysis is by comparing the explicatory power of accounting metrics before and after the acquisition process related with the financial performance of the acquiring firm. Accounting metrics consider fundamental variables related with the firm's financial statements data and explain in an efficient manner, any change on the financial performance after the merger process. For acquiring firms quoting on the Bolsa Mexicana de Valores that had an approved acquisition by the Comisión Federal de Competencia Económica during 2010 and 2011, the accounting metrics ROA and ROE using size and debt as *proxy* variables, show significant positive correlation with the market capitalization.

Palabras clave: desempeño financiero, fusiones y adquisiciones, métricas contables, rendimiento, riesgo.

JEL: G34, G30 & M40

Resumen. Las operaciones de fusiones y adquisiciones han tenido un crecimiento en México en los últimos años. La literatura divide sus opiniones respecto a las ganancias que representa la adquisición para el adquirente, en función de diversas características de la operación como el método de pago, las sinergias operativas y financieras, así como las circunstancias macroeconómicas. La relación riesgo-rendimiento de los activos se ha estimado de manera eficiente por el CAPM de Sharpe (1964). El modelo asume una eficiencia en media-varianza en condiciones de equilibrio bajo incertidumbre, y considera que todo el riesgo sistemático es medido por el coeficiente beta del modelo. La evidencia empírica sugiere que las métricas contables y de mercado son herramientas apropiadas para medir y analizar el desempeño financiero de las organizaciones. Las sinergias son el principal motivo para llevar a cabo procesos de adquisición; una manera de medirlas es comparar el poder explicativo de las métricas contables antes y después de la operación de adquisición en relación al desempeño financiero de la emisora adquirente. Las métricas contables se componen de variables fundamentales relacionadas con la información de los estados financieros de la empresa y explican de manera eficiente, cualquier cambio en el desempeño financiero después de una adquisición de empresa. Los resultados de la presente investigación demuestran que para aquellas emisoras cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que tuvieron alguna adquisición aprobada por la Comisión Federal de Competencia Económica durante 2010 y 2011, demuestran que las métricas contables ROA y ROE apoyándose en variables *proxy* de tamaño y deuda son estadísticamente significativas y favorables en la comparación antes y después de la operación de adquisición en relación al índice de capitalización de empresas.

Introducción

El objetivo principal de cualquier organización lucrativa es incrementar la riqueza de los accionistas. Dentro del campo de las finanzas, este objetivo se puede alcanzar de diversas maneras. Dado que los dueños de las empresas y los tomadores de decisiones se basan en el valor de la firma para elaborar sus estrategias, todos los mecanismos que afecten dicho valor, tienen un efecto crítico para la organización.

Una operación de fusión representa la creación de una nueva empresa a partir de dos que se combinan. Generalmente, dicha operación se lleva a cabo porque existe evidencia de que el valor de las dos empresas juntas es mayor a la suma individual de ambas, a esto se le llama sinergia, es uno de los principales motivos por los que se llevan a cabo las fusiones (teoría neoclásica). Beneficios relacionados con el aspecto fiscal, participación de mercado y manejo de pensiones se incluyen en un segundo grupo de motivos denominado teoría de redistribución. Por último, la teoría conductual

incluye el concepto de *hubris*, información de mercado imperfecta, teoría de agencia y teoría organizacional (Ahern & Weston, 2007).

Las operaciones de fusiones y adquisiciones son mecanismos que afectan el valor y desempeño financiero de la organización. De acuerdo al trabajo de investigación de Fama & French (1992) las métricas contables relacionadas con el tamaño de la firma y el apalancamiento explican de manera eficiente la relación riesgo-rendimiento de los títulos accionarios. Un evento de adquisición marca un cambio en la realidad financiera de las empresas involucradas. En la presente investigación se analiza el poder explicativo de las métricas contables antes y después de una operación de adquisición y su relación con el rendimiento financiero de la empresa adquiriente para empresas que tuvieron al menos un evento del tipo mencionado durante 2010 y 2011, siempre que la operación haya sido aprobada por la Comisión Federal de Competencia Económica (CFCE) y que la empresa adquiriente cotice en la BMV.

Marco teórico

Concepto

Ross, Westerfield & Jordan (2010) mencionan que una fusión ocurre cuando una empresa absorbe por completo a otra. La empresa que adquiere, que conserva su nombre e identidad, compra todos los activos y pasivos de la empresa adquirida. Después de la fusión, esta última deja de existir como una entidad mercantil independiente. Una consolidación es similar a una fusión, pero se diferencia de ésta en que se crea una empresa completamente nueva. En la consolidación, las dos empresas terminan su anterior existencia jurídica y se constituye una nueva organización. Los ciclos de concentraciones están motivados por la importancia de los impactos económicos que propician actividades de reestructura financiera (Mulherin & Boone, 2000).

Las estrategias de fusiones y adquisiciones se realizan procurando el beneficio económico del accionista. Cuando existe una operación de fusión, el valor de la acción se verá afectado por la divergencia en intereses de las partes involucradas, incrementando la importancia del grado de percepción del mercado a los efectos de las mismas (Jensen & Ruback, 1983).

La literatura respecto al tema de fusiones y adquisiciones ha revisado los motivos que circundan la creación de sinergias en una operación del tipo mencionado. La manipulación contable antes del anuncio de una fusión puede alterar los precios de los activos en beneficio de la empresa adquirente (Erickson & Wang, 1999), generando rendimientos anormales antes del anuncio y concluyendo en una valuación equivocada de la empresa objetivo (Rhodes-Kropf, Robinson & Viswanathan, 2005), lo que dificulta en análisis de las sinergias creadas en la operación. Mediante análisis por métricas contables es posible detectar algún cambio abrupto en el comportamiento de la información financiera y analizarlo en busca de cualquier evidencia de manipulación de la información contable.

Factores de éxito o fracaso

Mulherin & Boone (2000) y Andrade, Mitchell & Stafford (2001) sugieren que el principal factor de éxito en una operación de fusión es la ganancia por medio de las sinergias. De acuerdo a Berkovitch & Narayanan (1993), además de las sinergias, factores influyentes son los costos de agencia y los sobre-pagos que se hacen por una empresa adquirida, producto de los intereses de la gerencia de la empresa adquirente.

Los problemas de agencia han sido evidenciados como factores de fracaso al momento de realizar operaciones de fusiones. El pago a los accionistas por medio de dividendos deja a los administradores con menos recursos bajo su control, lo que provoca el conflicto (Jensen, 1988). Si la gerencia o los administradores son recompensados por incrementos en el precio de la acción, se verán incentivados a realizar cualquier tipo de adquisiciones, inclusive las ineficientes, ya que este tipo de operaciones genera un incremento en el precio de la acción en el corto plazo (Petmezas, 2009). Fama & Jensen (1983) mencionan que las empresas estructuradas o grandes, tienden a separar de una manera más eficiente los procesos de toma de decisiones y gestión de riesgos entre los accionistas y los administradores de la empresa, argumentando que en las empresas pequeñas, en donde se carecen de muchos tipos de controles, es más probable que existan problemas de agencia.

La investigación de Jensen (1988) menciona que en promedio los rendimientos derivados de una toma hostil serán cuatro puntos porcentuales más grandes que aquellos derivados de una adquisición regular, lo que incentiva a las empresas objetivo a desarrollar mecanismos de defensa ante adquisiciones hostiles.

Trautwein (1990) sugiere que uno de los motivos para llevar a cabo una fusión está relacionado con la correlación positiva entre las ganancias de la operación y el incremento en el valor de la firma a través de sinergias; Berkovitch & Narayanan (1993) aseguran que la correlación será negativa cuando el motivo de la operación sea relacionado con los tópicos de agencia, y cero cuando el motivo se refiera a la teoría de *hubris*, en donde los administradores de la empresa adquiriente cometen errores en la valuación de aquella que se pretende adquirir, concretando a veces operaciones que carezcan de sinergias (Roll, 1986).

La teoría de *hubris* menciona que los administradores son inducidos en un exceso de confianza en el proceso de la fusión, sesgando sus procesos de tomas de decisiones (Aktas, Bodt & Roll, 2005) y llevándolos en ocasiones a experimentar la teoría del infortunio del ganador (Thaler, 1988), que menciona que aun ganando la propuesta de fusión, no se genera una ganancia en la riqueza del accionista.

Sinergias

Dentro de los motivos de las operaciones de fusión se encuentra el reacomodo económico de recursos productivos, financieros y administrativos, sin embargo, dichos motivos han sido relacionados con la intención no deseable de la creación de monopolios (Stewart, Harris & Carleton, 1984). La creación de sinergias es el principal motivo de las fusiones y adquisiciones, sin embargo, las fusiones verticales que integran procesos enteros de actividad propician la presencia de compras hostiles y en consecuencia la generación de monopolios (Nocke & White, 2010), por lo que son estrictamente vigiladas por las autoridades encargadas de vigilar la libre competencia en los mercados. En México la Comisión Federal de Competencia Económica es el organismo encargado de esta tarea.

Las sinergias representan el beneficio que le da la razón de ser a la operación de fusión. Se trata de la habilidad de la empresa adquiriente de

mejorar sus recursos y capacidades para incrementar el valor de la firma por medio de estrategias que disminuyan su costo de capital o bien, que incrementen sus ingresos. De acuerdo al trabajo de investigación de Chatterjee (1986), las sinergias pueden ser operativas (relacionadas con el costo de producción), financieras (relacionadas con el costo de capital), o colusivas (relativas al precio).

La creación de sinergias tiene por objeto aumentar el valor de la empresa resultante después de la operación (Besley & Brigham, 2009); los efectos de la sinergia pueden surgir de cuatro fuentes:

- a) Las economías de escala en la operación (sinergias operativas).
- b) Las economías financieras (mayor razón de precio/utilidad, menor costo de la deuda o una mayor capacidad de endeudamiento).
- c) Tendencia a obtener una eficiencia administrativa diferencial.
- d) El incremento en la participación de mercado.

Desempeño financiero

La literatura está dividida respecto al desempeño financiero después de la operación de adquisición, la investigación de Healy, Palepu & Ruback, (1990) menciona que los rendimientos de los accionistas de la empresa adquiriente mejoran después de la operación, sin embargo, en algunos casos, el desempeño financiero empeora en el corto plazo (Agrawal, Jaffe & Mandelker, 1992) o simplemente el beneficio se da para los accionistas de la empresa adquirida (Datta, Pinches, Narayanan, 1992). En ocasiones la disminución en el rendimiento se debe a una equivocada valuación de la operación y consecuente sobre pago (Asquith, Bruner & Mullins, 1983; Morck, Shleifer & Vishny, 1990). Independientemente, si los activos de la empresa adquirida están siendo manejados de manera eficiente, existirá un mejoría en el desempeño financiero una vez que la empresa adquiriente tome el control y mejore las prácticas de operación y administración (Asquith, 1983).

El desempeño financiero ha demostrado ser un indicador representativo de las ganancias de los accionistas. De acuerdo al trabajo de Rowe & Morrow (1999), la literatura se ha enfocado en métricas contables tales como ROA (por sus siglas en inglés Return on Assets), ROE (por sus

siglas en inglés Return on Equity) y ROI (por sus siglas en inglés Return on Investment) así como en modelos de valuación de precios para estimar la relación riesgo-rendimiento de los títulos accionarios.

Relación riesgo-rendimiento

Dentro de los modelos utilizados para explicar la relación transversal entre los riesgos y rendimientos de las acciones, se encuentra el modelo del CAPM (Sharpe, 1964), basado en condiciones de mercado en equilibrio y relaciones eficientes de media-varianza (Markowitz, 1952; Fama & MacBeth, 1973). El modelo considera al coeficiente β como la medida del riesgo sistemático. El problema es que bajo algunas circunstancias, el poder explicativo de β pudiera ser superado en su tarea de explicar el comportamiento de riesgos y rendimientos de los títulos accionarios. Múltiplos financieros relacionados con el tamaño de la firma, el apalancamiento y la relación de valor en libros a valor de mercado de la acción demuestran explicar satisfactoriamente el comportamiento del rendimiento de los activos (Fama & French, 1992).

En operaciones de fusiones y adquisiciones en donde se busca la creación de sinergias, el modelo del CAPM contribuye al análisis de las mismas. El cambio en los valores de las variables del modelo después de la operación de adquisición ofrece información valiosa para el analista financiero. Si la constante del modelo (α) crece y β permanece sin cambio, los accionistas de la empresa adquiriente se benefician. Si β decrece y α permanece igual, existen mejores condiciones de riesgo para el adquiriente. Por último, un incremento en la razón de alfa a beta beneficia las condiciones de riqueza de los accionistas de la empresa adquiriente (Davidson, Garrison & Henderson, 1987).

Múltiplos

El análisis fundamental se basa en la identificación de variables que tengan relación con la información contable de la organización y además cuenten con poder de predicción de las utilidades futuras.

El objetivo de la presente investigación es analizar el cambio en el poder explicativo de los múltiplos ROA y ROE antes y después de una

operación de adquisición en relación al desempeño financiero de la empresa adquirente.

Los múltiplos financieros parecen ser funcionales para explicar el rendimiento de las acciones; los componentes del riesgo pueden ser asociados con múltiplos que consideran aspectos de la firma como activos, pasivos, ventas y gastos de apalancamiento. Además, es posible relacionar algunos componentes con aspectos macroeconómicos, en virtud de que más de la mitad de la volatilidad en el rendimiento de los títulos accionarios se relaciona con ellos (Ball & Brown, 1968).

Las métricas relacionadas con las utilidades contables tienen poder de explicación cuando son integradas con el rendimiento de los títulos accionarios mediante el método de regresión lineal (Easton & Harris, 1991). Las sinergias creadas en los procesos de fusiones y adquisiciones generalmente incrementan las utilidades de la firma adquirente mediante la optimización de los procesos de operación y administración una vez tomado el control de la empresa objetivo (Heron & Lie, 2002).

La evidencia empírica del trabajo de investigación de Rostan & Rostan (2012) demuestra que las métricas derivadas de la relación precio a utilidades, tales como el ROA, ROE y ROI tienen poder explicativo acerca de los rendimientos de los títulos accionarios, asumiendo que prevalece en los mercados competitivos una condición fuerte de eficiencia en el mercado (Fama, 1970) y que los precios de los títulos accionarios reflejan toda la información disponible, incluyendo los informes oficiales acerca de las utilidades de las emisoras de los títulos. La presencia de incertidumbre en la información reduce la eficiencia en el mercado provocando anomalías que no siempre son captadas por las métricas de evaluación comprometiendo la exactitud y confiabilidad de las estimaciones acerca de los riesgos y rendimientos de los activos (Basu, 1977).

Se ha documentado suficiente evidencia empírica acerca de las características de las series de tiempo del rendimiento de los títulos accionarios y su relación con diversos aspectos contenidos en los estados financieros de las organizaciones, sin embargo, las métricas financieras rara vez aparecen en las investigaciones (Nissim & Penman, 2001). Las razones financieras utilizadas para el análisis del rendimiento financiero de la empresa incluyen las de rentabilidad, solvencia, utilización y valoración

(Ross, Westerfield & Jordan, 2010), las relacionadas con el tamaño de la firma (Banz, 1981) y de flujos de efectivo operativos (Chen & Zhang, 2007; Martani & Khairurizka, 2009), el análisis DuPont, así como la correlación positiva entre los rendimientos de los dividendos y los de la acción (Litzenberger & Ramaswamy, 1979).

Una variable *proxy* natural para estimar la relación riesgo-rendimiento de los títulos accionarios es la razón deuda a capital. Se espera que dicha razón esté correlacionada positivamente con el riesgo del capital común en las organizaciones (Bhandari, 1998). Las sinergias financieras provenientes de la capacidad individual de las estructuras de capital de las empresas involucradas en la fusión (Leland, 2007) respaldan el uso de variables relacionadas con el apalancamiento para el análisis del desempeño financiero de empresas adquirentes.

La investigación de Fernández (2008) sugiere como medidas de valoración y evaluación del desempeño aquellas basadas en múltiplos, como el valor de los beneficios (PER, price to earnings ratio, relacionando el precio de la acción entre la utilidad de la misma), el valor de los dividendos (relación de los dividendos por acción entre la rentabilidad exigida a dichas acciones), el múltiplo de ventas (relación entre el precio de la acción y las ventas), así como una serie de múltiplos basados en la relación del precio con denominadores como la utilidad antes de intereses e impuestos, la utilidad antes de intereses, impuestos y amortización y los flujos de caja operativos.

Algunas de las métricas contables comentadas, como el rendimiento de los dividendos, el valor en libros a valor de mercado y la razón utilidad-precio tienen en común que relacionan los precios de los activos con variables fundamentales, que son de naturaleza contable, y que guardan una correlación positiva con los rendimientos esperados de los títulos accionarios (Lewellen, 2004).

Los rendimientos esperados de los títulos accionarios efectivamente guardan una correlación positiva con su beta, sin embargo, también tienen una relación significativa con otros factores como las métricas contables, así como con sus rendimientos históricos (Mukherji & Lee, 2013). Las métricas contables se componen de variables fundamentales representativas de la información contenida en los estados financieros de las organizaciones. Por su parte las métricas de mercado (precios históricos, Q de Tobin) se relacionan con información del mercado, así como datos históricos de los

activos. El trabajo de investigación de Gentry & Shen (2010) menciona que las métricas basadas en información fundamental se relacionan con estimados de rendimiento a corto plazo y las basadas en datos del mercado, en estimados de rendimiento a largo plazo.

Muestra

Las operaciones de fusiones y adquisiciones se han incrementado en los últimos años para el caso del mercado mexicano. La evidencia empírica del trabajo de investigación de Livio (2007), menciona que dentro de las opciones de reestructura financiera se encuentran las operaciones de adquisición de empresas, y que éstas son motivadas por estrategias de diversos tipos, que van desde la expansión en la búsqueda de mayor poder de mercado hasta el desarrollo de mecanismos financieros de supervivencia.

La muestra de la presente investigación comprende dos grupos de empresas, aquellas que realizaron alguna operación de adquisición durante el año de 2010 y otro grupo con aquellas que lo hicieron en el año de 2011. Como requisito para formar parte de la muestra, se requiere que la empresa adquirente (emisora), cotice en la Bolsa Mexicana de Valores. Esto con el fin de poder extraer la información acerca del comportamiento de los precios de la base de datos de la BMV (www.bmv.com.mx) y llevar a cabo los análisis que corresponden a la presente investigación.

El reporte oficial de la Comisión Federal de Competencia Económica menciona que durante 2010 hubo un total de 91 concentraciones aprobadas; se analizaron y se obtuvo una muestra de 7 operaciones en donde la empresa adquirente cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores, esto con el fin de analizar las métricas antes y después de la operación de adquisición.

Para el caso del 2011, se mencionan 113 operaciones de concentración en el informe anual de la CFCE, de donde se obtuvo una muestra de 7 operaciones que fueran aprobadas por el organismo, y en cuyo caso el adquirente cotizara en la BMV, cumpliendo con los requisitos que se plantean en la presente investigación.

Las empresas que realizaron al menos una operación de adquisición durante el año de 2010 y que además cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1. Empresas que realizaron alguna adquisición durante 2010

Empresa adquiriente	Empresa adquirida	Fecha de la operación	Cotización en BMV (símbolo)	Sitio web
Kimberly-Clark de México, S.A.B. de C.V.	Georgia-Pacific Tissue, S.A. de C.V.	Dic – 2010	KIMBERA.MX	www.kimberly-clark.com
Corporación GEO, S.A.B. de C.V.	Multiservicios FIN, S.A. de C.V.	Ene – 2010	GEOB.MX	www.grupoGEO.com
América Móvil, S.A.B. de C.V.	CARSO Telecom	Sep – 2010	AMXL.MX	www.america-movil.com
Mexichem, S.A.B. de C.V.	Plásticos REX, S.A. de C.V.	Oct – 2010	MEXCHEM.MX	www.mexichem.com
Grupo Casa Saba, S.A.B. de C.V.	Farmacias Ahumada, S.A. de C.V.	Ago – 2010	SAB.MX	www.casasaba.com
Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V.	Dulces Vero, S.A. de C.V.	Ago – 2010	BIMBOA.MX	www.grupobimbo.com
Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.	Maya, S. de R.L. de C.V.	Ene – 2010	WALMEXV.MX	www.wal-martmexico.com

Fuente. Elaboración propia.

Por otro lado, las emisoras que realizaron alguna operación de adquisición en 2011 y además cotizan en la BMV se presentan en la Tabla 2.

Tabla 2. Empresas que realizaron alguna adquisición durante 2011

Empresa adquiriente	Empresa adquirida	Fecha de la operación	Cotización en BMV (símbolo)	Sitio web
Alsea, S.A.B. de C.V.	ITALCAFE, S.A. de C.V.	Jun – 2011	ALSEAA.MX	www.alsea.com
Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V.	Corporación Los Ángeles, S.A. de C.V.	Ago – 2011	KOFL.MX	www.coca-cola.com
Grupo Financiero Banorte, S.A.B. de C.V.	Afore XXI, S.A. de C.V.	Nov – 2011	GFNORTEO.MX	www.banorte.com
Mexichem, S.A.B. de C.V.	PEMEX Petroquímica	Oct – 2011	MEXCHEM.MX	www.mexichem.com
Grupo Financiero Santander, S.A.B. de C.V.	GE Holding, GE Consumo	Feb – 2011	SANMEXB.MX	www.santander.com
Arca Continental, S.A.B. de C.V.	Petstar Administración, S.A. de C.V.	Sep – 2011	AC.MX	www.arca-contal.com
Grupo México, S.A.B. de C.V.	Grupo Aeroportuario del Pacífico, S.A. de C.V.	Jun – 2011	GMEXICO.MX	www.gmexico.com

Fuente. Elaboración propia.

La aportación teórica de la presente investigación es determinar el cambio en el poder explicativo de las métricas contables ROA y ROE

relacionadas con las empresas que tuvieron alguna adquisición en los años 2010 y 2011 después de la operación.

Métodos

En la información de estudios de series de tiempo se consideran los valores durante un periodo de una o más variables. En aquella de corte transversal, se obtienen los valores de varias unidades de muestra en el mismo punto en el tiempo. La herramienta de datos de panel, permite analizar la información de corte transversal a lo largo del tiempo conservando las características del análisis de regresión.

Asumiendo al desempeño financiero como la variable dependiente se disponen de analizar el poder explicativo de algunas razones financieras antes y después de la operación de adquisición para determinar el efecto del cambio. La determinación de pocas variables independientes que representen la información contenida en los estados financieros de la emisora es uno de los factores que incrementan la utilidad de una herramienta de análisis como la que se propone (Patel, 1989).

De acuerdo al trabajo de Guajarati & Porter (2005), algunas de las ventajas del estudio de datos panel:

1. Como los datos de panel se refieren a individuos, empresas, estados, países, etc., a lo largo del tiempo, lo más seguro es la presencia de heterogeneidad en estas unidades.
2. Al combinar las series de tiempo de las observaciones de corte transversal, los datos de panel proporcionan una mayor cantidad de datos informativos, más variabilidad, menos colinealidad entre variables, más grados de libertad y una mayor eficiencia.
3. Al estudiar las observaciones en unidades de corte transversal repetidas, los datos de panel resultan adecuados para estudiar dinámicas de cambio.
4. Los datos de panel detectan y miden mejor los efectos que ni siquiera se observan en datos puramente de corte transversal o de series de tiempo.
5. Los datos de panel permiten estudiar modelos de comportamiento más complejos.

6. Al hacer disponibles datos para varios miles de unidades, los datos de panel reducen el sesgo posible si se agregan individuos o empresas en conjuntos numerosos.

La estimación por medio de datos de panel se realiza considerando el siguiente modelo:

$$C_{it} = \beta_1 + \beta_2 Q_{it} + \beta_3 PF_{it} + \beta_4 LF_{it} + u_{it} \quad (1)$$

$i = 1, 2, \dots, N; t = 1, 2, \dots, T.$

donde i es el i -ésimo sujeto y t es el periodo para las variables definidas. Un supuesto del modelo que las variables explicativas no son estocásticas, y si lo son, no están correlacionadas con la perturbación.

El modelo utilizado para analizar el efecto de los múltiplos contables en el valor de mercado de la empresa es el siguiente:

$$C_{it} = \beta_1 + \beta_2 DF_{it} + \beta_3 Tam_{it} + \beta_4 Endeudamiento_{it} + u_{it} \quad (2)$$

$i = 1, 2, \dots, N; t = 1, 2, \dots, T.$

donde:

C_{it} = Logaritmo natural de la capitalización de la empresa i en el periodo t

DF_{it} = Desempeño financiero (ROE o ROA) de la empresa i en el periodo t

Tam_{it} = Logaritmo natural del activo de la empresa i en el periodo t .

$Endeudamiento_{it}$ = Pasivo entre activo de la empresa i en el periodo t .

En el modelo anterior la variable dependiente es el valor de mercado de la empresa, como variables independientes se utiliza el múltiplo de desempeño financiero representado por el ROE y ROA y como variables de control se determinó el tamaño de la firma y el riesgo representado por el logaritmo natural de los activos y el ratio de pasivo entre activo respectivamente. La base de datos utilizada fue Económica (www.economica.com).

Resultados y discusión

Los resultados para las fusiones realizadas en el 2010 (véase Tabla 3) muestran que el múltiplo del desempeño financiero representado por el ROA es significativo antes y después de la fusión, incrementando su efecto sobre el valor de mercado de 0.098 a 0.104, resultados similares a los de Kennedy (2003). El incremento en el efecto explicativo del ROA se debe al beneficio en la eficiencia para producir beneficios operativos a través del manejo de los activos producto de las sinergias de la adquisición. La R^2 es muy similar en ambos modelos, lo que indica que las variables analizadas explican en buena medida el concepto de capitalización de las emisoras en investigadas (Giner & Reverte, 2003).

Tabla 3. *Resultado de los análisis de regresión con datos panel para las emisoras que realizaron alguna adquisición durante 2010*

Variable	Antes de la adquisición			Después de la adquisición		
	Coef.	Est. t	Prob.	Coef.	Est. t	Prob.
C	-1.9072	-1.8357	0.0688	-6.2970	-3.6641	0.0004
ROA	0.0988	4.8640	0.0000	0.1038	5.5192	0.0000
LOG(ACT)	1.0162	16.2592	0.0000	1.2149	14.8791	0.0000
PAS_ACT	-0.0320	-5.5614	0.0000	-0.0195	-2.6050	0.0107
R cuadrada	0.8026			0.8025		
F estadística	165.3304			123.2479		

Fuente. Elaboración propia usando E-views.

La variable de endeudamiento analizada (pasivo/activo) muestra una relación inversa con el índice de capitalización cambiando de -0.032 a -0.195 después de la operación de adquisición. Durante 2010 se presentaba cierta recuperación de la crisis financiera ocurrida en el mercado mexicano durante 2008-2009, por lo que el incremento en el uso de financiamiento mediante recursos externos para fusiones justifica la relación. Resultados similares se obtuvieron del trabajo de investigación de Bhandari (1988).

En los resultados que se presentan en la Tabla 4 se observa que el ROE es significativo como variable explicativa del valor de mercado de la empresa antes y después de la fusión, resultados similares a los de Bahhouth & Maysami (2012), sin embargo el poder explicativo de la variable disminuye después de la operación de adquisición. De acuerdo al trabajo de investigación de Piloff (1996), el ROE, que representa la habilidad de la empresa de generar utilidades a partir del capital invertido en ella, no presenta cambio significativo después de una fusión, decreciendo en el corto plazo en ciertas ocasiones. La fuente de financiamiento más cara y riesgosa es la que proviene de los mismos accionistas de la empresa, al haber recuperación económica resulta benéfico para la entidad buscar recursos externos para financiar sus activos, lo que puede causar un decremento en el poder explicativo del ROE con respecto al índice de capitalización.

Tabla 4. *Resultado de los análisis de regresión con datos panel para las emisoras que realizaron alguna adquisición durante 2010*

Variable	Antes de la adquisición			Después de la adquisición		
	Coef.	Est. t	Prob.	Coef.	Est. t	Prob.
C	-0.5151	-0.4432	0.6584	-5.6189	-3.1377	0.0023
ROE	0.0374	4.9632	0.0000	0.0245	4.8739	0.0000
LOG(ACT)	1.0060	15.7298	0.0000	1.2425	14.6896	0.0000
PAS_ACT	-0.0534	-7.5868	0.0000	-0.0349	-4.5062	0.0000
R cuadrada	0.7987			0.7906		
F estadística	161.3082			114.5242		

Fuente. Elaboración propia usando E-views.

Similar a los resultados del análisis para el ROA, la variable de endeudamiento presenta un coeficiente negativo con respecto al índice de capitalización, debido al periodo de recuperación posterior a la crisis financiera de 2008-2009.

Para las fusiones del 2011 (véase Tabla 5) se encontró que el ROA tiene un efecto significativo y positivo en la capitalización de las empresas tanto antes como después de la fusión incrementando su efecto de 0.097 a

0.207 por cada unidad que incremente este múltiplo. Estos resultados son congruentes con el trabajo de investigación de Gentry & Shen (2010) y Park (2002). La R^2 incrementa un poco su valor después de la fusión de 86% a 89% indicando que después de la fusión las variables seleccionadas aumentan su poder explicativo acerca del comportamiento del índice de capitalización de empresas (Giner & Reverte, 2003).

Tabla 5. *Resultado de los análisis de regresión con datos panel para las emisoras que realizaron alguna adquisición durante 2011*

Variable	Antes de la adquisición			Después de la adquisición		
	Coef.	Est. t	Prob.	Coef.	Est. t	Prob.
C	0.5549	0.8895	0.3755	-1.1961	-1.3031	0.1971
ROA	0.0974	7.3145	0.0000	0.2071	8.9883	0.0000
LOG(ACT)	0.7624	17.6073	0.0000	0.6578	10.7230	0.0000
PAS_ACT	0.0087	2.1060	0.0373	0.0476	7.7721	0.0000
R cuadrada	0.8584			0.8900		
F estadística	246.4868			178.1476		

Fuente. Elaboración propia usando E-views.

A diferencia de la muestra de emisoras que tuvieron alguna adquisición en el año 2010, en este caso la variable de endeudamiento (pasivo/activo) mantiene un coeficiente positivo antes y después de la operación. Habiendo más indicios de recuperación económica para la ventana temporal de estudio, es evidente el incremento en el uso de recursos externos como fuente de financiamiento tal vez sustituyendo parte del financiamiento interno.

El ROE para las fusiones realizadas en el 2011 (véase Tabla 6) también muestra un efecto positivo y significativo en la capitalización antes y después de la fusión aumentando su efecto en el valor de la empresa de .03 a .11 resultados similares a los obtenidos por Chen & Zhang (2007). El poder explicativo del modelo también incrementa de 85% a 91% después de la operación de adquisición.

Tabla 6. *Resultado de los análisis de regresión con datos panel para las emisoras que realizaron alguna adquisición durante 2011*

Variable	Antes de la adquisición			Después de la adquisición		
	Coef.	Est. t	Prob.	Coef.	Est. t	Prob.
C	0.6665	1.0209	0.3093	0.9682	1.1162	0.2684
ROE	0.0396	6.3220	0.0000	0.1142	10.7226	0.0000
LOG(ACT)	0.8163	19.1754	0.0000	0.6064	10.7365	0.0000
PAS_ACT	-0.0107	-3.8138	0.0002	0.0192	5.3074	0.0000
R cuadrada	0.8462			0.9121		
F estadística	223.7248			228.4216		

Fuente. Elaboración propia usando E-views.

Conclusiones

De acuerdo al modelo del CAPM de Sharpe (1964) los rendimientos esperados están relacionados con su riesgo sistemático, representado por el coeficiente β , que es el único factor de riesgo en el modelo y estimador plausible de los rendimientos de los títulos accionarios. En ocasiones, los mercados emergentes adoptan las formas semi-fuerte y débil de la teoría de eficiencia de los mercados de Fama (1970) con impacto para algunas organizaciones, en donde los rendimientos de las acciones pudieran no estar relacionados con variables fundamentales y técnicas, por lo que resulta muy importante desarrollar técnicas de evaluación del desempeño que puedan considerar posibles anomalías en la información.

La evidencia empírica del trabajo de investigación de Mukherji & Lee (2013) demuestra que las métricas contables basadas en información fundamental y de mercado pueden estimar de manera adecuada la relación riesgo-rendimiento de los títulos accionarios. En una operación del tipo de fusión y adquisición las métricas contables evalúan de manera eficiente el desempeño financiero de las emisoras que llevan a cabo procesos de adquisición. Al igual que con los resultados de la investigación de Gentry & Shen (2010), dentro de este estudio se concluyó que los múltiplos contables

como ROE y ROA son eficientes para determinar el valor de mercado de la empresa.

En el mercado mexicano estos múltiplos contables tienen un efecto positivo en la capitalización de las empresas, mostrando un incremento después de la operación de adquisición principalmente en el ROA, dejando evidente un beneficio relacionado con el manejo eficiente de los activos adquiridos. En el caso del ROE, se puede apreciar un incremento en el coeficiente después de la operación para 2011, cuando existe evidencia de una franca recuperación en el mercado nacional. La disminución en el coeficiente del ROE para las emisoras que tuvieron alguna adquisición en 2010 puede ser debido a la planeación financiera en la búsqueda de la estructura de capital óptima y la elección de fuentes de financiamiento externas o internas. El incremento de los múltiplos de desempeño financiero para explicar la capitalización de una empresa muestra que los inversionistas después de la fusión le asignan un mayor valor a estas métricas como parte de su criterio de inversión.

Referencias

- Agrawal, A.; Jaffe, J. & Mandelker, G. (1992). The post-merger performance of acquiring firms: A re-examination of an anomaly, *The Journal of Finance*, 47(4), 1605-1621.
- Ahern, K. & Weston, F. (2007). M&As: The good, the bad and the ugly, *Journal of Applied Finance*, 17(1), 5-20.
- Aktas, N.; Bodt, E. & Roll, R. (2005). Learning, hubris and corporate serial acquisitions, *Journal of Corporate Finance*, 15(5), 543-561.
- Andrade, G.; Mitchell, M. & Stafford, E. (2001). New evidence and perspectives on Mergers, *Journal of Economic Perspectives*, 15(2), 103-120.
- Asquith, P. (1983). Merger bids, uncertainty, and stockholder returns, *Journal of Financial Economics*, 11(1/4), 51-83.
- Asquith, P.; Bruner, R. & Mullins, D. (1983). The gains to bidding firms from merger, *Journal of Financial Economics*, 11(1/4), 121-139.
- Ball, R. & Brown, P. (1968). An empirical evaluation of accounting income numbers, *Journal of Accounting Research*, 6(2), 159-178.
- Banz, R. (1981). The relationship between return and market value of common stocks, *Journal of Financial Economics*, 9(1), 3-18.
- Basu, S. (1977). Investment performance of common stocks in relation to their price-earnings ratios: A test of the Efficient Market Hypothesis, *The Journal of Finance*, 32(3), 663-382.

- Berkovitch, E. & Narayanan, M. (1993). Motives for takeovers: An empirical investigation, *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 28(3), 347-362.
- Bhandari, L. (1988). Debt/equity ratio and expected common stock returns: Empirical evidence, *The Journal of Finance*, 43(2), p.507-528.
- Chatterjee, S. (1986). Types of synergy and economic value: The impact of acquisitions on merging and rival firms, *Strategic Management Journal*, 7(2), 119-139.
- Chen, P. & Zhang, G. (2007). How do accounting variables explain stock price movements? *Journal of Financial Economics*, 43(2-3), 219-244.
- Datta, D.; Pinches, G. & Narayanan, V. (1992). Factors influencing wealth creation from mergers and acquisitions: A meta-analysis, *Strategic Management Journal*, 13(1), 67-84.
- Davidson, W.; Garrison, S. & Henderson, G. (1987). Examining merger synergy with the capital asset pricing model, *The Financial Review*, 22(2), 233-247.
- Easton, P. & Harris, T. (1991). Earnings as an explanatory variable for returns, *Journal of Accounting Research*, 29(1).
- Erickson, M. & Wang, S. (1999). Earnings management by acquiring firms in stock for stock mergers, *Journal of Accounting and Economics*, 27(2), 149-176.
- Fama, E. (1970). "Efficient capital markets: A review of theory and empirical work", *The Journal of Finance*, 25(2), 383-417.
- Fama, E. & French, K. (1992). The cross-section of expected stock returns, *The Journal of Finance*, 47(2), 427-465.
- Fama, E. & Jensen, M. (1983). Separation of ownership and control, *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-325.
- Fama, E. & MacBeth, J. (1973). Risk, return, and equilibrium: Empirical tests, *The Journal of Political Economy*, 81(3), 607-636.
- Fernández, P. (2008). Métodos de valoración de empresas. *Documento de investigación DI-771*. 1-3. Universidad de Navarra.
- Gentry, R. & Shen, W. (2010). The relationship between accounting and market measures of firm financial performance: How strong is it?" *Journal of Managerial Issues*, 22(4), 514-530.
- Giner, B. & Reverte, C. (2003). The predictive ability of financial information for future earnings: An European perspective, *Spanish Journal of Finance and Accounting*, 115, 8-43.
- Gujarati, D. & Porter, D. (2009). *Basic econometrics*. Boston: McGraw-Hill.
- Harford, J. (2005). What drives merger waves?, *Journal of Financial Economics*, 77(3), 529-560.
- Healy, P.; Palepu, K. & Ruback, R. (1992). Does corporate performance improve after mergers?" *Journal of Financial Economics*, 31(2), 135-175.
- Heron, R. & Lie, E. (2002). Operating performance and the method of payment in takeovers, *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 37(1), 137-155.
- Jensen, M. (1988). Takeovers: Their causes and consequences, *The Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 21-48.

- Jensen, M. & Ruback, R. (1983). The market for corporate control: The scientific evidence, *Journal of Financial Economics*, 11(1/4), 5-50.
- Kennedy, J. (2003). Analisis pengaruh ROA, ROE, EPS, profit margin, asset turnover, leverage, DER terhadap return saham: Studi pada saham-saham yang termasuk dalam Iq-45 di bursa efek Jakarta. Thesis in Pasca Sarjana Ilmu Manajemen FEUI.
- Leland, H. (2007). Financial synergies and the optimal scope of the firm: Implications for mergers, spinoffs, and structured finance, *The Journal of Finance*, 62(2), 765-807.
- Lewellen, J. (2004). Predicting returns with financial ratios, *Journal of Financial Economics*, 74(2), 209-235.
- Litzenberger, R. & Ramaswamy, K. (1979). The effect of personal taxes and dividends on capital asset prices: Theory and empirical evidence, *Journal of Financial Economics*, 7(2), 163-195.
- Livio, V. (2007). Las fusiones y adquisiciones en México en el periodo reciente 1986-2005, *Revista Economía UNAM*, 4(12), 60-92.
- Markowitz, H. (1952). Portfolio selection, *The Journal of Finance*, 7(1), 77-91.
- Martani, D.; Khairurizka, R. (2009). "The effect of financial ratios, firm size, and cash flow from operating activities in the interim report to the stock return", *Chinese Business Review*, 8(6), 44-55.
- Morck, R.; Shleifer, A.; Vishny, R. (1990). "Do managerial objectives drive bad acquisitions?" *The Journal of Finance*, 45(1), 31-48.
- Mukherji, S.; Lee, Y. (2013). "Explanatory factors for market multiples and expected returns", *The International Journal of Business and Finance Research*, 7(1), 45-54.
- Mulherin, J. & Boone, A. (2000). Comparing acquisitions and divestitures, *Journal of Corporate Finance*, 6(2), 117-139.
- Nissim, D. & Penman, S. (2001). Ratio analysis and equity valuation: From research to practice, *Review of Accounting Studies*, 6(1), 109-154.
- Nocke, V. & White, L. (2010). Vertical merger, collusion and disruptive buyers, *International Journal of Industrial Organization*, 28(4), 350-354.
- Patel, J. (1989). Discussion of on the usefulness of earnings and earnings research: Lessons and directions from two decades of empirical research, *Journal of Accounting Research*, 27(1), 193-201.
- Park, C. (2002). The effects of prior performance on the choice between related and unrelated acquisitions: implications for the performance consequences of diversification strategy, *Journal of Management Studies*, 39(1), 1003-1019.
- Petmezas, D. (2009). What drives acquisitions? Market valuations and bidder performance, *Journal of Multinational Financial Management*, 19(1), 54-74.
- Piloff, A. (1996). Performance changes and shareholder wealth creation associated with mergers of publicly traded banking institutions, *Journal of Money, Credit and Banking*, 28(1), 294-310.
- Rhodes-Kropf, M.; Robinson, D. & Viswanathan, S. (2005). "Valuation waves and merger activity: The empirical evidence", *Journal of Financial Economics*, 77(3), 561-603.
- Roll, R. (1986). The hubris hypothesis of corporate takeovers, *The Journal of Business*, 59(2), 197-216.

- Ross, S.; Westerfield, R. & Jordan, B. (2010). *Fundamentals of Corporate Finance*, New York: McGraw-Hill.
- Rostan, P. & Rostan, A. (2012). Assessing the predictive power of customer satisfaction for financial and market performances: Price-to-Earnings ratio is a better predictor overall, *International Review of Management and Marketing*, 2(1), 59-74.
- Rowe, W. & Morrow, J. (1999). A note on the dimensionality of the firm financial performance construct using accounting, market, and subjective measures, *Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 16(1), 58-70.
- Sharpe, W. (1964). Capital asset prices: A theory of market equilibrium under conditions of risk, *Journal of Finance*, 19(3), 425-442.
- Stewart, J.; Harris, R. & Carleton, W. (1984). The role of market structures in merger behavior, *Journal of Industrial Economics*, 32(3), 293-312.
- Thaler, R. (1988). Anomalies: The winners' curse, *The Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 191-202.
- Trautwein, F. (1990). Merger motives and merger prescription, *Strategic Management Journal*, 11(4), 283-295.

Innovaciones de Negocios 12(23): 075 - 095

© 2015 UANL, Impreso en México (ISSN 2007-1191)

Fecha de recepción: 7 de mayo de 2015. Fecha de aceptación: 04 de junio de 2015.

La confianza en el contexto de los equipos de trabajo virtuales (Trust in virtual work teams context)

Enrique García Guardado & Joel Mendoza Gómez

Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración,
San Nicolás de los Garza, N.L., México.

Email: egarciaguardado@gmail.com

Keywords: trust, virtual work teams, team effectiveness

JEL: D23 & O15

Abstract: This empiric research has virtual work teams as the object of study with their relation with trust as dependent variable to obtain an effective work of individuals who form the team. It has, as independent variables three factors that are thought appropriate for building trust: web conferencing, timely information, and cultural diversity. It is an exploratory and descriptive work with mixed focus. There were established four descriptive hypothesis that, search the communication level, the existence of timely information and the identification of cultural diversity within virtual work teams. This work verified the existence of trust in virtual work teams, proved that the independent variables generate it, and the established hypothesis are correct. It was designed an original instrument for its application to a population of 23 students of a master degree virtual educative program in a private university of Monterrey, Nuevo León. On the instrument questions related to trust and the three appropriate factors for trust building were included. Future researches are possible; even so, this work includes theoretical and practical contributions. It contains innovation in its literature and functionality to the organizational world by helping to understand the new configurations of work done by human resources, their perfection in methods, and working habits in a global environment of geographical and temporal separation

Palabras clave: confianza, equipos de trabajo virtuales, efectividad del equipo,

JEL: D23 & O15

Resumen. La presente investigación empírica, tiene como objeto de estudio los equipos de trabajo virtuales y su relación con la confianza como variable dependiente para el funcionamiento efectivo de los individuos de quienes lo conforman. Se tiene como variables independientes tres factores que se piensa son idóneos para generar confianza: conferencia web, información oportuna y diversidad cultural. Es un trabajo del tipo exploratorio y

descriptivo con un enfoque mixto. Fueron establecidas cuatro hipótesis descriptivas, las cuales buscan el nivel de comunicación, la existencia de información oportuna y la identificación de diversidad cultural dentro de los equipos de trabajo virtuales. El trabajo verificó la existencia de la confianza en un equipo de trabajo virtual, comprobó que las variables independientes la generan y que las hipótesis descriptivas establecidas son correctas. Se diseñó un instrumento original para su aplicación a una población de 23 estudiantes de un programa educativo de maestría en línea en una universidad privada de Monterrey, Nuevo León. En el instrumento se incluyen preguntas relacionadas con la confianza y los tres factores idóneos para la generación de la misma. Los resultados fueron de utilidad para resolver positivamente las hipótesis aquí obtenidas. Futuras investigaciones son posibles. El trabajo contiene aportaciones teóricas y prácticas, al contener innovación en su literatura y funcionalidad para el mundo organizacional ayudando a comprender las nuevas configuraciones del trabajo realizado por los recursos humanos, su perfección en los métodos y costumbres de trabajo en un ambiente mundial de separación geográfica y temporal.

Introducción

En este primer apartado, se hace un acercamiento a los antecedentes del problema de estudio. Después, se presenta la descripción del problema donde se crea la perspectiva para entender las variables consideradas en la realización de esta investigación; derivando en los objetivos y preguntas de investigación para finalizar el apartado con la justificación y limitaciones del mismo.

Antecedentes

Los equipos de trabajo virtuales

Los equipos de trabajo son una fuerza dentro de las organizaciones formadas a partir de dos personas o más. Los integrantes de un equipo de trabajo tienen la necesidad de interactuar y cumplir con sus tareas con las aportaciones de cada uno de ellos, haciéndolos interdependientes en su manera de trabajar y finalizar un producto. Los equipos de trabajo son capaces de mejorar la eficiencia en diferentes aspectos del trabajo necesarios para cumplir con los objetivos. Por su habilidad para reducir tiempos y costos, es el modelo preferido en la actualidad para estructurar la

fuerza de trabajo de los recursos humanos en diferentes sectores como: privados, públicos, escolar, sin ánimo de lucro, atlético y militar (Mendoza & Rositas, 2013; Warrick, 2013).

Para que un equipo de trabajo funcione y logre los beneficios de su mano de obra, e incluso resultados por sobre lo esperado, es necesario de diferentes elementos para lograr la unión del esfuerzo, creatividad y satisfacción de los mismos integrantes de un equipo al cumplir sus objetivos (Kanawattanachi & Yoo, 2002).

Las necesidades actuales de las organizaciones han llevado al avance de las tecnologías debido al contexto en donde las personas se encuentran distanciadas geográficamente; los miembros de una organización ya no se encuentran en el mismo edificio aun así precisan de su disponibilidad y reuniones emergentes para analizar el trabajo y sus progresos. Quienes trabajan dentro de este contexto, requieren de interactuar por medio de un espacio virtual, para desarrollar sus labores en conjunto con reuniones, horarios y frecuencias previamente programadas; los equipos de trabajo con esta característica de separación física e interacciones virtuales son denominados equipos de trabajo virtuales (Kirkman, Rosen, Gibson, Tesluk & McPherson, 1995).

Planteamiento del problema de investigación

La confianza

En esta investigación, se tomó en cuenta la cualidad de la confianza dentro de los equipos de trabajo. La confianza es un elemento social el cual influye en los procesos de los individuos en su participación y la manera de conducirse dentro de grupos. Se piensa que la confianza es una fuerza determinante en los niveles de esfuerzo de los grupos sociales, afectando su satisfacción por el trabajo y sus relaciones interpersonales (Hurley, 2006).

Robbins y Judge (2011) definen la confianza como una creencia de que los individuos dentro del grupo al que se pertenece trabaja en favor del bien común de todos los integrantes. Esto ocurre debido a la suposición de que el trabajo realizado de los compañeros y propio, resultará con éxito sin la obligación de tomar control total de la situación. Las personas con el

sentimiento de la confianza, superan una vulnerabilidad frente a sus compañeros, al buscar completar el trabajo con éxito

Tradicionalmente, la confianza es definida como un constructo que incluye los elementos cognitivos incluyendo: competencias, veracidad y profesionalismo. También la confianza incluye los elementos afectivos como la solidaridad y la conexión emocional (Kanawattachi & Yoo, 2002).

La confianza es uno de los elementos de mayor influencia en los equipos de trabajo, es lo que convierte a los individuos de un equipo en un vínculo capaz de utilizar sus capacidades y habilidades para trabajar en conjunto. Esta característica mantiene a los integrantes con el espíritu de seguir adelante, tomar decisiones aunque se encuentren inclinadas hacia el riesgo convertido en una ventaja colectiva al utilizar las experiencias, competencias y habilidades identificadas entre cada uno de ellos (Chhay & Kleiner, 2013; Jang, 2013). Es uno de los elementos de mayor influencia en los equipos de trabajo, es lo que convierte a los individuos de un equipo en un vínculo capaz de utilizar sus capacidades y habilidades para trabajar en conjunto.

En un equipo de trabajo donde existe la confianza, los individuos tienen el convencimiento de que sus compañeros de equipo también trabajan por el mismo bien común sin necesidad de tomar acciones para controlar la situación de trabajo. Esto debido a la superación de vulnerabilidad hacia sus compañeros, acompañada de una suposición de que el trabajo será completado con éxito con la ayuda de todos (Robbins & Judge, 2011). Adicionalmente, la conexión emocional y solidaridad, junto con la utilización de competencias, veracidad y profesionalismo es indicio de la presencia de la confianza entre personas (Kanawattachi & Yoo, 2002).

Con lo anteriormente mencionado, se tiene una perspectiva de la importancia de la confianza dentro de los equipos de trabajo y como logra unificar los esfuerzos de sus integrantes. Al encontrar lo complicado que resulta ser para los integrantes de un equipo de trabajo crear confianza en un contexto tradicional y hacer que funcione, esto ha llevado a preguntarse dentro del contexto moderno de la interacción a través de medios virtuales: ¿Existe la confianza en los equipos de trabajo virtuales?

Los autores, quienes enfocan sus estudios en la confianza; relacionada con los equipos de trabajo virtuales, piensan en la existencia de

factores que permiten la formación de la confianza dentro de un equipo de trabajo virtual como lo son: *conferencia web*, *información oportuna*, *diversidad cultural*. Como se piensa, estos tres factores tienen consecuencias positivas sobre el trabajo y las personas. Esto permitió establecer cuatro hipótesis descriptivas con la intención de respaldar el estudio y desarrollar las mismas; como Creswell (2009) recomienda en este tipo de investigaciones. La generación de confianza en los equipos de trabajo virtuales y los efectos de cada elemento sobre la comunicación, el trabajo y las personas de los equipos de trabajo virtuales.

Objetivos

Con la literatura revisada y los temas expuestos en el trabajo realizado, derivaron los siguientes objetivos sin considerar hipótesis de tipo inferencial debido a que es un trabajo del tipo exploratorio:

- 1) Verificar si se puede generar confianza en los equipos de trabajo virtuales.
- 2) Comprobar si los factores conferencia web, información oportuna y diversidad cultural influyen en la confianza de los equipos de trabajo virtuales.

Hipótesis descriptivas

Con lo observado en los antecedentes respecto al tema de estudio, fueron originadas las siguientes hipótesis descriptivas:

- 1) Se puede generar confianza en los equipos de trabajo virtuales.
- 2) La conferencia web es parte del nivel de comunicación entre los compañeros de equipo de trabajo.
- 3) Puede existir la información oportuna sobre el trabajo de un equipo de trabajo virtual.
- 4) Es posible identificar características de diversidad en un equipo de trabajo virtual.

Justificación

La teoría contenida en este trabajo procura innovar la visión que se tiene sobre los equipos de trabajo virtuales. Resulta ser fundamental para esta investigación fomentar las exigencias del mercado laboral, en beneficio de la gestión del capital humano en las organizaciones. Observando los medios de comunicación tecnológica y las costumbres más utilizadas para interactuar con compañeros de trabajo sin la necesidad de estar frente a frente en su ambiente laboral. En general, la investigación aquí planteada brinda un beneficio tanto como para estudiantes, docentes e investigadores de posgrado, o para la aplicación de los conocimientos aquí presentados en un ambiente laboral.

Limitaciones

El trabajo de investigación se realizó con miembros y participantes de equipos de trabajo virtuales, quienes residen de distintos países de Latinoamérica. Los equipos de trabajo virtuales aquí observados ejercen su trabajo en equipo virtual dentro un ámbito estudiantil, como alumnos de un programa de maestría en línea perteneciente a una universidad privada de Monterrey, N.L.

Durante el trabajo investigativo, existió renuencia de algunos de los encuestados a participar, reduciendo el número de la muestra, por lo que algunos de los individuos se negaron a contestar las preguntas de manera parcial o en su totalidad. Los resultados aquí obtenidos datan dentro del último trimestre del 2014.

Marco teórico

En este apartado es documentada la fundamentación teórica del planteamiento del problema, presentando la importancia de la confianza dentro de los equipos de trabajo en un contexto virtual y los factores que influyen en su creación para finalizar con el modelo propuesto.

La confianza dentro de los equipos de trabajo virtuales

En relación a esta cuestión y de acuerdo a lo expuesto por Jarvenpaa & Leidner (1999), los equipos de trabajo virtuales logran ser efectivos debido a que la confianza, les permite seguir trabajando con sus integrantes siendo altamente efectivos, haciendo que intercambien antecedentes; dándoles una mejor visión sobre los roles de cada uno de los participantes y sus aptitudes especiales. Además los autores, tienen el talento de responder a imprevistos en tiempos reducidos, desaparecen las disfuncionalidades individuales, la opinión de todos los participantes y disminución de la pereza social. Por otro lado, para Kanawattachi & Yoo (2002), la confianza otorga a los integrantes de un equipo de trabajo virtual la oportunidad de una comunicación más amplia, cooperación entre los compañeros, calidad en la toma de decisiones, satisfacción en el proceso de trabajo y al finalizar el mismo.

Con lo mencionado en la introducción, es sabido que la confianza es un elemento importante para el correcto funcionamiento de un equipo de trabajo virtual y se tienen identificados tres factores con la posible generación de la misma. Basados en los autores revisados (Jarvenpaa & Leidner, 1999; Kanawattachi & Yoo, 2002; Robbins & Judge, 2011; Warrick, 2014); sobre los efectos de la confianza en un equipo de trabajo virtual donde existe la confianza los integrantes del equipo pueden presentar las siguientes características:

- La comunicación es amplia
- Cooperación entre los compañeros
- Satisfacción
- Hace los integrantes más sociables respecto a su vida diaria
- Moral alta
- Seguimiento de roles
- Los integrantes del equipo optan por aportar ideas

Para desarrollar la confianza dentro de las actividades de un equipo de trabajo virtual, diversos autores recomiendan la existencia de diferentes factores (Angelo, 2006; Benetyte & Jatuliaviciene, 2013; Chhay & Kleiner, 2013; Richard et al., 2004; Taylor & Francis, 2008); el trabajo de investigación

realizado se enfocó en los siguientes tres factores para la posible generación de confianza dentro de un equipo de trabajo virtual.

Factores para la posible generación de confianza dentro de un equipo de trabajo virtual:

- Conferencia web

El primero de los factores catalizadores de confianza, es el uso de la conferencia web para la comunicación entre los integrantes de un equipo de trabajo virtual, se considera esto debido a la suficiencia de disminuir las barreras geográficas y temporales y tener un acercamiento cara a cara entre los integrantes acercando al equipo de trabajo virtual a la experiencia del modo de trabajar de un equipo de trabajo tradicional (Chhay & Kleiner, 2013). La conferencia web es una herramienta que permite la información sea compartida oportunamente, es una plataforma impulsada por el internet donde las personas pueden reunirse en vivo con la ayuda de un software. Las conversaciones ocurren frente a un monitor con la capacidad de verse con una cámara y conversar a través de un micrófono; algunas de las plataformas proveen utensilios como mensajes de texto, agenda, compartir la pantalla y videos en un solo espacio (Boulton, 2009; Taylor & Francis, 2008).

- Información oportuna

El segundo Factor a considerar en este estudio como de incidencia para la creación de la confianza, es la información oportuna entre los compañeros de un equipo de trabajo virtual. Con la incursión de este factor se evita la mala interpretación de la situación del trabajo, debido a la necesidad de revisar, rehacer o negociarlo. Al no tener una información compartida de manera oportuna causa el retraso de los procesos debido a los diferentes horarios que pudiesen tener los integrantes del equipo de trabajo virtual (Benetyte & Jatuliaviciene, 2013; Chhay & Kleiner, 2013).

Laurie y Swaminathan (2008), definen la información oportuna como una capacidad que mejora el desempeño, ésta entrega la facilidad para dar retroalimentación respecto al trabajo realizado. Para las personas dedicadas a la toma de decisiones, permite hacer una respuesta rápida, cuando existan cambios o contrariedades en la situación para poder enfrentarlos. Da el

tiempo a los administradores de ver a futuro las consecuencias de sus acciones para continuar con nuevas decisiones; si las acciones resultaran de manera perjudicial para los objetivos, aún existe tiempo para retomar el camino y advertir a las personas involucradas sobre los nuevos cambios que fueran decididos.

- Diversidad cultural

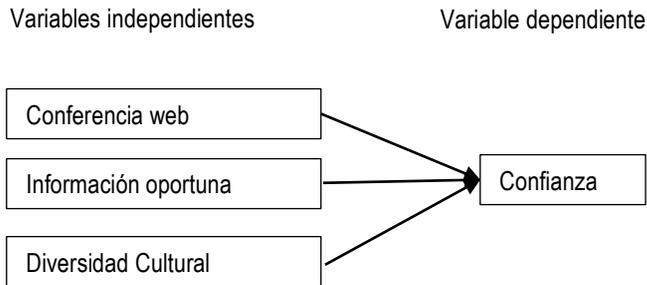
En un equipo de trabajo virtual, se recomienda la diversidad cultural como un factor importante para generar confianza. Cuando los integrantes de un equipo de trabajo en el entorno virtual entienden la diversidad cultural, les otorga la comprensión de los modos en cómo deben de comunicarse, hacia las distintas personas que participan en el mismo equipo, les da seguridad para apartar ideas, compartirlas con sus compañeros y tomar decisiones a partir de estas (Chhay & Kleiner, 2013). La diversidad cultural, concede a los equipos de trabajo virtuales capacidades superiores de: trabajo, perspectivas, estilos y conocimientos; esto completa al equipo con ventajas competitivas (Ely & Thomas, 2011).

Schachaf (2009), encontró que los equipos de trabajo virtuales con diversidad cultural toman decisiones y de diferentes maneras según sus estilos, e incrementan la creatividad. Les da a los integrantes del equipo una visión amplia para crear acciones y resolver problemas.

Con lo mencionado dentro del planteamiento del problema de investigación, es sabido que la confianza es un elemento importante para el correcto funcionamiento de un equipo de trabajo virtual; y se tienen identificados tres factores con la posible generación de la misma.

Con lo observado de las aportaciones teóricas se tiene preciso que la confianza ha sido establecida como una variable dependiente de un equipo de trabajo virtual, teniendo como sus variables independientes los tres factores revisados (conferencia web, información oportuna y diversidad cultural). El trabajo de investigación pretendió resolver las preguntas ¿Se puede generar confianza en los equipos de trabajo virtuales? y ¿Los factores conferencia web, información oportuna y diversidad cultural influyen en la confianza de los equipos de trabajo virtuales? Proponiendo el siguiente modelo gráfico, que muestra las relaciones entre las variables del estudio (Figura 1):

Figura 1. *La confianza en el contexto de los equipos de trabajo virtuales (modelo gráfico)*



Fuente: Elaboración propia

Método

En esta sección, se presenta la manera en la que fue dirigida la investigación para obtener los objetivos mencionados anteriormente.

En el trabajo que se realizó del tipo exploratorio y descriptivo, ha sido conducido con un enfoque mixto. Las hipótesis descriptivas se hacen sobre las variables dependientes e independientes. Dentro de esta línea de argumentación, lo subsecuente es el establecimiento de hipótesis inferenciales; sin embargo, se considera que no existe la información suficiente para elaborar este tipo de hipótesis; por lo tanto, los resultados son basados únicamente en las hipótesis descriptivas. En este caso, son tomadas las variables planteadas en el modelo gráfico permitiendo alcanzar resultados (Creswell, 2009).

En el proceso de investigación se buscó basar los resultados en las opiniones, perspectivas y datos de los individuos, reflejados en las encuestas aplicadas y con base en la teoría presentada dentro de los antecedentes y el planteamiento del problema. Todas las respuestas de los participantes han sido asociadas con la teoría constituida en los capítulos, planteamiento del problema y marco teórico del trabajo de investigación (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

El instrumento diseñado, fue utilizado para crear una interpretación; dándole perspectiva y buscando un significado en las acciones y actividades de los individuos en su ambiente. No se pretendió generalizar los resultados; sino que, se buscó obtener una interpretación de la manera de trabajar de los participantes encuestados en su propio equipo de trabajo virtual (Hernández et al., 2010).

Para analizar el tema de investigación, se contó con una población de estudiantes de maestría en la modalidad en línea, quienes cumplen con el perfil deseado debido a que ellos trabajan mediante equipos y de manera virtual. Los estudiantes se comunican con sus profesores por medio de correo electrónico, plataformas educativas o conferencias web masivas. En estas conferencias web masivas, reciben instrucciones y resuelven dudas respecto a las evidencias que se les requieren, las reuniones de su programa de estudios son programadas en sesiones y programaciones establecidas. Las responsabilidades de los estudiantes, también requieren de la realización de productos integradores para acreditar sus materias en conjunto con otros estudiantes; de igual manera que con sus profesores, el contacto sólo ocurre a través de medios de comunicación impulsados por el internet. Por estas características, los participantes de este trabajo de investigación, fueron considerados como miembros de un equipo de trabajo virtual (Chhay & Kleiner, 2013).

El instrumento fue una encuesta conformada por 15 preguntas cerradas y dos abiertas, así como información personal de los alumnos. El instrumento se enfoca sobre la confianza dentro del equipo de trabajo virtual (preguntas 1 a 5) y los tres factores de estudio: conferencia web (6 a 11), información oportuna (12-13) y diversidad cultural (14 e información personal), haciendo opinar a los participantes por sus respuestas (15 a 17). Las preguntas con formato de respuesta cerrada o de opción múltiple, fueron clasificadas según el dato que se tenía como objetivo lograr con su respuesta. Para las preguntas abiertas, sus respuestas fueron clasificadas según el dato que se quería obtener como objetivo; se dio lectura y comprensión a las opiniones de los participantes, fueron localizadas las opiniones similares y fueron sintetizadas en una idea conjunta. Para las opiniones distintas o muy específicas, son presentadas enteramente, según la respuesta del participante.

Se realizó una prueba piloto con un estudiante con las mismas características de la muestra, para así afinar el instrumento.

El instrumento diseñado para el trabajo de investigación, fue introducido al sistema de *Google forms*. Los estudiantes integrantes del equipo de trabajo virtual, fueron contactados por medio de correo electrónico, donde se les pidió amablemente contestar la encuesta. En la petición, se les explicó a los participantes que toda la información personal sería anónima y se proporcionó el hipervínculo de la encuesta.

Después de enviar la petición de participar en el trabajo de investigación, se tuvo la espera de seis días suponiendo la respuesta de 30 personas que fueron invitadas. Pasados los días de espera, se obtuvo la colaboración de 23 personas con español como lengua materna; quienes además de responder las preguntas, anotaron sus datos demográficos mostrados en la Tabla 1. Sus respuestas fueron observadas para su interpretación y análisis; posteriormente, fueron transferidas a información que permitiera lograr los objetivos planteados en la investigación.

Tabla 1. *Datos demográficos de los participantes*

Sexo	Estado Civil	Edad	Idioma extranjero dominado	Escolaridad
Femenino (13)	Casado (10)	Moda (35)	Inglés (18)	Maestría (10)
Masculino (10)	Divorciado (3)	Mediana (35)	Francés (2)	Licenciatura o Ingeniería (13)
	Soltero (10)	Media (34)	Alemán (1)	

Fuente: Elaboración propia

Resultados

Según lo planteado en el trabajo de investigación, en esta sección son mostrados los resultados del instrumento utilizado para la investigación realizada.

Verificar si se puede generar confianza en los equipos de trabajo virtuales

Los 23 participantes fueron cuestionados sobre el nivel de cooperación de sus compañeros, nivel de satisfacción al terminar el trabajo en equipo,

frecuencia con la que conversan sobre su vida diaria, frecuencia con la que conversan sobre el trabajo del equipo y frecuencia con la que aportan ideas al equipo.

En la Tabla 2, se muestra una representación numérica de los resultados con mayor frecuencia; según como han respondido los participantes.

Tabla 2. *Verificar si se puede generar confianza en los equipos de trabajo virtuales (Información de mayor frecuencia)*

Características	Mayor frecuencia	% del total
Cooperación	Buena y Excelente (19)	82%
Satisfacción	Buena y Excelente (21)	91%
Conversaciones sobre la vida diaria	Casi nunca y A veces (17)	74%
Conversaciones sobre el trabajo del equipo	A veces y Casi siempre (21)	91%
Aportación de ideas	Casi siempre y Siempre (20)	87%
Nivel de confianza en el equipo	Buena y Excelente (16)	70%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 2, la mayoría de los participantes cuenta con las características que denotan confianza dentro del equipo de trabajo virtual en donde participan; demostrando que, las conversaciones sobre la vida diaria son reducidas para aportar ideas y cooperar solamente con conversaciones relacionadas al trabajo del equipo para terminarlo con un grado de satisfacción; opinando que existe un grado de confianza, con un nivel regular o bueno.

En cuanto a la confianza, el 70% de las respuestas quedó entre buena y excelente, situación que confirma la existencia de confianza en los equipos de trabajo virtuales, permitiendo señalar; desde esta perspectiva descriptiva, que si se puede generar confianza en este tipo de equipos de trabajo.

Para *comprobar si los factores conferencia web, información oportuna y diversidad cultural influyen en la confianza de los equipos de trabajo virtuales* primero fue necesario verificar la existencia de cada factor debido a ser observados como variables independientes para la creación de confianza, consecuentemente tener la discusión de los tres factores enfocados en el mismo objetivo.

Conferencia web

Cuando a los participantes les tocó responder sobre los medios utilizados para comunicarse con sus compañeros de equipo, 12 individuos respondieron utilizar servicios de *conferencia web* como medio. Sin embargo, 20 de los mismos participantes aseguran que *Skype* es el servicio preferido para compartir información y conversar con sus compañeros de equipo.

Respecto a la frecuencia en la que utilizan la *conferencia web* como medio de comunicación, 18 participantes aseguran que lo hacen semanalmente, uno lo hace cuatro días a la semana, dos personas tres días a la semana y otras dos personas lo hacen dos días a la semana; dejando sin participantes que lo hagan diariamente

Con estos resultados se puede percibir que la utilización de servicios de conferencia web es frecuente para los integrantes del equipo de trabajo virtual al que pertenecen los encuestados. El uso común de la conferencia web; en los equipos de trabajo virtuales participantes, ratifica que el uso de este tipo de tecnología actúa sobre el nivel de comunicación de los integrantes de un equipo de trabajo dentro del contexto virtual.

Información oportuna

Cuando los participantes tuvieron la oportunidad de opinar sobre la frecuencia con la que reportan el avance individual hacia sus demás compañeros, ocho de ellos dicen hacerlo cuatro días a la semana, seis diariamente, cuatro dos días a la semana, tres participantes lo hacen tres días a la semana y sólo dos participantes semanalmente.

Los participantes opinan que la frecuencia en que los compañeros reportan sus avances es de tres días a la semana con la mayoría de siete personas; siguiendo, seis personas dos días a la semana, seis personas diariamente, tres personas lo realizan cuatro días a la semana y una sola persona asegura que semanalmente.

En general, coinciden excepto en la frecuencia de tres y cuatro días a la semana; siendo la frecuencia semanal más baja, lo que indica que la información se comparte oportunamente.

Según los resultados mostrados, la información que normalmente comparten los integrantes de un equipo de trabajo virtual es compartida de manera oportuna.

Diversidad cultural

Para obtener los resultados de *diversidad cultural* se requirió a los participantes atribuir con las características ideales en sus compañeros de trabajo; como se muestra en la Tabla 3, donde a continuación se presenta dicha información:

Tabla 3. *Características ideales en un compañero de trabajo*

Igual	Característica	Diferente
12	Idioma	1
5	Nacionalidad	8
3	Puesto laboral	4
9	Grado de estudio	9
2	Sexo	4

Fuente: Elaboración propia

Respecto a las características ideales, los miembros de un equipo de trabajo virtual participantes, tienen preferencia por comunicarse con un mismo idioma; teniendo afinidad por la diversidad cultural al preferir tener compañeros con nacionalidad diferente; también, se puede observar que la mitad de los participantes prefieren que sus compañeros tengan el mismo grado de estudios y la otra mitad prefiere la diferencia en los grados de estudio.

Estos resultados, hacen notar la aceptación de una diversidad cultural que permita comunicarse de una manera sin complicaciones; ya que, la mayoría de los participantes prefieren comunicarse con el mismo idioma. Además, se puede observar que la diversidad cultural dentro de los equipos de trabajo virtuales tiene la posibilidad de ser identificada.

Respuestas abiertas relacionadas con la confianza

Con la intención de tener una fundamentación de las respuestas de los participantes a lo largo del instrumento, los participantes contestaron a la

pregunta *¿Qué tanta confianza considera que existe en el equipo?* Donde 78% piensa que existe de manera buena o regular; después, se les pidió explicar su respuesta con su opinión de manera abierta:

Las ideas similares sintetizadas fueron:

- Se comparten ideas abiertamente de manera profesional
- Se asignan responsabilidades y roles; al final se entrega un producto individual para presentarlo como trabajo en equipo
- El trabajo terminado es satisfactorio debido a la responsabilidad de que cada quién cumplió con lo suyo
- No existe una relación personal sólo laboral
- Se tiene desconfianza por no conocer a la persona, miedo a que los demás no cumplan con su parte

Las ideas diferentes presentadas según el participante fueron:

- Se tiene empatía
- Existe confianza del tipo académico
- Siempre existe un líder
- Existen prejuicios sobre tener nacionalidades diferentes
- Sólo es cooperación
- Los de Colombia son irresponsables
- Los compañeros no cumplen con los tiempos de entrega
- La comunicación no es 100% honesta debido a que se quiere mantener el profesionalismo

Al final se les pidió contribuir con un comentario respecto a la manera de trabajar con sus compañeros:

- Deberían organizar reuniones obligatorias
- La confianza en un ambiente virtual genera la apertura, respecto a la confianza mayor que en un ambiente presencial
- El tiempo es un factor importante
- Es satisfactorio, que cada quién cumpla con su parte
- Es necesario demostrar el compromiso del trabajo
- El equipo no evalúa mi trabajo conforme a mi esfuerzo
- Los valores como honestidad, responsabilidad, solidaridad; deben ser evaluados antes de que las personas sean integradas a un equipo
- Las personas deben ser responsables bajo las normas de trabajo

- Es difícil trabajar con gente mayor y enriquecedor trabajar con personas culturalmente distintas

En base a lo observado en la totalidad del estudio realizado y con el apoyo de los comentarios y opinión de los encuestados; enfundados por la teoría revisada, se puede llegar a la discusión y conclusión aquí presentada.

Discusión

De acuerdo a lo obtenido en los resultados, se presenta la discusión en torno a las preguntas de investigación:

Se puede generar confianza en los equipos de trabajo virtuales

A través de los resultados, se verificó que sí existe la posibilidad de la generación de confianza en un equipo de trabajo virtual, basada en el trabajo interdependiente de los integrantes. Como lo sugieren los autores revisados en este trabajo, la confianza entrega la convicción a las personas, de que los compañeros de trabajo realizan todas sus actividades por el bien común del equipo; además, la confianza es el elemento que permite continuar el trabajo hasta obtener los resultados; brindando la capacidad de la comunicación amplia, cooperación y satisfacción por terminar el trabajo (Jarvenppa & Leidner, 1999; Kawattanachi & Yoo, 2002; Robbins & Judge, 2011).

La conferencia web es parte del nivel de comunicación entre los compañeros de equipo de trabajo virtual

Los integrantes de un equipo de trabajo virtual participantes, tienen las herramientas necesarias para poder tener una comunicación de nivel satisfactorio; todos utilizan la conferencia web y el correo electrónico; además, de que la gran mayoría utiliza los mismos servicios, facilitando su comunicación. Con esto, la barrera de la separación geográfica y temporal, no debe ser ningún problema para ellos (Boulton, 2009; Glassmeyer & Dibbs, 2012; Taylor & Francis, 2008).

Puede existir la información oportuna sobre el trabajo de un equipo de trabajo virtual

Los participantes carecen de tiempo para conocerse, los miembros del trabajo en equipo virtual que formaron parte de ese trabajo de investigación; no se dan el espacio para compartir sus experiencias y conversar acerca de sus preferencias personales. Sólo conversan acerca de su trabajo limitando su conversación a lo necesario para cumplir con sus objetivos; aprovechando el tiempo para cuestiones de rehacer o negociar los acuerdos sobre el trabajo a ser realizado. Los miembros de un equipo de trabajo virtual, si comparten la información oportunamente enfocándose en terminar su objetivo dentro del tiempo esperado, al darle prioridad a las conversaciones sobre el trabajo (Benetyte & Jatuliaviciene; Chhay & Kleiner, 2013).

Es posible identificar características de diversidad en un equipo de trabajo virtual

La diversidad cultural existe en cuanto a las nacionalidades teniendo participantes de Colombia, Ecuador y México, teniendo comentarios negativos respecto a la manera de trabajar de los colombianos, de acuerdo a lo expuesto por los participantes del estudio. No existe una diversidad de labores y todos los participantes tienen el idioma Español como Lengua materna. Esto puede ser visto de una manera positiva; debido a que, de esa manera los participantes pueden tener un mejor entendimiento y aun así tener perspectivas e ideas creativas diferentes debido a sus diferentes países de procedencia. Según lo respondido los participantes, ellos cuentan con compañeros de equipo con las características individuales predilectas; mismo idioma, mismo grado de estudio y diferente nacionalidad. (Ely & Thomas, 2011; Schachaf, 2009)

Conclusión

Los resultados, han demostrado que existe la posibilidad de la creación de confianza en los equipos de trabajo virtuales. Coincidiendo con las opiniones de Benetyte y Jatuliaviciene (2013), Coutu (1998) y Jarvenpaa & Leidner (1999) acerca de que es posible crear la confianza; sin embargo,

ellos opinan que resulta difícil hacerlo y que comúnmente los niveles de confianza son bajos. Esto es contrario a los resultados aquí obtenidos, los cuales apuntan a que la confianza sí puede alcanzar un nivel bueno o excelente.

Dentro de esta investigación, los factores conferencia web, información oportuna y diversidad cultural resultaron ser de suma importancia para la influencia de las personas y pueden crear un sentimiento de confianza relacionado con su trabajo en equipo dentro del contexto virtual esto coincide con las ideas presentadas por los autores especializados en el tema (Angelo, 2006; Benetyte & Jatuliaviciene, 2013; Chhat & Kleiner, 2013; Richard et al., 2004; Taylor & Francis, 2008).

Efectivamente como Boulton (2009), Glassmeyer & Dibbs (2012) y Taylor & Francis (2008) mencionan en sus trabajos y como se observó en esta investigación, la conferencia web permite a los usuarios acercarse a la experiencia de estar frente a frente para los participantes de los equipos de trabajo virtuales; haciendo que, esta herramienta tecnológica impulsada por el internet sea parte del nivel de comunicación para ellos.

Conforme a lo obtenido, la información oportuna existe en un equipo de trabajo virtual, esto permite proporcionar lo necesario para continuar con el trabajo sin retrasos, los resultados respecto a este factor coinciden con las opiniones de Benetyte & Jatuliaviciene (2013) y Chhay & Kleiner (2013) sobre los efectos de la información oportuna dentro de los equipos de trabajo virtuales.

La existencia de la diversidad cultural fue encontrada en los equipos de trabajo virtuales similar a lo investigado por Ely & Thomas (2011), Schachaf (2009) y Chhay & Kleiner (2013).

Al encontrar la existencia de estos elementos en la población de esta investigación, se logró conocer que los integrantes de los equipos de trabajo virtuales, tienen todas las herramientas, enfoque en cumplimiento del trabajo, niveles de comunicación y creatividad, necesarios para resolver sus tareas y obtener un producto satisfactorio. Sin embargo, es insuficiente la literatura que relaciona específicamente los factores de manera individual con los equipos de trabajo en un contexto virtual.

Los participantes de esta investigación opinaron que, solo se tienen conversaciones relacionadas con el trabajo formalizando mucho las conversaciones, haciendo complicado expresar dudas o proponer ideas, al

obtener estas respuestas, se presentan elementos no revisados durante el proceso como el factor de la *formalización de las conversaciones* y las *primeras impresiones al socializar*, estos temas también son investigados principalmente por los autores Benetyte y Jatuliaviciene (2013), Jarvenpaa y Leidner (1999).

Debido a que esta investigación fue aplicada en un ambiente escolar, existe la propuesta de investigar las mismas variables dentro del mundo organizacional; esperando resultados distintos a los aquí presentados.

La aportación teórica, de haber cumplido con los dos objetivos propuestos en este trabajo; ha servido para comprobar la existencia de la confianza en un equipo de trabajo virtual; un elemento importante del comportamiento organizacional con una amplia gama de perspectivas y profundidades de análisis.

También, existe una aportación práctica al haber realizado esta investigación, la refiere a las personas encargadas de diseñar proyectos de trabajo o nuevas maneras de realizar el trabajo por medios virtuales en las organizaciones o instituciones. Comprenderán y distinguirán, cuáles son los elementos que ayudan a crear y mantener a un equipo de trabajo virtual; dentro del rango para la obtención de un producto realizado con el esfuerzo, motivación y satisfacción de los individuos; los cuales se requieren para un trabajo en equipo eficiente y efectivo.

Referencias

- Angelo, J. M. (2006). Web conferencing, rich media on the desktop, *University Business*, (4), 55-58.
- Benetyte, D. & Jatuliaviciene, G. (2013). Building and sustaining trust in virtual teams within organizational context, *Reguin Formation & Development Studies*, 13, 18-30.
- Boulton, C. (2009). Web conferencing fills void in tight times, *eWeek*. 3(8), 14-16.
- Chhay, R. V. & Kleiner, B. H. (2013). Effective communication in virtual teams, *Industrial Management*, 55(4), 28-30.
- Coutu, D. L. (1998). Trust in virtual teams, *Harvard Business Review*, 76(3), 20-21.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed method approaches*. 3rd. Edition. In Thousand Oaks: Sage Publications.(Ed)
- Ely, R. J. & Thomas, D. A. (2001). Cultural diversity at work: The effects of diversity perspectives on work group processes and outcomes, *Administrative Science Quarterly*, 46(2), 229-273.

- Glassmeyer, D. M. & Dibbs, R. A. (2012). Researching from a distance: Using live web conferencing to mediate data collection, *International Institute for Qualitative Methodology*, 11(3), 292-299.
- Glassmeyer, D. M. & Dibbs, R. A. (2012). Researching from a distance: Using live web conferencing to mediate data collection, *International Institute for Qualitative Methodology*, 11(3), 292-299.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. In Mc Graw Hill. (Ed)
- Hurley, R. F. (2006). The decision to trust, *Harvard Business Review*, 84(9), 55-62.
- Jang, C. (2013). Facilitating trust in virtual teams: The role of awareness, *Advances in Competitiveness Research*, 21(1-2), 61.
- Jarvenpaa, S. L., & Leidner, D. E. (1999). Communication and trust in global virtual teams, *Organization Science*, 10(6), 791-815.
- Kanawattanachi, P. & Yoo, Y. (2002). Dynamic nature of trust in virtual teams, *Sprouts: Working Papers on Information Systems*, 2(10), 42-58.
- Kirkman, B., Rosen, B., Gibson, C. B., Tesluk, P. E. & McPherson, S. O. (1995). Five challenges to virtual team success; lessons from saber, Inc., *Academy of Management Executive*, 16(3), 67-79.
- Lurie, N. H. & Swaminathan, J. M. (2007). Is timely information always better? The effect of feedback frequency or decision making, *Organizational Behavior and Human decision processes*.
- Mendoza, J. & Rositas, J. (2013). Modelo de trabajo en equipo intelectual en grupos organizacionales: una revisión conceptual, *Innovaciones de Negocios*, 10(20). 91-103.
- Richard, O. C., Barnett, T., Dwyer, S. & Chadwick, K. (2004). Cultural diversity in management, firm performance and the moderating role of entrepreneurial orientation dimensions, *Academy of Management Journal*, 47(2), 255-266.
- Robbins, S., Judge, T. A. (2011). *Organizational Behavior Patience Hall*. p. 395-397.
- Shachaf, P. (2008). Cultural diversity and information communication technology impacts on global virtual teams: An exploratory study, *Information and Management*, 45(2), 131-142.
- Taylor & Francis (2008). Online: Web conferencing, *Journal of Visual Communication in Medicine*, 31(2), 76-77.
- Warrick, D. (2014). What leaders can learn about teamwork and developing high performance teams from organization development practitioners, *OD Practitioner*, 46(3), 68-75.

Innovaciones de Negocios 12(23): 097 - 111

© 2015 UANL, Impreso en México (ISSN 2007-1191)

Fecha de recepción: 3 de marzo de 2015. Fecha de aceptación: 19 de abril de 2015

Valor en Riesgo mediante Simulación Histórica en un entorno de tasas negativas

Value at Risk using Historical Simulation upon negative rates

Alejandro Monroy Osorio

Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración,
San Nicolás de los Garza, N.L., México.

Email: amonroy@evercorecb.com

Key words: historical simulation, Mexico, negative rates, Value at Risk

JEL: E52 & E60

Abstract. On recent years many countries have tried to reactivate their economies with a monetary policy that has established low interest rate levels as an effect of 2007 financial crisis. This rate reduction generates misleading results on Value at Risk calculations on certain instruments when rates tend to negative values.

Palabras clave: México, simulación histórica, tasas negativas, Valor en Riesgo

JEL: E52 & E60

Resumen. En años recientes un gran número de naciones ha adoptado una política monetaria de tasas de interés bajas con el fin de impulsar la economía, medida resultante a partir de la última crisis financiera del 2007. La reducción de genera errores en el cálculo del Valor en Riesgo de ciertos instrumentos cuando las tasas tienden a valores negativos.

Introducción

La crisis financiera que comenzó en el 2007 generó periodos de estrés dentro de una gran parte de las economías globales y principalmente en entidades financieras las cuales sin importar su tamaño se encontraron involucradas en un entorno de iliquidez en el mercado, generando grandes pérdidas y una eventual bancarrota de diversas instituciones (BIS, 2008).

Dada la magnitud y complejidad de relaciones entre instituciones con presencia global la crisis se magnificó contagiando rápidamente a gran parte del mercado, forzando a los bancos centrales a actuar con el fin de evitar un colapso en el sistema financiero (BIS, 2008).

Una muestra de la profundidad de los eventos de estrés es visible en el comportamiento de uno de los índices con mayor relevancia en los mercados internacionales, el Dow Jones Industrial Average (Fig. 1).

Figura 1. *Dow Jones Industrial Average*



El Dow Jones Industrial Average es un índice el cual captura el comportamiento diario de los precios de 30 acciones de compañías públicas industriales y es publicado por la compañía Dow Jones & Company, Inc (<http://www.britannica.com>).

Los mercados de dinero por su parte tuvieron un comportamiento de alta volatilidad para posteriormente ajustar sus tipos de interés a la baja con el fin de reactivar las economías afectadas, los periodos de estrés en el mercado no habían sido experimentados desde la Gran Depresión (Brahmbhatt, 2008). Los orígenes de la crisis se derivan del mercado estadounidense hipotecario, donde los participantes para continuar con el

periodo expansivo generaron instrumentos sintéticos con el fin de hacer bursátil paquetes de hipotecas las cuales se negociaban como instrumentos de bajo riesgo Collateralized Debt Obligation, CDO por sus siglas en inglés. Las condiciones de mercado que antecedian este colapso se caracterizaron por ser de baja volatilidad, por un periodo prolongado en el cual los tipos de interés en término real se mantenían en niveles bajos y un incremento en el valor de ciertos activos (BIS, 2009).

El desarrollo de la crisis entre otros incluyó la intervención por parte de los gobiernos a bancos con gran exposición en instrumentos sintéticos con garantía hipotecaria y en instrumentos derivados de crédito que presentaban pérdidas cuantiosas con el fin de garantizar los sistemas financieros, adicionalmente existieron adquisiciones obligadas e inyección de liquidez a las economías. Otros sectores tales como el asegurador presentaron de igual forma quiebras e intervenciones al ser proveedores naturales de coberturas contra eventos crediticios.

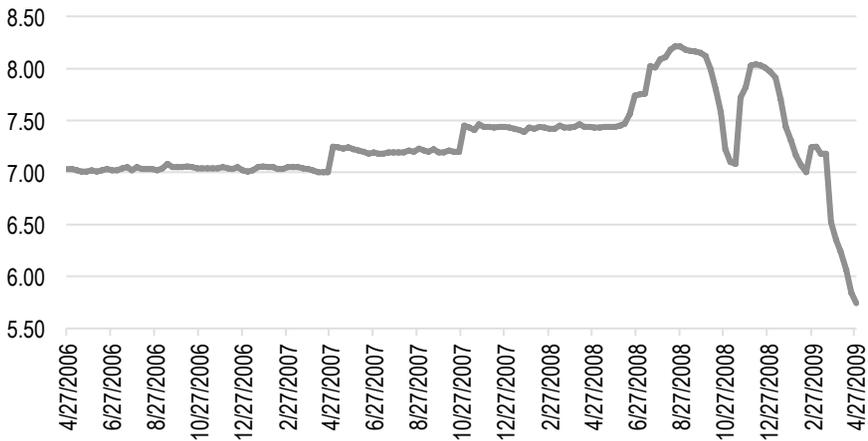
Sistema financiero mexicano

El sistema financiero mexicano comenzó con la creación de diversos bancos los cuales tenían entre otros la facultad de emitir billetes. La banca en México data de 1864 con el establecimiento de un banco de origen británico, el "Bank of London, Mexico and South America", es hasta el año 1925 al amparo de la Constitución de 1917 que se funda el Banco de México mismo que sería el único encargado de emitir billetes en nombre del Gobierno Mexicano (Turrent, 2007). El Banco de México como tal tiene la función de preservar el valor de la moneda nacional a lo largo del tiempo, es decir controlar la inflación mediante la aplicación de una correcta política monetaria.

Los Certificados de la Tesorería son instrumentos de deuda de corto plazo emitidos por el Gobierno Federal desde 1978 y colocados por el Banco de México mediante un mecanismo de subasta, sirven tanto como reguladores de la base monetaria, vehículos de financiación de la inversión productiva, así como una tasa de referencia que se vincula a diversos instrumentos en el mercado mexicano; por su antigüedad esta tasa captura gran parte de la evolución del mercado de dinero en México. A partir de abril del 2006 este indicador presentó un periodo de muy baja volatilidad por las

condiciones de mercado previamente expuestas, de igual forma al comenzar los periodos de estrés derivados de la crisis del 2007 se observó un periodo amplio de volatilidad con un impacto a la alza y posteriormente un ajuste a la baja con el fin de reactivar la economía, esto puede observarse en la (Fig. 2).

Figura 2. *Certificados de la Tesorería con plazo de referencia de 28 días*

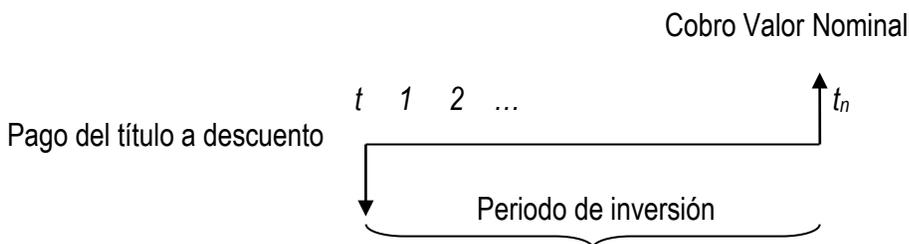


A partir de la modificación de la política monetaria de las economías globales con miras en el rescate del sistema financiero y la reactivación económica, los niveles de tipo de interés nominal han experimentado un largo periodo de baja, incluyendo la economía mexicana.

Dentro del sistema financiero mexicano y a partir de la crisis económica de 1994 el Banco de México implementó una pseudo moneda vinculada a la variación en el Índice Nacional de Precios al Consumidor, es decir a la inflación observada en cierto periodo de tiempo, en este caso una periodicidad quincenal. Las Unidades de Inversión (UDI) nacen con una paridad de uno a uno con el peso mexicano (MXN) el día 4 de abril de 1995 (Banxico, 2015); de esta forma se estructuran créditos con una tasa real fija, siendo en el comienzo principalmente de tipo hipotecarios, sin embargo en la actualidad se vinculan a diferentes instrumentos tanto de mercado como de crédito.

Instrumentos del mercado de deuda mexicano

Los Certificados de la Tesorería son bonos cupón cero, estos instrumentos tienen la característica de ser negociados por debajo de su valor nominal y no tienen pago de interés intermedio, es decir son adquiridos a un descuento y al vencimiento se obtiene el diferencial entre el precio de adquisición y el valor nominal del título, es decir el interés contenido en el principal. De forma gráfica:



La fórmula para la obtención del precio a descuento en el día de liquidación se obtiene con la siguiente fórmula:

$$P = \frac{VN}{\left(1 + i \frac{(t, T)}{b}\right)} \quad (1)$$

Donde:

P Precio

VN Valor Nominal

i Tasa de interés

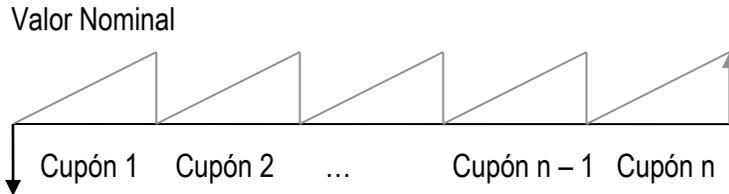
(t, T) Número de días entre la fecha de liquidación y la fecha de vencimiento

b Convención de días por año

Esta ecuación, no es más que el Valor Presente del Valor Nominal (Kellison, 1991) del título, esto es claro ya que el interés del inversionista en un papel a descuento, es el precio de compra relacionado a la tasa y los días al vencimiento del título.

Bonos a tasa fija

Los bonos con pago de interés a tasa fija son títulos que ofrecen un pago periódico a la tasa a la que fue emitido el título (Kellison, 1991). Al vencimiento los títulos pagarán tanto el valor nominal como el interés del último flujo. Gráficamente tenemos:



En la fecha de liquidación de la compra se calcula el precio del bono el cual podrá ser a la par cuando el valor presente es igual al valor nominal, bajo par cuando la tasa de rendimiento es mayor a la tasa del cupón o sobre par cuando la tasa de rendimiento es menor a la tasa del cupón. A partir de la fecha de liquidación el bono devengará interés diario fijo de manera lineal por cada cupón que posea vigente para al final de la inversión pagar su valor nominal y el interés generado por el último flujo.

Por lo que la fórmula para obtener el precio es la sumatoria de cada uno de los flujos, con lo que obtenemos:

$$P = \frac{VN \left(i \frac{(t_0, T_1)}{b} \right)}{(1 + R)} + \frac{VN \left(i \frac{(t_1, T_2)}{b} \right)}{(1 + R)^2} + \dots + \frac{VN \left(1 + i \frac{(t_{n-1}, T_n)}{b} \right)}{(1 + R)^n} \quad (2)$$

Donde:

- P Precio
- VN Valor Nominal
- i Tasa de interés
- (t,T) Número de días por devengar del cupón
- b Base de convención de días por año
- R Tasa interna de retorno esperada para el cupón n

$$R = r \left(\frac{p_c}{b} \right) \quad (3)$$

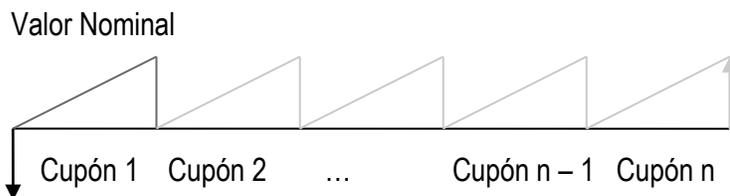
Donde:

- r Tasa anual de la operación o rendimiento
- p_c Plazo teórico del cupón
- b Base de convención de días por año

Bonos a tasa variable

Los bonos con pago de interés a tasa flotante son títulos que durante su vida fijan el valor de sus cupones tomando como referencia alguna tasa primaria de mercado (Kellison, 1991) con cierta periodicidad y reglas. La tasa del cupón corriente para una considerable muestra de bonos se establece al comienzo del periodo sin sufrir ningún cambio; sin embargo existen diversas combinaciones que se pueden aplicar tales como: tasas promedio, tasas capitalizadas, etc. Los cupones futuros se estiman con la tasa relevante observada en el mercado, al vencimiento pagarán el valor nominal y el interés del último flujo.

Gráficamente tenemos:



En la fecha de liquidación del título se realiza el pago del bono, después de esta fecha el bono devengará interés diario de manera lineal por cada cupón que posea vigente.

Por lo que la fórmula para obtener el precio es la sumatoria de cada uno de los flujos, con lo que obtenemos:

$$P = \frac{VN\left(s \frac{(t_0, T_1)}{b}\right)}{(1+R)} + \frac{VN\left(i \frac{(t_1, T_2)}{b}\right)}{(1+R)^2} + \dots + \frac{VN\left(1 + i \frac{(t_{n-1}, T_n)}{b}\right)}{(1+R)^n} \quad (4)$$

Donde:

- P Precio
 VN Valor Nominal
 i Tasa de interés vigente (última conocida)
 s Tasa de interés del cupón corriente
 (t, T) Número de días por devengar del cupón
 b Base de convención de días por año
 R Tasa interna de retorno esperada para el cupón n

$$R = r \left(\frac{p_c}{b} \right) \quad (5)$$

Donde:

- r Tasa anual de la operación o rendimiento
 p_c Plazo teórico del cupón
 b Base de convención de días por año

Valor en Riesgo

El Valor en Riesgo (VaR por sus siglas en inglés “Value at Risk”) es una métrica ampliamente utilizada en el sector financiero la cual busca representar la máxima pérdida que puede alcanzar un instrumento de mercado o un portafolio de activos como consecuencia de los movimientos adversos en el valor de los factores de riesgo (Jorion, 2007), entre ellos la tasa de interés, el tipo de cambio, la inflación, etc. De esta forma podemos decir que el VaR es una medida de pérdida potencial en el valor de un activo o portafolio a partir de un principio de normalidad en los mercados.

El VaR se conforma de metodologías estadísticas las cuales requieren para su correcto retorno un nivel de confianza, una distribución de probabilidad, un horizonte de tiempo y una moneda de conversión.

Modelo de simulación histórica

El modelo de simulación histórica es una metodología la cual asume que los movimientos experimentados previamente en los mercados pueden acontecer en un futuro (Jorion, 2007).

Tomando en consideración los factores de riesgo relevantes que inciden en cada uno de los activos financieros de un portafolio se obtienen n observaciones de mercado previas, con esta información se simulan $n - 1$ escenarios históricos con el fin de reevaluar la cartera y comparar el resultado con el valor actual. El resultado será una distribución de posibles pérdidas y ganancias, el nivel de confianza indica el percentil en el cual se encuentra la pérdida potencial.

Sea V el vector de n observaciones históricas de un factor de riesgo, y sea R el vector resultante de rendimientos simples con $n - 1$ observaciones:

$$R_{n-1} = \begin{bmatrix} v_1 / v_2 \\ v_2 / v_3 \\ \vdots \\ v_{n-1} / v_n \end{bmatrix} \quad (6)$$

Con el valor de la última observación se obtiene el vector de factores de riesgos:

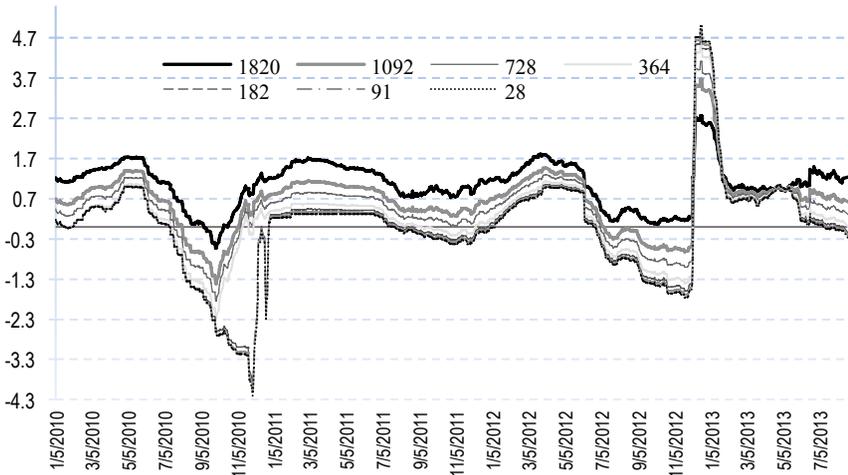
$$F_{n-1} = v_1 \cdot \begin{bmatrix} r_1 \\ r_2 \\ \vdots \\ r_{n-1} \end{bmatrix} \quad (7)$$

Instrumentos a tasa real

Como se comentó anteriormente a partir de la crisis financiera el Gobierno Federal implementó una pseudo moneda vinculada a la inflación, dentro de los instrumentos diseñados en torno a esta nueva unidad se encuentran diversos bonos de tasa fija denominados en UDIS. Entre los más importantes se encontraba el Pagaré de Indemnización Carretero conocido como PIC – FARAC al formar parte del Fideicomiso de Apoyo al Rescate de Autopistas Concesionadas (BMV, 2014), los Certificados Bursátiles de Indemnización Carretera CBIC – FARAC (Banxico, 2002) y los Bonos de Desarrollo denominados en UDIS (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 1996).

Al ser títulos de tasa fija y denominados en UDIS la conversión a pesos mexicanos (MXN) tiene implícita una tasa de interés real. Las medidas adoptadas por los gobiernos a partir de la última crisis financiera en el 2007 como se mencionó previamente se centraron posteriormente al periodo de volatilidad, a un decremento en las tasas de interés de referencia. El impacto en instrumentos de tasa real implicó que las tasas de rendimiento tuvieran valores de cero o negativos derivado de la expectativa en términos inflacionarios. La evolución de los niveles de tasa de rendimiento para este tipo de instrumentos puede ser observada a partir de las curvas de interés de los CBIC – FARAC (Fig. 3).

Figura 3. Evolución de los principales nodos, curva CBIC - FARAC



Cálculo del Valor en Riesgo

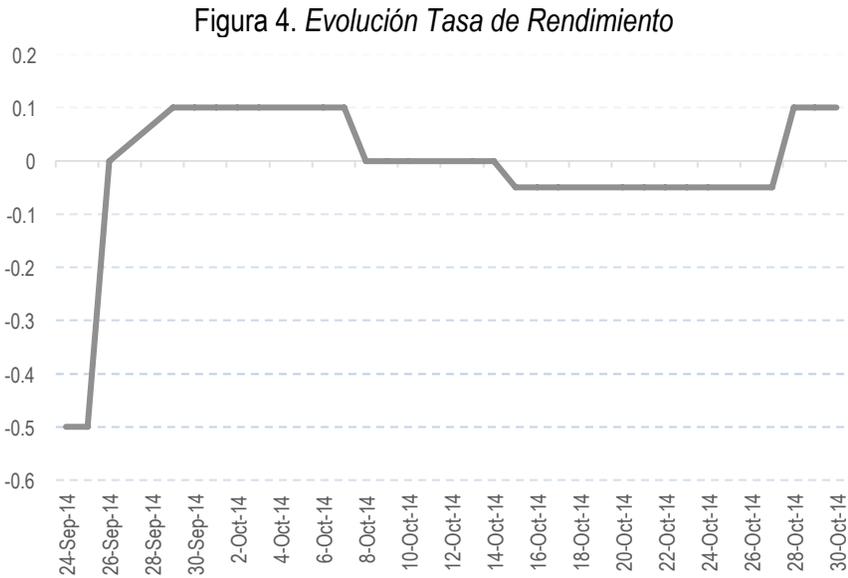
Como se comentó anteriormente el Modelo de Simulación Histórica asume que el comportamiento experimentado anteriormente en el mercado puede volver acontecer por lo que se generan escenarios supuestos mediante los rendimientos históricos en los factores de riesgo relevantes a cada instrumentos. En un entorno de tasas nominales mínimas aquellos instrumentos tales como los denominados en UDIS mostrarán niveles de tasas de rendimiento nulas o negativas esto implica un problema para el modelo en términos de una eventual indeterminación o bien un problema de magnitud en una situación de cambio de signo.

El presente documento presenta una alternativa en términos de cálculo el cual contrasta la utilidad o pérdida que se observó de forma empírica en el mercado versus aquella obtenida con el modelo alternativo de Simulación Histórica. Al ser esta una validación la cual busca aislar el efecto de la tasa de rendimiento en un entorno nulo o negativo no se requiere el contar con un portafolio, así como no es requerido el principio de diversificación puesto que implicaría una reducción en este impacto.

Tomando como referencia la siguiente emisora:

Tipo Valor	F
Emisora	BANOBRA
Serie	U14007
Plazo Teórico	182 días
Valor Nominal	100
Divisa Valor Nominal	UDIS
Tasa Fija Cupón	-1.9
Fecha Emisión	25/08/2014
Fecha Vencimiento	23/02/2015
Fecha Valuación	23/12/2014
Tasa de Rendimiento	2.0889
Títulos	9,705,048

Podemos observar la evolución de la tasa de interés relevante para el cálculo de Simulación Histórica concentrando en los periodos donde la tasa tiene niveles nulos o bien con cambio de signos (Fig. 4).



Sea V el vector de n observaciones históricas de un factor de riesgo, y sea ahora D el vector resultante de diferencias absolutas con $n - 1$ observaciones:

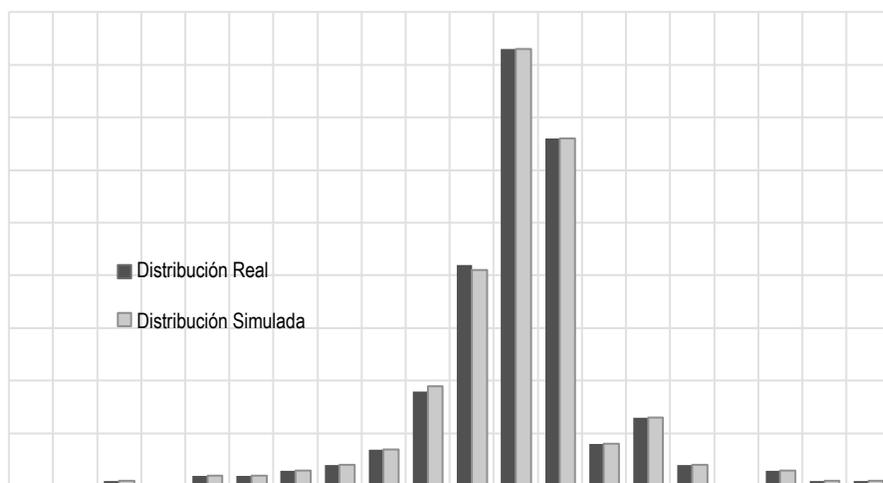
$$D_{n-1} = \begin{bmatrix} v_1 - v_2 \\ v_2 - v_3 \\ \vdots \\ v_{n-1} - v_n \end{bmatrix} \tag{8}$$

Entonces el vector de escenarios será el resultante de adicionar al último valor observado el vector D:

$$F_{n-1} = v_1 + \begin{bmatrix} d_1 \\ d_2 \\ \vdots \\ d_{n-1} \end{bmatrix} \quad (9)$$

Obteniendo la distribución de pérdidas y ganancias observadas versus las simuladas encontramos una congruencia amplia (Fig. 5).

Figura 5. *Distribución Real vs Distribución Simulada*



Con un 99% de confianza en términos de la Distribución Real encontramos que la pérdida observada fue de -3.48 millones de pesos, mientras que con el modelo sugerido obtenemos un valor probable de pérdida de -3.53 millones de pesos.

Realizando una regresión en los vectores observados y simulados obtenemos los siguientes resultados:

Tabla 1. *Estadísticas de la regresión*

Estadístico	Valor
Coefficiente de correlación múltiple	0.999950162
Coefficiente de determinación R ²	0.999900326
R ² ajustado	0.999899938
Error típico	13834.64697
Observaciones	259
F	2,578,153.86
Valor crítico de F	0.000

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

El cálculo del Valor en Riesgo utilizando el Modelo de Simulación Histórica en un entorno de tasas de rendimiento nulas o con cambio de signos puede ser reemplazado por el uso de diferencias absolutas al tratarse de instrumentos de tasa fija tal como se probó en este documento. Todos los bonos de tasa fija presentan las mismas propiedades por lo que los principios de modelación y resultados pueden extrapolarse a cualquier instrumento que presente estas condiciones.

Estudios posteriores pueden centrarse en instrumentos de tasa variable que experimenten este tipo de situaciones y aplicar la misma metodología para evaluar su comportamiento.

En términos de cómputo la implementación de un modelo mixto entre diferencias relativas y absolutas garantiza un resultado apegado a los fundamentos del Modelo de Simulación Histórica.

References

Banxico (2002). Operaciones de reporte. *Circular Banxico*, 1/2002. Obtenido de <http://www.banxico.org.mx/disposiciones/circulares/circular-115-2002/%7BC4E39892-3A09-2F8D-E904-10AF61DF51DE%7D.pdf>

- Banxico. (2015). Banco de México UDIS (Unidades de Inversión). Obtenido de <http://www.banxico.org.mx/ayuda/temas-mas-consultados/udis--unidades-inversion-.html>.
- BIS (2008). Principles for sound liquidity risk management and supervision. Basilea: Bank for International Settlements.
- BIS (2009). BIS 79th annual report. Basilea: Bank for International Settlements.
- BMV (2014). Mercado de deuda gubernamental. Bolsa Mexicana de Valores. Obtenido de http://www.bmv.com.mx/wb3/wb/BMV/BMV_gubernamental
- Brahmbhatt, M. (2008). *Weathering the storm: Economic policy responses to the financial crisis*. Washington, D.C: World Bank.
- Jorion, P. (2007). *Value at Risk, The new benchmark for managing financial risk*. New York: McGraw-Hill.
- Kellison, S. (1991). *The theory of interest*. Burr Ridge, Ill: Irwin.
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (1996). *Udibonos. Nota técnica*. México, D.F: Banco de México. Obtenido de <http://www.banxico.org.mx/sistema-financiero/material-educativo/intermedio/subastas-y-colocacion-de-valores/>
- Turrent, E. (2007). *Historia sintética de la banca en México*. México, D.F: Banco de México.

Innovaciones de Negocios 12(23): 113 - 131

© 2015 UANL, Impreso en México (ISSN 2007-1191)

Fecha de recepción: 29 de mayo de 2015. Fecha de aceptación: 12 de junio de 2015

**Rol y mejores prácticas del equipo líder y su impacto en la
innovación de empresas de la Zona Metropolitana de
Monterrey
(Role and best practices of the leadership team and its
impact on business innovation in the metropolitan area of
Monterrey)**

Laura Elizabeth Avila Hernández & Gustavo Juan Alarcón Martínez

Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración,
San Nicolás de los Garza, N.L., México.

Email: laura.avila@ccmty.com y laura.avila@gmail.com

Key words: high management teams, innovative company, key success factors, leadership
JEL: O30 & M10

Abstract. This research article elaborates on the leadership or high management teams that have taken into account the innovation challenges within their organizations and the best practices carried out by them. In that token some business innovation definitions are depicted, as well as findings by business researchers on best innovation practices conducted namely by leadership or high management teams. Lastly, the regression analysis results and conclusions are show.

Palabras clave: alta dirección, empresa innovadora, factores clave de éxito, liderazgo
JEL: O30 & M10

Resumen. Este artículo es una investigación sobre las prácticas que realiza la alta administración o el equipo líder de empresas que han asumido el reto de la innovación en sus organizaciones. Para tal efecto se presentan algunas definiciones de empresa innovadora, posteriormente, se mencionan los roles o prácticas que han encontrado destacados investigadores en empresas que han desarrollado innovación; particularmente se analizan las prácticas que realiza el equipo líder o la alta administración. Finalmente se presenta los resultados de un análisis de regresión simple con sus respectivas conclusiones.

Introducción

Las empresas actualmente enfrentan diversos desafíos como la sustentabilidad, la competitividad, los cambios tecnológicos, la situación económica y financiera nacional e internacional; existen también otros elementos al interior de las organizaciones como el capital humano, la infraestructura, la sistematización de procesos, la atención a los clientes, la cadena de suministros, que hacen que sea compleja y retadora la administración exitosa de una empresa. Sin lugar a duda en quien recae la responsabilidad de orientar el rumbo de la organización para lograr su sustentabilidad y competitividad en el corto, mediano y largo plazo es en el equipo líder o conocido también como la alta administración de la empresa.

Ante estos retos que enfrentan los líderes de las organizaciones es relevante considerar y aprender las mejores prácticas que están realizando las altas administraciones de las empresas que están compitiendo en forma exitosa en la contienda global.

Cabe mencionar que el World Economic Forum considera a la innovación como uno de los doce pilares que conforman la competitividad de las regiones; también se reconoce que son las empresas como los agentes del desarrollo económico y competitividad de los países (OCDE, 2006). Así se vuelve prioritario estudiar las prácticas características de los equipos líderes de las empresas innovadoras que impulsan a las organizaciones a mejores niveles de crecimiento y desarrollo sustentable.

Este artículo está basado en una investigación previa realizada sobre los factores críticos de éxito de las empresas innovadoras de la Zona Metropolitana de Monterrey (ZMM). En el presente artículo se busca presentar con mayor detalle las prácticas realizadas por los equipos líderes y su impacto en los resultados de innovación de empresas de la ZMM.

Al respecto se presentan algunas definiciones de empresa innovadora así como el enfoque de la innovación en las mismas. Posteriormente se mencionan las prácticas encontradas por diferentes autores derivadas de las investigaciones que realizaron en empresas que han desarrollado innovación. Finalmente se exponen los resultados obtenidos para el caso de empresas de la ZMM y se presentan conclusiones de la investigación realizada.

Marco de teórico

En la actualidad la sociedad y las empresas que la conforman están inmersas en un entorno marcado por la globalización, la competencia, los cambios tecnológicos, la información a través de las redes sociales, la responsabilidad social y ecológica, así como una profunda crisis económica internacional; por lo anterior, las empresas necesitan desarrollar técnicas de dirección y administrar procesos que les permitan alcanzar la competitividad (Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, A.C., 2010).

Como se ha señalado con antelación, el World Economic Forum (2012) ha distinguido que la innovación es uno de los 12 pilares que constituyen a la competitividad. En el 2008 la Cámara de la Industria de la Transformación de Nuevo León (CAINTRA NL) a través del Centro de Competitividad de Monterrey (CCM) realizó un estudio en 288 Pequeñas y Medianas Empresas de la Zona Metropolitana de Monterrey. En dicho estudio se analizaron los elementos que constituyen la competitividad de las empresas, encontrándose que una de las características de las empresas de éxito es la innovación y la mejora continua.

La experiencia internacional demuestra que las empresas son los agentes principales de la innovación. Según los estudios realizados por el CONACYT en México, se observa que existen esfuerzos del sector privado por incrementar sus capacidades para la generación de la innovación buscando mejorar su competitividad; sin embargo, estos esfuerzos se han concentrado en algunas empresas y ramas industriales y no se ha generalizado por lo que existe una oportunidad para desarrollar sistemas de gestión con base en experiencias y prácticas exitosas que favorezcan el desarrollo de las empresas (Comité Intersectorial para la Innovación, 2011).

Enfoque sobre innovación empresarial

Joseph Schumpeter (1966) es el primero que describe la innovación como motor de desarrollo económico y también porque la considera como un proceso dinámico continuo, donde las nuevas tecnologías desplazan a las antiguas. Otra aportación de Schumpeter es la clasificación que hizo sobre los tipos de innovación: introducción de nuevos productos; introducción de nuevos métodos de producción; apertura de nuevos mercados; desarrollo de

nuevas fuentes de abastecimiento de materias primas u otros recursos; creación de nuevas estructuras de mercado. En el Manual de Oslo (2006) la OCDE señala que las innovaciones pueden ser: “radicales” cuando implican un cambio relevante; y las “incrementales” cuando son innovaciones que mejoran en forma continua el proceso o producto, esto es son mejoras dentro del mismo paradigma (OCDE, 2006) .

Según Drucker (1985) el proceso de innovación debe estar orientado al cliente e identifica tres enfoques: con base en las necesidades percibidas del cliente, la innovación enfocada en las necesidades no percibidas del cliente y la innovación orientada por las necesidades futuras de los clientes (Garza Villegas, 2009).

Thomas Kuczmariski (1997) considera la innovación como una responsabilidad y forma de pensar de los líderes, la cual implica directrices y acciones de la alta administración de la empresa.

Allan Afuah (1999) presenta a la innovación como el uso de “conocimiento tecnológico y de mercado” el cual es utilizado por la empresa para desarrollar y brindar un nuevo producto o servicio a sus clientes. También Afuah considera que la innovación puede tener dos vertientes: ser técnica o administrativa; puede ser algo nuevo pero no necesariamente un producto material, puede ser también un cambio fundamental en alguna práctica administrativa o proceso.

Para Clayton M. Christensen (1999) la innovación está en estrecha relación con la tecnología describiéndola como los procesos por los cuales una organización transforma el trabajo, el capital, los materiales y la información que recibe, en productos y servicios de mayor valor para el cliente o mercado.

Ernest Gundling (2000) hace referencia a los tres distintos tipos de innovación que realiza 3M a saber: innovación de tipo radical esto es la que da a luz a un nuevo negocio o industria; el segundo tipo se relaciona con innovaciones que crean una nueva posición competitiva o nicho de mercado; el tercer tipo se asocia con la extensión de línea de producto, con aquellos productos y servicios que tienen un avance incremental.

En el 2003 Henry Chesbrough acuña el término “innovación abierta” (*open innovation*); el cual se fundamenta en la idea de que las empresas ya no son capaces de abordar por sus propios medios todo el proceso de la

innovación; Chesbrough desarrolla el concepto de que las empresas deben establecer relaciones con fuentes externas (propiedad intelectual, ideas, productos, personas, instituciones) las cuales deben integrarse en su propia cadena de innovación.

Luigi Valdés (2004) define el concepto de innovación como “Innovación es el arte de crear algo nuevo, novedoso y original, colocarlo en un mercado y que el cliente esté dispuesto a pagar por ello”. De acuerdo a Valdés la innovación es un proceso sistémico orientado al cliente y para que este sea completo tiene que lograr un impacto en el mercado y esto dependerá en gran medida de los niveles de la innovación, los cuales pueden ser graduales o evolutivos, de rompimiento o de arquitectura de nuevos modelos de negocio.

Daniel Goleman (2009) autor de la inteligencia emocional, describe la innovación empresarial como la creatividad en el lugar de trabajo, como una capacidad para la creación de nuevos productos y de mejores servicios a sus clientes; es una capacidad para introducir innovaciones en la administración mejorando los métodos de distribución o aplicando ideas nuevas para financiar el negocio.

Fernando Trías de Bes y Philip Kotler (2011) hacen la siguiente afirmación “Por innovación debe entenderse también el desarrollo de una cultura innovadora en la empresa, la cual hará posible que produzca y ponga en el mercado una corriente continua de innovaciones menores o marginales. Es entonces cuando, aunque parezca paradójico, la innovación radical acabará surgiendo.” También afirman “es muy difícil, por no decir imposible, que una organización que lanza pocas innovaciones marginales sea exitosa lanzando una innovación radical. En un caso así, la cultura de innovación no estará suficientemente desarrollada y la empresa no se encontrará probablemente preparada para ejecutarla. Una empresa que no está acostumbrada a innovar de forma regular no suele hacerlo bien cuando ha de innovar de forma excepcional”.

Considerando las descripciones de los autores anteriormente citados se puede observar que para describir a la innovación empresarial existen elementos en común, algunos de ellos son: nuevos productos, nuevos procesos, nuevas metodologías, desarrollo tecnológico y la creación de valor para el mercado o los clientes.

Características de la innovación.

Al realizar la revisión sobre innovación en diferentes ámbitos se observa que puede ser de tres tipos: competencias de las personas innovadoras; características de las empresas innovadoras; así como políticas y estrategias de países o regiones innovadoras. La presente investigación se enfoca a la descripción del rol o prácticas del equipo líder en las empresas innovadoras por lo cual a continuación se presenta una breve descripción de ambos términos.

Empresa Innovadora.

Para definir dicho concepto, se presenta en primera instancia dos definiciones básicas: empresa e innovación.

De acuerdo al CONACYT se considera como empresa a “persona moral que realiza actividades económicas dirigidas a la producción, distribución o al intercambio de bienes o servicios para el mercado con fines de lucro; así como las instituciones sin fines de lucro, que están esencialmente al servicio de la empresa” (CONACYT, 2008).

En cuanto a innovación, etimológicamente el término de innovar proviene del latín *innovare*, que significa cambiar o alterar las cosas introduciendo novedades (RAE, 2013).

El CONACYT en “Bases de Organización y Funcionamiento del Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas (RENIECYT)”, describe la innovación tecnológica de la siguiente manera: “Conjunto de actividades ordenadas que conducen a la obtención e implementación de nuevos productos y procesos, así como a lograr cambios significativamente mejorados en los mismos” (CONACYT, 2008).

El Manual de Oslo define la empresa innovadora como “aquella que ha introducido una innovación durante el periodo de tiempo considerado. Las innovaciones no necesitan haber sido un éxito comercial, muchas innovaciones fracasan. Las empresas innovadoras se dividen en las que principalmente han desarrollado innovaciones por sí mismas o en cooperación con otras empresas u organizaciones de investigación públicas, o las que han innovado principalmente adoptando las innovaciones

desarrolladas por otras empresas. Las empresas innovadoras se pueden distinguir también por el tipo de innovación que han introducido, si han desarrollado un nuevo proceso o producto, o si han introducido un nuevo método de comercialización o un cambio en la organización” (OCDE, 2006).

Dados los conceptos anteriormente expuestos, se considera como empresa innovadora aquella que ha introducido una innovación durante el periodo de tiempo considerado.

Equipo líder o alta administración.

Existe una vasta literatura sobre el liderazgo y sus diferentes enfoques, se puede encontrar definiciones y estudios sobre liderazgo político, liderazgo económico, liderazgo empresarial, liderazgo religioso, entre otros. Dada la orientación del presente artículo, se consideran las aportaciones de diversos autores en la descripción de las características del liderazgo que tienen las empresas para implementar estrategias que fomenten la innovación en sus organizaciones.

Una de las características de los líderes es su característica de estrategia para desarrollar planes, estrategias y directrices (Westcott, 2006). Kuczmarski (1997) afirma que la innovación inicia por la alta gerencia puesto que es ella la que establece las estrategias y las acciones que orientan la innovación en toda la empresa. También Afuah (1999) identifica la estrategia de la empresa como un elemento crítico que trazará el rumbo de la innovación. Fernando Trias de Bes y Philip Kotler (2011) afirman lo siguiente: “La planeación es el primero de los elementos de un Sistema Integral de Innovación, planificar permite alinearse con la estrategia corporativa, asignar recursos de modo eficiente y alimentar ordenadamente la planeación operativa para los procesos de innovación de la compañía. La planeación de la innovación es responsabilidad conjunta del CIO y del CEO, o de la alta gerencia de la empresa dado que se trata de un área estratégica y crítica para la supervivencia de la organización”.

Un equipo de más de 30 investigadores del Minnesota Innovation Research Program (MIRP), en su publicación identificaron cuatro tipos de liderazgo: el Patrocinador, el Mentor, el Crítico y el Líder institucional, (Van de Ven, et al. 2000).

Otra característica del liderazgo es el rol como administrador que organiza y optimiza el uso de los recursos tanto de capital humano como de capital de trabajo (Westcott, 2006). Kuczarski (1997) describe la relevancia de una organización holística para la innovación, lo cual implica contar con equipos de trabajo interfuncionales responsables de innovar, establecer un sistema de reconocimiento, contar normas y valores que guíen el comportamiento del personal, así como establecer un proceso de desarrollo por etapas, lo que permite que los equipos de innovación cuenten con una estructura y guía para transformar una nueva idea en un producto real.

Clayton Christensen (1999) en su investigación sobre innovaciones disruptivas habla sobre los errores que puede cometer la alta administración y los principios que deben considerarse para no fracasar; entre ellos se destaca la relevancia que tiene para la empresa los mercados actuales y la creación de nuevos negocios con las tecnologías disruptivas desarrolladas.

Otro elemento común en el liderazgo estratégico para la innovación es el seguimiento que se realiza a través de indicadores. Kuczarski (1997) y Trias de Bes (2011) mencionan la importancia de contar con un sistema de indicadores para medir el progreso, la rentabilidad de la innovación y el impacto en la empresa.

Dado lo anteriormente expuesto se considera que el equipo líder o la alta administración realiza prácticas tales como: el establecimiento de directrices, estrategias, procesos, y mecanismos para orientar a toda la organización hacia el desarrollo sustentable basado en innovación.

Prácticas y roles del equipo líder (o alta administración) para la gestión de la innovación en las empresas

Russel T. Westcott (2006) distingue los roles y responsabilidades de los líderes, distingue diversos estilos de liderazgo como el liderazgo transaccional, el transformacional, el situacional, los líderes de opinión por mencionar algunos. En cuanto a los roles que realiza el equipo líder menciona los siguientes:

- Estrategia que desarrolla directrices que orientan a la empresa en sus planes estratégicos así como en el despliegue en planes operativos, metas y objetivos.

- Arquitecto que construye una estructura organizacional que soporta las estrategias, metas y objetivos.
- Administrador que organiza y optimiza el uso de los recursos tanto de capital humano como de capital de trabajo.
- Emprendedor porque genera nuevos negocios para la sustentabilidad de la organización.
- Innovador porque continuamente busca caminos para introducir nuevos productos, mejorar los procesos o llegar a nuevos mercados.
- Coach-entrenador, él mismo es guía y ejemplo, conoce y enseña sobre las actividades a realizar.

En cuanto a las responsabilidades de los líderes administrativos Westcott (2006) señala que son:

- La planeación estratégica, con todas sus implicaciones como el mapeo del despliegue en objetivos, metas, acciones, proyectos, inversiones.
- El diseño de la organización asegurando que es adecuada para la consecución de su misión, estrategias y metas, estableciendo su estructura organizacional con sistemas y procedimientos.
- La administración de capital humano, con funciones como la selección, el desarrollo de competencias y su retención creando un ambiente motivado en el trabajo para el logro de las estrategias.
- La dirección proveyendo el soporte y las acciones requeridas para el logro de los objetivos y metas.
- El control, monitoreando el desempeño contra los resultados planeados, tomando las acciones correspondientes para el logro de los mismos, identificando las áreas de mejora (Westcott, 2006).

Otro autor que describe el liderazgo empresarial es Thomas Kuczmariski (1997) quien afirma que la innovación comienza por la alta gerencia, porque es ella quien establece las estrategias y las acciones que orientan el desarrollo de la innovación en toda la empresa, también menciona que es responsabilidad de la alta gerencia establecer los indicadores para medir los esfuerzos, inversiones y resultados de la innovación en la organización. En su texto "Innovación: Estrategias de liderazgo para mercados de alta competencia" describe con precisión como el liderazgo de la alta gerencia debe ser comprometido a través de la creación de tres plataformas sobre las cuales se desarrollan los bloques de la innovación:

- Planear para la innovación, que a su vez implica crear una visión, desarrollar una estrategia y diseñar un portafolio de tecnología e innovación;
- Definir el proceso de desarrollo, lo cual significa diseñar un proceso de desarrollo de la innovación por etapas: exploración de las necesidades del consumidor, generación de ideas, desarrollo de ingeniería conceptual, análisis del negocio, desarrollo de prototipo y pruebas en planta, prueba piloto en mercado entre otras;
- Formar una organización holística para la innovación, lo cual implica contar con equipos de trabajo interfuncionales responsables de innovar, establecer un sistema de reconocimiento, contar normas y valores que guíen el comportamiento del personal, finalmente contar un sistema de medición para medir el progreso y rentabilidad.

Otro investigador que identifica el liderazgo estratégico es Alan Afuah (1999), describiendo su rol en la toma de decisiones que realiza la alta dirección para invertir en el desarrollo de una innovación o para adoptarla. Esta toma de decisiones depende de dos elementos, un elemento son las creencias, valores y directrices de la empresa y el otro elemento es la capacidad de la alta gerencia de reconocer el potencial de la innovación en la industria en la cual se mueve la empresa. Afuah identifica la estrategia como un elemento clave y la define como una capacidad para recopilar y procesar información que la empresa puede seguir diversos tipos de estrategias entre ellas destaca dos, la estrategia de tipo ofensiva y la estrategia de tipo defensiva.

- La estrategia de tipo ofensiva es cuando la empresa quiere ser la primera en introducir nuevos productos, por lo cual sus acciones están dirigidas hacia la generación de nuevas ideas para convertirlas en productos antes de que lo hagan los competidores, para lograrlo invierten grandes cantidades en investigación y desarrollo.
- La estrategia de tipo defensiva, es la estrategia que siguen las empresas que esperan que una precursora introduzca primero el producto, y después introduce los propios corrigiendo errores que pudo cometer la empresa precursora, también estas empresas invierten en investigación y desarrollo ya que sus productos deben ser una imitación diferenciada;

otros tipos de estrategias que pueden seguir las empresas son dependiente, tradicional y oportunista. (Afuah, 1999)

Clayton Christensen (1999) en su investigación sobre innovaciones disruptivas habla sobre los errores que pueden tener la alta administración, y al realizar su estudio identifica cuatro principios que debe considerar para no fracasar, estos son:

- Las empresas dependen de sus clientes e inversiones para obtener recursos y la alta administración debe considerar realizar nuevos negocios "spin off" con las nuevas tecnologías emergentes que se desarrollan en las empresas.
- Los mercados pequeños no resuelven las necesidades de crecimiento de las empresas grandes, la experiencia es que la alta administración típicamente asigna a otra organización la responsabilidad de comercializar los nuevos productos según el tamaño de su mercado.
- No se pueden analizar aquellos mercados que aún no existen, conocer el mercado es responsabilidad de una buena administración, sin embargo menciona Christensen, este es el dilema de los innovadores porque no se pueden estimar proyecciones financieras cuando no se conocen los ingresos y sus costos, estas estimaciones serán realizadas un tanto en el ejercicio de prueba y error.
- La provisión de tecnologías puede no ser igual que la que demanda el mercado. (Christensen C. M., 1999)

Un equipo de más de 30 investigadores del Minnesota Innovation Research Program (MIRP) publican su investigación sobre innovación, en dicha publicación identifican cuatro tipos de liderazgo:

- Patrocinador, el cual ocupa una posición suficientemente alta para ejercer el poder y disponer de los recursos necesarios para poner en práctica ideas innovadoras, él es quien gestiona la innovación entre la corporación y realiza roles como procuración, defensa, y representación en los niveles más altos de la organización.
- Mentor, típicamente este tipo de liderazgo es desempeñado por un innovador experimentado y exitoso, por lo cual incluye actividades de dirección, asesoría y consejo con los emprendedores de innovaciones sobre una base directa y cotidiana.
- Crítico, este tipo de liderazgo es el conocido como "abogado del diablo" por las actividades que desempeña ante la corporación y los

emprendedores en cuanto a su actuar de cuestionar las inversiones, las metas o los avances de los proyectos de innovación.

- Líder institucional, se ocupa de conservar un equilibrio de poder entre las influencias favorables a la innovación y el influjo inquisitivo del crítico, además el líder institucional toma el rol de facilitador ante cambios de estructura o estilos administrativos, busca típicamente que los conflictos se resuelvan con base en los méritos del caso. (Van de Ven, et al. 2000)

En los estudios realizados por Fernando Trias de Bes y Philip Kotler (2011) afirman lo siguiente: “La planeación es el primero de los elementos de un Sistema Integral de Innovación, planificar permite alinearse con la estrategia corporativa, asignar recursos de modo eficiente y alimentar ordenadamente la planeación operativa para los procesos de innovación de la compañía. La planeación de la innovación es responsabilidad conjunta del CIO y del CEO, o de la alta gerencia de la empresa dado que se trata de un área estratégica y crítica para la supervivencia de la organización”.

Con base en los autores y las definiciones anteriormente expuestas, se considera para la presente investigación que el liderazgo estratégico orientado a la innovación comprende: el establecimiento de directrices, estrategias, procesos y prácticas que la dirección debe establecer para orientar a toda la organización hacia el desarrollo sustentable basado en innovación; por lo cual es considerado uno de los factores críticos de éxito de las empresas innovadoras y una variable independiente de la presente investigación.

Planteamiento del problema

Uno de los principales problemas que enfrenta México es su desarrollo económico, el cual radica en la capacidad de generación de riqueza de forma particular por parte de sus empresas. Es por ello que se vuelve relevante aprender de las experiencias de otras organizaciones que han logrado ventajas competitivas y que les ha permitido un crecimiento económico equiparable o mayor que el de sus pares (Comité Intersectorial para la Innovación, 2011).

Al revisar el estado del arte sobre los elementos característicos del equipo líder o la alta administración de las empresas innovadoras, se encontró que existen estudios sobre las prácticas y roles de sus líderes en empresas de Estados Unidos y Europa, sin embargo en México se carece de estudios del impacto que tienen estas prácticas en su conjunto sobre los resultados en las empresas innovadoras.

Objetivo de la investigación

Analizar y determinar las prácticas y roles del equipo líder que impactan positivamente en los resultados de la innovación de procesos de la empresa innovadora de la Zona Metropolitana de Monterrey.

Hipótesis de la investigación

El liderazgo estratégico de la alta administración está relacionado de manera positiva con los resultados en innovación de las empresas innovadoras.

La ecuación de regresión se expresa matemáticamente mediante la siguiente ecuación:

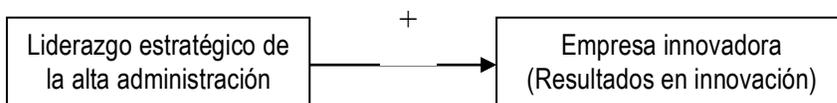
$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon \quad (1)$$

Donde:

Y = Empresa innovadora (resultados en innovación)

X = Liderazgo estratégico

Figura 1: *Modelo de liderazgo estratégico de la alta administración*



Fuente: Elaboración propia

Operacionalización de la variable dependiente

El Manual de Oslo en el punto 47, define la empresa innovadora como aquella que ha introducido una innovación durante el periodo de tiempo considerado. También en el Manual de Oslo en el punto 48 se menciona que los impactos de las innovaciones en los resultados de la empresa pueden percibirse en las ventas o en la cuota de mercado u originar cambios en la productividad y la eficiencia (OCDE, 2006, pág. 27). En términos de ítem significa:

- Resultado de la innovación en procesos considerado como el promedio del porcentaje de incremento en la productividad (o eficiencia), en los últimos tres años.

Operacionalización de la variable independiente

De acuerdo a lo descrito en el marco teórico, el liderazgo estratégico orientado a la innovación comprende el establecimiento de directrices, estrategias, procesos y prácticas que la dirección debe establecer para orientar a toda la organización hacia el desarrollo sustentable basado en innovación. Implica en términos de ítems:

- Plan estratégico que contiene visión, directrices, objetivos, metas y portafolio de nuevos productos o tecnologías;
- Diseño de estructura organizacional para el desarrollo de la innovación a través de manual de organización, con valores, normas, procedimientos;
- Selección e integración de equipos de trabajo con personal competente en diferentes funciones;
- Diseño e implementación de proceso de innovación con procesos, métodos documentados que conlleven a la innovación de productos o procesos;
- Diseño o implementación de proceso de innovación con procesos de vinculación con el mercado y con otras organizaciones (empresas, centros de investigación, universidades) para el desarrollo de nuevos productos o tecnologías;

- Sistema de información con procedimientos y métodos para mantener la comunicación con el mercado (para identificación de necesidades, expectativas de clientes y usuarios);
- Inversión o asignación de recursos económicos o financieros para la innovación (presupuesto, fondos gubernamentales, créditos);
- Sistema de seguimiento al avance de los proyectos de innovación.

Para calcular el valor de la variable independiente por empresa considerando que está compuesta por 8 ítems, se siguió el método de promedios ponderados, donde el factor considerado para la ponderación es el “*corrected ítem-total correlation*” el cual se obtuvo a través del software SPSS, esta herramienta fue la utilizada para el análisis de los datos.

Diseño de la investigación

La presente investigación está basada en el método científico en forma cuantitativa y correlacional de acuerdo a las definiciones en Hernández Sampieri (2010). El instrumento de medición utilizado para la obtención de la información fue mediante una encuesta aplicada a empresas de la ZMM que han realizado innovación en sus productos, servicios o procesos en los últimos 5 años.

Para la medición de la variable dependiente el indicador considerado fue: promedio del porcentaje de incremento en la productividad (o eficiencia), en los últimos tres años. Para la variable independiente se utilizó la escala de Likert, donde el encuestado califica cada ítem según su apreciación en puntuaciones del 1 a 5, siendo: 1= Nada de acuerdo o no se cuenta; 2= Poco de acuerdo; 3= De acuerdo; 4= Muy de acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo o casi completa.

Para establecer el tamaño de la muestra se consideraron las empresas que han recibido fondos del CONACYT para realizar proyectos de innovación y desarrollo tecnológico en sus organizaciones en los últimos 5 años, el número de organizaciones es de 96 empresas de la ZMM.

Considerando los principios estadísticos y realizando los cálculos correspondientes la “n óptima” es de **48** empresas, en este cálculo se considera un error de estimación (nivel de precisión) equivalente al 0.1 esto

es un 10%, lo cual es considerado como apropiado en las ciencias administrativas.

En la aplicación del instrumento se logró recabar información de 43 encuestas que están realizando innovación con enfoque en sus procesos de operación; para analizar la confiabilidad del estudio se aplicó el alpha de Cronbach a las respuestas obtenidas y el resultado fue de 0.891 lo cual muestra que sus resultados son confiables.

Presentación de resultados

Con la intención de mostrar estadísticamente la relación directa que existe entre las dos variables anteriormente descritas, se aplicó el análisis de regresión simple introduciendo los resultados de las encuestas en el SPSS™ obteniéndose la siguiente información. El resultado del modelo fue significativo con un valor de .000, con una F de 75.699 y con 42 grados de libertad (véase Tabla 1).

Tabla 1. ANOVA

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	10387.648	1	10387.648	75.699	.000 ^b
Residual	5626.154	41	137.223		
Total	16013.803	42			

a. Variable dependiente: YProcesos

b. Variables predictoras: (Constante), LidEst

La R alcanzó un valor de 0.805 y el R² de 0.649 con un error de estimación de 11.714, considerándose como aceptable en las ciencias sociales, porque significa que la variable dependiente y su varianza es explicada en un 65% como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2. Resumen del modelo

R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
.805 ^a	.649	.640	11.714

a. Variables predictoras: (Constante), Liderazgo Estratégico

Fuente: Elaboración propia con base en IBM SPSS™

Un indicador a observar en la regresión lineal es el Durbin Watson, el resultado obtenido es de 1.677 con el cual se puede asumir independencia entre los residuos porque su valor obtenido está entre 1.5 y 2.5 (Pardo Merino & Ruiz Díaz, 2009)

Otro de los indicadores es el de FIV (Factor de Inflación de Varianza) el cual se recomienda sea menor a 4.0 (De la Garza García, Morales Serrano y González Cavazos 2003) y el resultado obtenido es de 1.00.

Finalmente la ecuación de regresión sería conforme a los datos obtenidos en la Tabla 3.

Tabla 3. *Coefficientes*

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
	B	Error típ.	Beta	t	Sig.
(Constante)	8.791	8.159		1.077	.288
LidEst	17.753	2.040	.805	8.701	.000

Fuente: Elaboración propia con base en IBM SPSS™

$$Y_{\text{Procesos}} = 8.791 + 17.753 \text{ LidEst} \quad (2)$$

Cabe mencionar que el motivo por el cual no se considera utilizar el coeficiente tipificado es porque en el presente estudio solamente se tiene una variable independiente y el coeficiente tipificado mide el impacto relativo de dos o más variables independientes, sobre la variable dependiente (De la Garza García, J. 2013)

Conclusiones

De acuerdo a los resultados presentados es posible responder la hipótesis del estudio, realizar un análisis en cuanto al objetivo de la investigación, y hacer contribuciones según la investigación conceptual y los resultados obtenidos en la regresión lineal.

La hipótesis se considera aceptada según los resultados estadísticos obtenidos.

En cuanto al objetivo del presente artículo se concluye que sí se cumplió puesto que se definieron las prácticas y roles del equipo líder; con los resultados obtenidos en la regresión lineal se observa que estas prácticas

impactan positivamente en los resultados de las empresas de la ZMM que están realizando innovación en sus procesos.

Finalmente es conveniente realizar algunas reflexiones con base en los resultados obtenidos y con ello destacar la contribución al conocimiento de la presente investigación:

Las empresas innovadoras han desarrollado un conjunto de prácticas y competencias en su sistema de gestión; estas prácticas realizadas en la cotidianidad son las que mantienen alineada a la organización en la consecución de su razón de ser y objetivos.

Es el equipo líder o la alta administración de las empresas los responsables de desarrollar un sistema de gestión para la innovación que contenga las prácticas que orienten su operación para el logro de los resultados esperados.

La alta administración deben considerar en sus sistemas de gestión, los ítems considerados en la encuesta de la presente investigación, puesto que en ella se reúnen los roles, prácticas, métodos, mecanismos que a su vez también son coincidentes en diferentes empresas innovadoras.

Referencias

- Afuah, A. (1999). *La dinámica de la innovación organizacional: El nuevo concepto para lograr ventajas competitivas y rentabilidad*. México: Oxford University Press, Inc.
- Chesbrough, H. (2006). *Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology*. Boston: Harvard Business School Publishing Corporation.
- Chesbrough, H. V. (2006). *Open innovation: Researching a new paradigm*. Oxford: Oxford University Press.
- Christensen, C. M. (1999). *El dilema de los innovadores*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Comité Intersectorial para la Innovación. (2011). *Programa nacional de innovación*. México, D. F.: Secretaría de Economía.
- CONACYT (2008). *Bases de organización y funcionamiento del Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas*. México, D.F.: Diario Oficial.
- De la Garza García, J., Morales Serrano, B.N., González Cavazos, B.A. (2013). *Análisis estadístico multivariante*. México, D.F.: Mc Graw Hill.
- Garza Villegas, J. (2009). *Factores reconstructivistas críticos determinantes de la innovación y efectividad organizacional: Estudio de Empresas de Nuevo León (Tesis doctoral)*. Monterrey, N.L. México: Tesis FACPYA, UANL.

- Goleman, D. K. (2009). *El espíritu creativo*. Barcelona: Zeta Bolsillo.
- Gundling, E. (2000). *The 3M way to innovation*. Japón: Kodansha International Ltd.
- Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, A.C. (2010). *Análisis estratégico para el desarrollo de la MIPYME en México*. México, D.F: IMEF.
- Kuczmariski, T. (1997). *Innovación, estrategias de liderazgo para mercados de alta competencia*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Kuczmariski, T. (2013). *Kuczmariski Innovation*. Obtenido de Innovation Culture el 14 de julio de 2013 en: <http://www.kuczmariski.com/services/innovation-culture/>
- OCDE. (2006). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. EUROSTAT: Tragsa.
- OCDE. (2009). *Innovación en las Empresas*. París: Biblioteca en línea de la OCDE www.oecd-ilibrary.org.
- RAE. (2013). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española.
- Trias de Bes, F. K. (2011). *Innovar para ganar: el modelo A-F*. Barcelona: Ediciones Urano.
- Valdés, L. (2004). *Innovación: El arte de inventar el futuro*. México, D. F: Grupo Editorial Norma.
- Valdés, L. (2008). *El dado de 7 caras*. México, D. F: Fundación para el Liderazgo e Innovación Estratégica A.C.
- Van de Ven, A. H. (2000). *El viaje de la innovación: El desarrollo de una cultura organizacional para innovar*. México, D. F: Oxford University Press, Inc.
- World Economic Forum. (2012). *The global competitiveness report 2011–2012*. Suiza: SRO-Kundig.

Innovaciones de Negocios 12(23): 133 - 151

© 2015 UANL, Impreso en México (ISSN 2007-1191)

Fecha de recepción: 02 de mayo de 2015. Fecha de aceptación: 02 de junio de 2015

**El entorno social como elemento a considerar para
predecir la ciudadanía de los trabajadores
dentro de la organización
(The social environment as element to consider in predicting
citizenship of workers within the organization)**

**María Mayela Terán Cázares, María Eugenia García de la Peña &
Mónica Blanco Jiménez**

Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración,
San Nicolás de los Garza, N.L., México.

Email: mayela.teran@gmail.com

Keywords: human capital, organizational citizenship behavior, social environment

JEL: M12 & 015

Abstract: This study analyzes the relationship between the social environment, which is defined in this study in relation to social values and religious beliefs of the individual and how these affect organizational citizenship behaviors. For this, a sample of employees from various public agencies belonging to the areas of service and support to the community in a city in the north of Mexico was studied. It created and implemented a survey based on the theory to measure the impact of the environment citizens in social behaviors of employees in these organizations, seeking to know their conduct and behavior and if these social behaviors were developed within their social environments. In this research the relationship of these elements in the public behavior is tested.

Palabras Clave: capital humano, comportamiento de ciudadanía organizacional, entorno social

JEL: M12 & 015

Resumen: El presente estudio analiza la relación entre el entorno social, el cuál es definido en este estudio en relación a las creencias sociales y a los valores de la persona y cómo influyen estos en los comportamientos de ciudadanía organizacional. Para ello se estudió una muestra de empleados de diferentes dependencias públicas pertenecientes a las áreas de servicio de salud y apoyo a la comunidad en una ciudad al norte de México. Se creó y aplicó una encuesta en base a la teoría a fin de medir el impacto del entorno social en los

comportamientos ciudadanos de los empleados en este tipo de organizaciones, buscando conocer sus conductas y comportamientos y si estos comportamientos sociales eran desarrollados dentro de sus entornos sociales. En esta investigación se prueba la relación de los mencionados elementos en los comportamientos ciudadanos.

Introducción

Este trabajo de investigación está enmarcado en dos grandes conceptos, el primero es el entorno social de los trabajadores el cuál es manifestado en el análisis de los valores y creencias sociales en los que han crecido fuera de su ámbito laboral, el cual forma parte de él mismo y determina sus características propias, el segundo concepto es la ciudadanía organizacional, los cuáles son los comportamientos extra rol del individuo que ejecuta de manera voluntaria y que generan un beneficio para la propia organización, razón por la cual es necesario definir las desde un inicio con la finalidad de relacionar la influencia de estos elementos.

El entorno social, representa una serie de elementos que hacen referencia al ambiente en el que se desenvuelve el individuo (social y cultural), los cuales tienen una influencia en su conducta ya que son parte de sus costumbres y modos de vida (Dávila y Martínez, 1999). En base a lo anterior, consideramos como los grupos humanos organizados, coordinados y dirigidos hacia un objetivo común poseen cultura, ya que ella es parte fundamental de cualquier grupo social.

En cuanto a la ciudadanía organizacional, es un comportamiento individual, discrecional y no es reconocido por el sistema formal y en conjunto promueve la eficiencia y efectividad de la organización (Organ, 1988). Para este tipo de comportamiento los empleados no reciben entrenamiento o capacitación para realizarlo (Bolino, 1999), ya que es un comportamiento extra-rol, que sobrepasa los roles o papeles del individuo (Kidder y Malean, 2001).

Este orden permite presentar la presente investigación en dos perspectivas teóricas, en la primera parte se desarrolla el marco teórico del entorno social, el cual está compuesto por factores que representan rasgos característicos de las dinámicas sociales e ideológicas. Para tal efecto fueron considerados los valores sociales y las creencias religiosas como elementos

del entorno social, en base al análisis etimológico de los conceptos cultural y social, los cuales representan las dinámicas de interacción del individuo.

La segunda parte está basada en los trabajos de Dennis Organ, (Bateman y Organ, 1983; Organ, 1988; Organ, Podsakoff y MacKenzie, 2006; Smith, Organ y Near, 1983) quién fue el primero en utilizar el término de Ciudadanía Organizacional, y junto con Bateman (1983) desarrolló un cuestionario del que se derivan una variedad de dimensiones de comportamiento de ciudadanía organizacional.

La conducta de la ciudadanía varia a través de los diferentes niveles de la organización, ya que para algunos supervisores es definida y percibida de forma distinta que para los otros niveles superiores organizacionales, de tal manera que esas diferencias de percepciones pueden ser atribuibles a valores culturales que pueden tener un impacto profundo de cómo la ciudadanía es vista en otros ámbitos (Morrison 1994 en Farh, Earley y Lin, 1997).

El objetivo de la presente investigación es contribuir teórica y empíricamente al estudio de la relación del Entorno Social en la predicción de los comportamientos de ciudadanía organizacional y por ende predecir y asegurar la ciudadanización del empleado.

El entorno social, representa las dinámicas sociales, costumbres y valores que trae consigo el individuo y que son parte de su conducta. La sociedad es una agrupación natural o pactada de personas, en la que cada uno de ellos de forma independiente coopera para cumplir con algún fin (Real Academia Española, 2014), de esta definición, podemos inferir el concepto de cultura, el cual, en un concepto general, es un conjunto de conocimientos, costumbres y modos de vida que permite a alguien desarrollar su juicio crítico (Real Academia Española, 2014), de acuerdo a ello se eligieron los 2 elementos del entorno social, valores sociales (social) y creencias religiosas (social – cultural).

La variable del Entorno Social, se considera como predictor, en base a que es parte de las fuerzas indirectas del entorno externo que influyen en el clima en el que se actúa en la organización, estas fuerzas son los entornos económico, tecnológico, político y legal, ético y socio cultural (Koontz y Weihrich, 1998).

La ciudadanía organizacional es un comportamiento resultante del desempeño del empleado en su productividad (Smith, Organ y Near, 1983),

es importante considerar que el empleado es parte de un entorno, en el que se desenvuelven fuerzas sociales y culturales que impactan de manera significativa en su comportamiento, de tal manera que existen formas de comportamiento humano que son influenciadas por su comunidad inmediata (Boomer, Miles y Grover, 2003).

De esta manera el planteamiento del problema se considera ¿El entorno social predice la ciudadanía de los empleados a partir del Comportamiento de la Ciudadanía Organizacional

Marco teórico

En este apartado se presenta la revisión de la literatura en las variables de estudio, observándose como los estudios organizacionales le han dado una gran importancia a la necesidad de entender el comportamiento del individuo dentro de la organización y que elementos se vinculan de forma directa o indirecta a este estudio.

El entorno social

El entorno social es parte del entorno general de la organización, es por ello que es importante sentar su precedente al iniciar con la presente revisión teórica con el análisis del propio entorno general, el cual está compuesto por factores internos (micro entorno) y por factores externos (macro entorno) que representan diversas restricciones dentro de las cuáles las organizaciones deben funcionar, los factores internos son parte de la organización, en donde se mencionan las políticas, las reglas, los procedimientos, todo ello propio de la organización. Los factores externos se encuentran constituidos por fuerzas indirectas del entorno externo que pueden afectar de forma directa o indirecta a los procesos organizacionales, ya que influyen en el clima en el que se actúa en la organización, estas fuerzas o segmentos son los entornos demográfico, económico, tecnológico, político y legal, global, ético y social (Hitt, Ireland, Hoskisson, 2001).

El segmento demográfico se relaciona con las características físicas de la población, el segmento económico es relacionado con la producción y distribución de bienes y servicios que la población desea y por los que puede

pagar, el tecnológico proporciona el conocimiento y la tecnología que se usa para hacer las cosas, el político y legal es el grupo de leyes, regulaciones, agencias gubernamentales y normas formalmente establecidas por el gobierno, el segmento global se relaciona con el intercambio cultural y el análisis de mercados globales, el ético representa dinámicas de conductas establecidas entre los deberes y obligaciones morales y el segmento Social se compone de actitudes, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación, creencias y costumbres de las personas de un grupo o sociedad determinados.

Los deseos, expectativas y presiones sociales dan lugar al surgimiento de leyes y normas éticas, las fuerzas sociales, incluida la ética, aparecen normalmente antes de la emisión de leyes (Koontz y Weihrich, 1998). Cada nación es determinada por un sistema cultural y social, el cual comprende determinadas creencias y valores propias de su entorno, al hablar del sentido cultural, se hace referencia al conjunto de procesos relacionados con las estructuras y con las dinámicas sociales; en la aseveración del sistema social, se describen el conjunto de creencias (ideologías), valores materiales y espirituales, así como los procedimientos utilizados para crear dichos valores.

Partiendo de la base anteriormente descrita y considerando propiamente el aspecto humano en la organización, fue la razón por la que se optó por seleccionar el entorno social, el cuál es parte del entorno externo. Las tendencias sociales con respecto a la manera en que las personas piensan y se conducen tienen implicaciones importantes para la administración de la fuerza de trabajo, las acciones corporativas y las decisiones estratégicas acerca de los productos y los mercados (Bateman y Snell, 2004). Los individuos son entes dinámicos, los cuáles van modificando su conducta en base al entorno en el que se desenvuelven, creando nuevas necesidades, adaptando formas de conducta y generando nuevas costumbres culturales y sociales.

El entorno social difiere entre cada población, de entre los cuáles se observa las diferencias en las costumbres del cuidado a la salud, los hábitos de ahorro y el tiempo de retiro laboral, actitudes hacia el trabajo y hacia el mismo trabajo en equipo, el conocer los efectos del entorno sociocultural permite conocer las expectativas del empleado. Es vital entender que la cultura nacional tiene un efecto primario en las características sociales, las

actitudes y los valores culturales, los cuáles determinan comportamientos que pueden predecir que esperar antes de cierta situación en particular (Hitt, Ireland, Hoskisson, 2001).

En base a la anterior revisión teórica, el entorno social ha sido estudiado considerando dos áreas, la primera abarca los valores sociales en donde se estudian la honestidad, la tolerancia y la solidaridad, en el segundo se analizan las creencias religiosas como parte de un entorno cultural representativo de una sociedad mexicana altamente influida por cuestiones religiosas.

a) Valores sociales

Los valores son convicciones básicas sobre un modo o conducta específica, es el estado final de la existencia, son conductas preferibles personales o sociales (Robbins y Judge, 2007). Se consideran valores sociales porque son relativos a una sociedad. Existe una gran variedad de valores, para efectos de esta investigación, fueron seleccionados los valores sociales de solidaridad, tolerancia y honestidad, esto en base a la revisión en fuentes bibliográficas sobre los valores más mencionados en las investigaciones sobre el tema, a continuación se describirá cada uno de ellos, con base a sus raíces etimológicas:

La Solidaridad: es la adhesión circunstancial y voluntaria a la causa o a la empresa de otros (Real Academia Española, 2014), podremos decir que la solidaridad es una actitud que debemos asumir en emergencias o desastres, este valor es una característica de la sociedad, el cual hace que los seres humanos se unan con sus semejantes y cooperen con ellos, es una ayuda mutua que debe de existir, es la participación de todos de ser sensibles a las necesidades de nuestra sociedad, de la cual formamos parte.

La Tolerancia: es el respetar las ideas, creencia o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias (Real Academia Española, 2014), la tolerancia es el aceptarse, es el respeto a las distinciones, es una virtud moral de permitir acciones o preferencias aunque estén en contra de nuestras creencias u opiniones y que no son impedidas por una autoridad formal.

La Honestidad: Decente o decoroso, recatado, pudoroso, razonable, justo, probo, recto, honrado (Real Academia Española, 2014), la honestidad

es una forma congruente entre lo que se piensa y se hace, esta nos garantiza confianza, seguridad e integridad.

b) Creencias religiosas

La religión tiene una influencia fuerte en los fenómenos políticos y sociales, de hecho la religión es considerada por muchos como un componente inseparable e integral de la política y la sociedad. S.N. Eisenstadt argumenta que la religión es y ha sido siempre la premisa de la civilización siendo un elemento esencial en los procesos políticos y cambios sociales. Brian S. Turner, argumenta que la religión no puede ser entendida excepto por la concentración en sus roles sociales al unir a la comunidad detrás de un sistema común de rituales y creencias. Una de las influencias más importantes de la religión en la sociedad es su capacidad de alentar o minar la legitimidad de los gobiernos, grupos de oposición y otros tipos de instituciones o de movimientos sociales y políticos (Fox y Sandler, 2003).

La identificación religiosa o la carencia de esta, influencia la actitud hacia la aplicación de la moralidad, la forma de vida y la tolerancia a la diversidad, incluso la religión es a menudo una influencia significativa en el terrorismo, que es, entre otras cosas una forma extrema de expresión política, en algunas culturas se considera la religión como una justificación hacia el terrorismo, ya que los terroristas que confían en motivaciones y justificaciones religiosas consideran los extremos como sí mismos, no son parte de las audiencias y se ven como fuera de un sistema que deben sustituir, sienten que deben intentar reconstruir las condiciones creídas para existir en la época de fundación de su religión (Fox y Sandler, 2003).

Uno de los aspectos culturales primordiales en la sociedad mexicana es su creencia religiosa; la religión católica continúa presentando mayor penetración entre la población. En el año 2000 la proporción de católicos en el país, entre la población de 5 años y más, fue de 87.6% en los hombres y 88.4% en las mujeres. Le siguen las religiones de tipo protestante o evangélicas con 6.8% y 7.7% respectivamente (INEGI. Comunicado de prensa. 8 de marzo 2004. no. 030/2004. Página 7/7).

La iglesia Católica tiene una fuerte influencia en los valores culturales básicos de México. Los valores cristianos que enseñan penetran todo el sistema de la sociedad, aunque no todos los mexicanos sean asistentes asiduos a la iglesia. La religión católica se ve como una fuerza coherente, ya

que proporcionan la base para los valores morales fundamentales, el auto imagen del individuo y el respeto hacia otros, e influye en la relación con la naturaleza y el mundo espiritual. Como resultado, se encuentra una fuerza consistente en el respeto por la dignidad del individuo y en la cortesía, que son parte de la formación de los niños o de la educación en su sentido amplio. El colectivismo es un predictor significativo de los motivos de interés hacia la organización y valores pro-sociales, identidad de rol y comportamientos de ciudadanía organizacional (Dávila & Finkelstein, 2011).

Además, en un país donde se encuentra una extensa pobreza, la religión ofrece consuelo, tranquilidad, una aceptación del destino y el valor para seguir luchando, a pesar del sufrimiento y las aparentemente insuperables desventajas. Así que por encima de todo, la religión ha ayudado mucho a mantener la paz social durante los catolicismos dolorosos que ha padecido México. A pesar de todas las tensiones en la sociedad mexicana, la Iglesia continúa siendo una gran fuerza para la conservación de los valores culturales profundos de México. (Kras, 2001)

Comportamiento de ciudadanía organizacional

El tópico de ciudadanía organizacional, inicialmente entre 1983 a 1988, no tuvo un impacto substancial en el campo de la investigación, encontrando únicamente trece artículos que solo relacionaban conceptos como comportamiento extra rol, comportamiento pro-social, espontaneidad organizacional, sin embargo, el despegue se da de 1983 a 1988 en donde se publicaron más de 122 artículos, destacando un interés en el comportamiento de ciudadanía organizacional, expandiéndose a una variedad de diferentes dominios y disciplinas.

Sin embargo el rápido crecimiento de esta teoría trajo consigo que se estudiara la relación del comportamiento ciudadano con otros tópicos, más que definir la naturaleza del comportamiento de la ciudadanía en sí mismo (Podsakoff, Mackenzie, Paine y Bachrach, 2000). Investigaciones relacionadas con la impresión de la gerencia, acerca de cómo el individuo desea parecer o quiere que la empresa lo vea, incluye un comportamiento específico con la ciudadanía organizacional tales como llegar temprano al trabajo e irse tarde (Bolino, 1999). En 1988, Organ provee una escala multi

dimensional de OCB, esta escala contenía 5 dimensiones (ayuda, cortesía, espíritu deportivo, rectitud y virtud cívica), posteriormente (Farh, 1997) identificó 2 dimensiones adicionales, las cuáles eran armonía interpersonal y proteger los recursos de la compañía.

En base al análisis anterior, se consideró las siguientes dimensiones de Ciudadanía Organizacional referidas en la publicación de Organ, Podsakoff y MacKenzie (2006) para el estudio teórico de esta investigación.

- 1.- Comportamiento de ayuda: Es un comportamiento que es directa e intencionalmente apuntado en ayudar a personas específicas en situaciones cara a cara, por ejemplo, orientar a nuevas personas, asistir a alguien con una carga de trabajo pesada (Smith, Organ y Near, 1983). También son acciones voluntarias que ayudan a otras personas con situaciones relacionadas con el trabajo, pudiendo ser un problema específico ó instruyendo como se usa un nuevo equipo (Organ, 1988). Considerando también en este apartado la cortesía, la cuál son todos los gestos relacionados a prevenir un problema. Así también la pacificación, que son acciones que ayudan a prevenir, resolver o mitigar conflictos interpersonales. Y también la animación, que son las palabras y gestos de estímulo y refuerzo de las realizaciones de los compañeros de trabajo y el desarrollo profesional (Organ 1990 en Organ, Podsakoff y Mackenzie, 2006).
- 2.- Comportamiento de Lealtad organizacional: Es la voluntad de proteger a la organización, apoyando y defendiendo la construcción de los objetivos organizacionales (Boorman y Motowidlo, 1997). También es considerada como la identificación con los líderes organizacionales y la organización como un entero, trascendiendo los intereses propios de individuos, grupos de trabajo y departamentos, siendo un comportamiento que incluye la defensa de la organización contra amenazas, contribuyendo a su buena reputación, así como cooperar con otros para servir a los intereses de la misma organización. (Graham, 1991 en Organ, Podsakoff y Mackenzie, 2006). Así como defender los objetivos organizacionales, ó el permanecer en la organización durante los tiempos difíciles y representarla favorablemente hacia afuera (Borman y Motowidlo, 1997).
- 3.- El Cumplimiento organizacional: esta dimensión de la ciudadanía ha sido definida como la aceptación de las reglas, regulaciones, y procedimientos

organizacionales (Podsakoff, Mackenzie, Paine y Bachrach, 2000). El exceder los niveles aceptables de competencia en áreas como atención, puntualidad, pulcritud, cuidado de los recursos de la organización y uso del tiempo de la compañía. También es llamada conformidad generalizada o cumplimiento organizacional, pertenece a una forma impersonal de concientización que no se provee a una persona específica pero indirectamente ayuda a otros implicados en el sistema, este comportamiento es para representar algunas normas internalizadas. (Smith, Organ y Near, 1983).

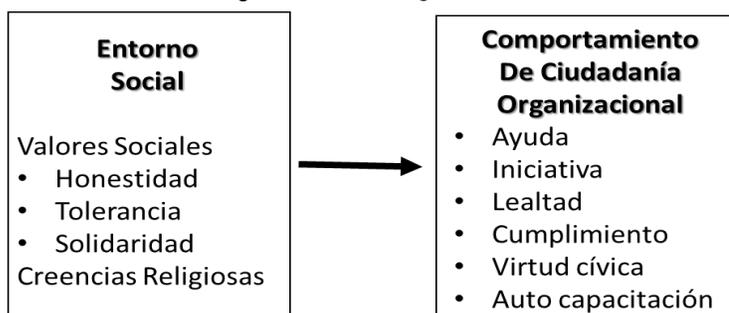
- 4.- Comportamiento de Iniciativa individual: La iniciativa es la comunicación en el lugar de trabajo, para mejorar el desempeño individual y grupal (Moorman y Blakely, 1995 en Organ, Podsakoff y Mackenzie, 2006). Una característica de este comportamiento es el hacer sugerencias constructivas, en el que se incluyen todos los actos voluntarios de creatividad e innovación en organizaciones, los trabajadores que encajan de forma activa en esta forma de espontaneidad organizacional tratan de encontrar la forma de improvisar el funcionamiento individual, grupal y organizacional. (George y Jones, 1997 en Organ, Podsakoff y Mackenzie, 2006).
- 5.- Comportamiento de Virtud Cívica: Este comportamiento representa los intereses o compromisos a un nivel macro de la organización como un todo, refleja el reconocimiento de una persona de ser parte de un todo y aceptar las responsabilidades que eso exige (Graham, 1991 en Podsakoff, Mackenzie, Paine y Bachrach, 2000). Esta dimensión fue reconocida por Organ (1988) y posteriormente fue llamada Participación Organizacional (Graham, 1989 en Podsakoff, Mackenzie, Paine y Bachrach, 2000).
- 6.- Comportamiento de Auto desarrollo: El desarrollarse a uno mismo, incluye todas las formas que los trabajadores toman de manera voluntaria para incrementar sus conocimientos y habilidades, de esta manera mejorar y contribuir con sus organizaciones, entrenándose en cursos, desarrollándose en áreas afines o aprendiendo una nueva habilidad para ampliar el rango de contribuciones a la organización (George y Jones, 1997).

Metodología

El tipo de investigación es descriptivo y explicativo ya que busca describir y explicar como el entorno social es un elemento que apoya a predecir los *comportamientos de ciudadanía organizacional*. Los resultados permitirán explicar el por qué y bajo qué condiciones sociales se dan los *Comportamientos de Ciudadanía Organizacional*. En referencia al diseño de la investigación es no experimental donde el fenómeno se ha analizado sin manipular las variables. Respecto a las técnicas de investigación, se utilizan la investigación documental, bibliográfica y la investigación de campo. El estudio es transaccional o transversal ya que mide el efecto en la población de estudio en un solo momento temporal.

Como variable independiente se consideró el Entorno Social a través de los valores sociales y las creencias religiosas y como variable dependiente se consideraron los Comportamientos de Ciudadanía Organizacional, esta variable en sus seis dimensiones, complementan el modelo. En la figura 1, se presenta el modelo propuesto en donde se encuentran las variables independiente y dependiente.

Figura 1: *Modelo gráfico*



Fuente.- Elaboración propia

Cada una de estas variables del modelo de investigación fue operacionalizada en base a la revisión teórica de estudios relacionados con el tema, la justificación de las variables, las escalas de medición y las definiciones de los constructos sugeridos partieron de la esencia de la literatura revisada, así como de los instrumentos elaborados por

investigadores del tema. La hipótesis general de esta investigación, como guía para este proyecto, propone la siguiente aseveración:

H1.- El entorno social impacta positivamente en la ciudadanía de los empleados en forma de Comportamiento de la Ciudadanía Organizacional.

Para el estudio de campo se desarrolló un instrumento en el que se utilizaron las escalas de las 6 diferentes dimensiones de la ciudadanía organizacional, las cuáles fueron adaptadas a la población. En la dimensión de ayuda se utilizó la escala de Van Dyne y Le Pine (1998). En el cumplimiento organizacional se utilizó la escala de Smith, Organ y Near (1983). En la dimensión de iniciativa la escala de Moorman y Blakely (1995). En la de lealtad la escala de Van Dyne, Graham y Dienesch (1994). En la de virtud cívica la escala de Podsakoff y Mackenzie (1994) y en la de autodesarrollo la escala de George y Jones (1997 en Organ, Podsakoff y Mackenzie 2006)

El cuestionario consta de 39 preguntas que fue aplicado en el lugar y horario de trabajo, fue diseñado en tres partes, en la primera parte, conformada por 15 preguntas, se desarrollaron ítems en forma de escenarios para la medición de los valores sociales, los cuáles situaron al individuo en una aproximación de un momento vivido y trasladaron su sentimiento a una realidad a través de una escala desarrollada de forma propia, la cual fue validada y reconocida por expertos en el tema. En la medición de las creencias religiosas se utilizó la escala de Bardis (1961 en Rauch 2002).

La segunda parte está conformada por 24 preguntas, mediante las cuales se miden las diferentes dimensiones del comportamiento de ciudadanía organizacional, para ello se adaptaron seis instrumentos previamente desarrollados por Van Dyne y LePine, (1998); Van Dyne, Graham, y Dienesch, (1994); Smith, Organ y Near, (1983), Moorman y Blakely, (1995); y Podsakoff y MacKenzie, (1994), para medir los comportamientos ciudadanos.

La tercera parte del instrumento fue conformado por los datos de control, en donde se plasmó información relevante sobre datos demográficos de la muestra analizada, por ejemplo la edad, género, estado civil, escolaridad, nivel organizacional y tiempo de laborar en la organización. Para

medir los datos, se utilizó una escala de Likert con valores numéricos del 1 al 7 (donde 1 era Nada de acuerdo y el 7 Totalmente de acuerdo).

La investigación se desarrolló en una muestra probabilística, en la cual todos los elementos de la población tenían la misma posibilidad de ser seleccionados de acuerdo de acuerdo al perfil requerido, esta fue aplicada en 3 Dependencias del sector Público en el área Social en la ciudad de Monterrey al norte de México. El sujeto de estudio seleccionado fueron los empleados de diferentes niveles de la estructura organizacional del sector público, por ejemplo dirección, coordinación, jefatura, apoyo administrativo, etc., pero que tuvieran un contacto directo con la comunidad, estos fueron seleccionados de forma aleatoria de un universo de 2,550 empleados del área social, utilizando la aplicación de un software estadístico se determinó la muestra de 709 empleados con un porcentaje del 95% de confianza (Rositas, 2006).

Resultados

Para la estimación de la relación propuesta en este trabajo se utilizó el software SMART PLS, el cuál fue creado en el Instituto de Gerencia para las Operaciones y Organizaciones en la Universidad de Hamburgo en Alemania por Christian Marc Ringle, Sven Wende y Alexander Will en el 2005. El análisis del alfa de Cronbach permitió determinar la fiabilidad del instrumento por variable, esta fue determinada a través del software SmartPLS en su aplicación PLS Algorithm, mostrando en la Tabla 1 los resultados obtenidos en esta investigación

Tabla 1. *Determinación del Alfa de Cronbach por variable*

Variable	Cronbachs Alpha
ENTORNO SOCIAL	0.805
COMPORTAMIENTO DE CIUDADANIA ORGANIZACIONAL	0.865

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de investigación de campo

La confiabilidad compuesta, es un índice muy semejante al alfa de Cronbach apoyó en reforzar los índices de fiabilidad del instrumento, sus índices de interpretación deben ser superiores a .80 de acuerdo a Garza

(2009), esta fue determinada a través del software SmartPLS en su aplicación PLS Algorithm, mostrando en la tabla 2 los resultados obtenidos en esta investigación, podemos inferir que la consistencia de la variable independiente es aceptada.

Tabla 2. *Determinación de la confiabilidad compuesta*

Variable	Composite Reliability
Entorno Social	0.846252

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de investigación de campo

Los coeficientes Beta determinan el valor comparable de la variable con otras variables de estudio, lo que muestra un valor fuerte en la variable independiente, fue determinada a través del software SmartPLS en su aplicación PLS Algorithm, mostrando en la Tabla 3 los resultados obtenidos en esta investigación

Tabla 3. *Determinación de los coeficientes Beta para la variable independiente*

Variable	CCO
Entorno Social	0.441669 (fuerte)

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de investigación de campo

Los valores t ó P valor determinaron los niveles de significancia estadística de cada una de las Betas en base a un determinado número de simulaciones, en esta investigación fueron utilizados 1,000, estos a partir de la muestra recolectada, que en nuestro caso fueron 709, estos fueron determinados a través del software SmartPLS en su aplicación Bootstrapping, mostrando en la Tabla 4 los resultados obtenidos del análisis.

Tabla 4. *Determinación de los valores t ó P value*

Variable	CCO
Entorno Social	13.262207 ***

*** Altamente significativos

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de investigación de campo

Posteriormente cada valor fue comparado con los criterios desarrollados en la Tabla 5, los cuáles indican la significancia de las relaciones entre las variables de la investigación, en base a ello se observó que los valores encontrados son altamente significativos ***

Tabla 5. *Guía para valorar significancia estadística*

Rangos de valoración	Valores de significancia (p value)	Valores de significancia estadística
t > 3.1	0.001	***Altamente significativo
t > 2.33 y t < 3.1	0.01	** Considerablemente significativo
t > 1.68 y t < 2.33t < 1.68	0.05	* Significativo
	Superior a 0.05	+ No-significativo

Fuente: Rositas (2006)

La determinación de la media y de la desviación estándar para cada variable, determinaron los puntos de equilibrio entre los valores contestados, estas fueron determinadas a través del software SmartPLS en su aplicación Bootstrapping, mostrando en la Tabla 6 los resultados altamente significativos obtenidos en esta investigación.

Tabla 6. *Determinación de la Beta, la media y desviación estándar en la relación entre variables*

	Original Sample (O) (Beta)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)
ENTORNO SOCIAL -> COMPORT. DE CIUDADANIA ORGANIZACIONAL	0.410914	0.411473	0.032216	0.032216

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de investigación de campo

Discusión y conclusions

De acuerdo al desarrollo de esta investigación, se logró inferir que existe una relación positiva y altamente significativa (Tabla 7) entre el Entorno Social y los Comportamientos de Ciudadanía Organizacional, a través de determinar la validez de significancia de la relación de la hipótesis de estudio, elementos de este enfoque como los valores sociales y las creencias religiosas estudiados como elementos del Entorno Social,

permiten considerar estos elementos como formas de predicción de conductas ciudadanas al establecer códigos de conductas aceptables en las formas de comportamiento percibidos en su entorno laboral y social. Por lo que el objetivo de la investigación se cumplió.

Tabla 7. Determinación de los valores t de los coeficientes de trayectoria

	T Statistics	Significancia
ENTORNO SOCIAL -> COMPORTAMIENTO DE CIUDADANIA ORGANIZACIONAL	12.754852	*** altamente significativos

Nivel de significancia P value * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de investigación de campo

Podemos concluir lo siguiente en este apartado, la literatura revisada demuestra la fuerte contribución académica del Comportamiento de Ciudadanía Organizacional como un importante y relevante constructo organizacional, el cual determina conductas aceptables de los individuos a nivel organización. La práctica del buen empleado comprometido con y para la organización fomenta individuos adheridos a los valores y creencias organizacionales desarrollando comportamientos dirigidos a los logros de los objetivos organizacionales presentes y futuros.

De igual manera, al hacer una interpretación práctica de los resultados de la investigación, nos permite comprobar que el Entorno Social del individuo tiene influencia en la predicción de comportamientos de ciudadanía organizacional. La hipótesis planteada, fue aceptada, ya que su relación es altamente significativa, así como en lo referente a la relación conformada por las variables, a través del modelo conceptual se observa como la variable independiente (entorno social) influye de forma significativa en la variable dependiente. De esta manera, si en las organizaciones se establece especial atención en el reclutamiento y selección de personas que se identifiquen los valores sociales y creencias religiosas de la compañía permitirán predecir conductas ciudadanas acordes al propio sentido individual de la organización y por ende continuar en un estilo propio con su ciudadanización organizacional.

Hoy en día existe la necesidad de contar con un capital humano que tenga una alta vocación de servicio con la sociedad, y esto implica reunir ciertas características que la propia sociedad demanda del empleado, estas características se podrían complementar con factores sociales y culturales del entorno en donde el individuo se ha desarrollado, (en los datos recolectados se observó un impacto fuerte del entorno sociocultural en los comportamientos de ciudadanía organizacional).

Como último punto en este apartado, mencionamos que el objetivo de la presente investigación, la cual es contribuir teórica y empíricamente al estudio de la relación del Entorno Social en la predicción de los comportamientos de ciudadanía organizacional y por ende predecir y asegurar la ciudadanía del empleado fue alcanzado en base a los datos explicados.

Como aportación en futuras investigaciones, se puede considerar el estudio individual de las diferentes dependencias del área social, las cuáles fueron estudiadas en su conjunto, de esta manera se identificarán las variaciones y las áreas de oportunidad que nos pudieran ayudar a promover ideas de cómo fomentar cualquier dimensión de comportamiento ciudadano en el trabajador de acuerdo a su entorno social.

Una siguiente investigación se puede abocar en analizar qué elementos de las variables en estudio (creencias religiosas y valores sociales) incide en mayor o menor grado en cada una de las 6 dimensiones de comportamiento de ciudadanía organizacional, de tal manera que se pueda sugerir a las Dependencias de forma individual los puntos débiles a considerar en sus programas, así como cuáles considerar y fortalecer que le permitan seguir fortaleciendo sus característicos comportamientos en el desarrollo de conductas de ciudadanía organizacional.

Finalmente, el estudio del comportamiento de Ciudadanía Organizacional se puede vincular a diferentes contextos y giros organizacionales, dentro de cada uno de ellos existe, por su ámbito de operación, una gran diversidad de conductas y comportamientos, los cuáles al analizarlos se pueden canalizar al cumplimiento de objetivos organizacionales.

Referencias

- Bateman, T. & Organ, D. (1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee "Citizenship". *Academy of Management Journal*, 26(4), 587-595.
- Bateman, T. & Snell, S. (2004). *Administración una ventaja competitiva*. Mexico, D. F.: McGrawHill.
- Bolino, M. (1999). Citizenship and impression management: Good soldiers or good actors?. *Academy of Management Review*, 24(1), 82-98.
- Boomer, W., Miles, E. & Grover, S. (2003). Does one good turn deserve another? Coworker influences on employee citizenship. *Journal of Organizational Behavior*, 24(2), 181-196.
- Borman, W. & Motowidlo, S. (1997). Task performance and contextual performance: The meaning for personnel selection research, *Human Performance*, 10(2), 99-109.
- Chun, J. S., Shin, Y., Choi, J. N., & Kim, M. S. (2013). How does corporate ethics contribute to firm financial performance? The mediating role of collective organizational commitment and organizational citizenship behavior, *Journal of Management*, 39(4), 853-877.
- Dávila, M. & Finkelstein, M. (2011). Individualism/Collectivism and organizational citizenship behavior, *Psicothema*, 23(3), 401-406.
- Dávila, A. & Martínez, N. (1999). *Cultura en organizaciones latinas*. México, D. F.: Editorial Siglo XXI.
- Denison, D. & Mishra, A. (1995). Organizational culture and effectiveness, *Organization Science*, 6(2), 204-224.
- Farh, J.; Earley, P.; & Lin, S. (1997). Impetus for action: A cultural analysis of justice and organizational citizenship behavior, *Chinese Society*, 42(3), 421-445.
- Fox, J. & Sandler, S. (2003). Quantifying religion: Toward building more effective ways of measuring religious influence On state-level behavior. *Journal of Church and State*, 45(3), 559-588.
- George, J. & Jones, G. (1997). Organizational spontaneity in context, *Human Performance*, 10(2), 153-170.
- Garza, J. B. (2009). *Factores reconstructivistas críticos determinantes de la innovación y efectividad organizacional: Estudio de Empresas de Nuevo León*. Tesis Doctoral, Monterrey, N.L., México, Universidad Autónoma de Nuevo León
- Hasan, H. A. (2013). Promoting organizational citizenship behavior among employees-the role of leadership practices, *International Journal of Business and Management*, 8(6), 47-54.
- Hitt, M.; Ireland, R. & Hoskisson, R. (2001). *Strategic management: Competitiveness and globalization*. Fourth Edition. Mason: South-Western.
- Kras, E. (2001). *Administración mexicana en transición*. Segunda Edición. México, D. F.: Grupo editorial Iberoamerica.

- Kidder, D. & McLean, J. (2001). The good soldier: Who is s(he)? *Journal of Organizational Behavior*, 22(8), 939–959.
- Koontz, H. y Wehrich, H. (1998). *Administración una perspectiva global*. 11a. edición. México, D. F: McGraw Hill.
- Moorman, R. & Blakely, G. (1995). Individualism-collectivism as an individual difference predictor or organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 16(2), 127-142.
- Organ, D. (1988). *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Massachusetts: Lexington Books.
- Organ, D., Podsakoff, P. & Mackenzie, S. (2006). *Organizational citizenship behavior: Its nature, antecedents, and consequences*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Podsakoff, P. & MacKenzie, S. (1994). Organizational citizenship behaviors and sales unit effectiveness. *Journal of Marketing Research*, 31(3), 351-363.
- Podsakoff, P., Mackenzie, S., et al (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research, *Journal of Management*, 26(3), 513-563.
- Rauch, W. (2002). *The impact of religious faith on organizational citizenship behavior and leader-member exchange*. Dissertation Doctoral. Virginia. University Virginia Beach.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>
- Robbins, S., Judge, T. A., Millett, B., & Boyle, M. (2013). *Organisational behaviour*. Frenchs Forest: Pearson Education Australia.
- Rositas, J. (2006). *Factores críticos de éxito en la gestión de calidad y su grado de presencia e impacto en la industria manufacturera mexicana*, Tesis Doctoral, Monterrey, N.L., México, Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Smith, A., Organ, D. & Near, J. (1983). Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68(4), 653-663.
- Van Dyne, L. & LePine, J. (1998). Helping and voice extra-role behaviors: Evidence of construct and predictive validity, *Academy of Management Journal*, 41(1), 108-119.
- Van Dyne, L. & Ang, S. (1998). Organizational citizenship behavior of contingent workers in Singapore, *Academy of Management Journal*, 41(6), 692-703.
- Van Dyne, L., Graham, J. & Dienesch, R. (1994). Organizational citizenship behavior: Construct redefinition, measurement, and validation, *Academy of Management Journal*, 37(4), 765-802.
- Walker, P., Shenkir, W. & Hunn, S. (2001). Developing risk skills: An investigation of business risks and controls at prudential insurance company of America. *Issues in Accounting Education*, 16(2), 291-313.

Normas Editoriales

Normas editoriales

- La revista de InnOvaciOnes de NegOciOs requiere la presentación del manuscrito en forma electrónica (formato Microsoft – Word). La cuál deberá ser enviada por correo electrónico al editor. El artículo será sometido a una evaluación de doble par ciego, y le darán respuesta por el mismo medio sobre el resultado de la evaluación.

Espectro de publicaciones

- La revista publica los siguientes tipos de manuscritos relativos a una investigación: documental, empírica, de casos y reseñas de libros (ver anexo al final).
- Los documentos aceptados y que fueron evaluados como sobresalientes podrán ser susceptibles de una segunda publicación en un libro de antología.

Presentación del manuscrito (aspectos generales)

- El idioma de la revista es inglés y español.
- El tipo de letra a utilizar en todo el documento es arial narrow.
- Se cuenta con una plantilla electrónica que incluye el formato completo para la revista de investigación
- Título en español e inglés de tamaño 14.
- Autor principal y coautores en tamaño de letra 12.
- Institución de adscripción en tamaño de letra 10.
- El inicio de las secciones en negritas en tamaño 12.
- El texto general será en tamaño 12.
- El interlineado será a espacio sencillo
- La sangría en cada párrafo será a 1 cm, el espacio anterior y posterior entre párrafos en cero puntos.
- El espacio anterior en secciones, figuras, tablas y ecuaciones en 12 puntos.
- La alineación será justificada.
- Los márgenes de la parte derecha, izquierda y superior con 4.8 cm, el margen inferior en 5.2 cm, el encabezado en 4.3 cm y el pie de página en 3.9 cm.
- Formato de hoja carta.
- No se aceptan notas de pies de página.

El resumen (en español) y el abstract (en inglés) con tamaño de letra 10

- Un resumen de máximo 250 palabras con margen ajustada. El resumen no debe tener abreviaciones sin definición o referencias no especificadas.
- Las palabras clave podrán ser de tres a cinco, en orden alfabético y colocarlas abajo del resumen o abstract con alineación izquierda.
- El interlineado será sencillo.

Normas Editoriales

Desarrollo del documento

- El documento deberá contener las siguientes secciones acorde a la metodología IMRD (Introducción, Metodología –marco teórico y métodos-, Resultados y Discusión).
- Las secciones anteriormente descritas son adicionales a elementos específicos, tales como: Resumen, vita y referencias.
- Para reseñas de libros solamente contendrá dos secciones: Reseña y referencia bibliográfica.

Encabezados de las secciones

- Las secciones no serán numeradas, por lo tanto el autor deberá tener definido en negritas cada sección.

Las abreviaciones

- Las abreviaciones deben estar explicadas en paréntesis al primer momento de aparición, posteriormente solo se indicarán las iniciales.

Los símbolos y las unidades

- Solamente debe usar las unidades SI (Sistema Internacional). Usar en forma numeral los números de dos o más dígitos, y para los dígitos simples cuando vienen con las unidades de la medición.

Las figuras y tablas

- Las figuras y tablas deberán tener un título en la parte superior y estar numeradas de forma consecutiva.
- En caso de las figuras que presentan una interpretación de una fuente original, deberá indicarse como adaptación propia, además de realizar la referencia correspondiente. No se aceptan imágenes.
- En el caso de las tablas que presenten indicadores, valores que han sido tomados de alguna fuente original, deberá mencionarse la fuente con la referencia correspondiente.
- Las tablas y figuras deberán ser completamente legibles en impresión sencilla tamaño carta y estar justificadas a lo ancho de la página. En ningún momento deberán exceder los márgenes del documento.

Apéndices

- Los materiales suplementarios se pueden poner en la parte de Apéndice, antes de la parte de referencias.

Normas Editoriales

Referencias

- Las referencias seguirán el estilo APA. Consulte los lineamientos APA para una mayor referencia o bien solicite al coordinador editorial un documento de referencia.
- El tipo de letra de las referencias debe ser Arial Narrow tamaño 10.

Aspectos legales

- Derechos de autor. Los autores cederán los derechos de autor de forma expresa, a la Universidad Autónoma de Nuevo León.
- La cesión de derechos de autor será por medio de un formato predefinido.

Envío de manuscritos

- El artículo y un resumen vital de los autores será enviado al correo: klender.corteza@uanl.mx

Información adicional

- Para mayor información favor de comunicar al Centro de Desarrollo Empresarial y Posgrado de FACPYA (CEDEEM) de la Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Teléfono: México +52 (81) 1340 4431
- Fax: México +52 (81) 8376 7025
- Dirección de correo electrónico: revinnova.negocios@uanl.mx
- Página web: http://www.web.facpya.uanl.mx/rev_in/

Normas Editoriales

Anexo: Estructura metodológica

IMRD	Investigación empírica (Aplicada)	Investigación de casos (Aplicada)	Investigación documental (Conceptual)	Reseñas de libros (Recensiones)
I	Incluir antecedentes, planteamiento del problema de investigación, hipótesis general, objetivos, preguntas de investigación, justificación y limitaciones.	No requiere fundamentarse en teoría alguna ni declarar hipótesis, aunque si debe de incluir la PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN y posibles constructos a desarrollar.	Presentar una idea somera, pero precisa, de los diversos aspectos que componen el trabajo y su planteamiento o al tema abordado. Es un anticipo resumido de aquellos temas que después aparecen desarrollados en el trabajo a manera de capítulos específicos o secciones temáticas. En este sentido, sirve como guía y motivación.	Hacer una introducción sistemática y personal a una relación ordenada de los puntos centrales del libro y cómo los enlaza el autor. Mencione si los conceptos son nuevos o la relación que tiene con conceptos anteriormente leídos. Ser conciso, directo y claro. Utilizar citas.
M	Documentar la fundamentación teórica del planteamiento del problema y presentar otras investigaciones aplicadas que han abordado empíricamente el problema de investigación.	No se requiere marco teórico, en cambio se necesita presentar el diseño del caso. Incluir uno o múltiples casos teóricamente útiles para extender la teoría, especificando la población meta.	Presentar un fundamentación estructurada, detallada, y gradual de la investigación, que incluya hechos ya presentados por otros investigadores, analizarlos y valorarlos como un apoyo argumentativo que se refuerce con hipótesis ya verificadas.	NO APLICA
M	Se presentan hipótesis tanto general e hipótesis específicas, tanto en su versión de hipótesis de trabajo y como de hipótesis estadísticas, población, muestra, diseño de la investigación y la adecuación de los métodos usados.	Especificar los diversos métodos usados, triangulando lo cualitativo con lo cuantitativo y las diferentes perspectivas. Reportar el proceso de recolección de datos y el traslape con el análisis.	La investigación documental recurre a libros, revistas, periódicos y cualquier otro documento del que se extraigan ideas que sirvan para el análisis y resolución del problema planteado.	NO APLICA
R	Informar el grado en que se respondieron preguntas de investigación, se cubrieron objetivos y se contrastaron las hipótesis específicas	Se muestra el análisis dentro o entre casos y patrones encontrados y posible generación de teoría. Señalar el momento en que se presentó la saturación teórica en el estudio.	Se analiza y se reflexiona en torno al sentido e importancia de las ideas presentadas, para que el resultado sea un texto ameno y al mismo tiempo bien documentado.	Valoración personal. Mencionar lo que le ha parecido mejor al que reseña, lo que se aprende de su lectura, los fallos que encuentra y compare lo leído con otros textos Citas interesantes. Incluya algunos pensamientos impactantes, redáctelos textualmente entrecomillándolos e incluyendo el número de página.
D	Incluir una discusión de los resultados de acuerdo a los objetivos de la investigación, los hallazgos y las posibles investigaciones futuras.	Se presenta la confirmación, extensión y precisión de la teoría al compararse con la teoría existente, en caso que exista.	Es una síntesis de las ideas más trascendentales de la temática abordada y que puede servir como guía de ulteriores investigaciones documentales.	En forma sencilla se plasman los puntos anteriores.