

## Editorial

**Raquel Ceballos Molano**

Profesora de carrera, Universidad del Valle, Cali, Colombia.  
Directora Grupo de Investigación Derecho, Sociedad y Estado,  
Coordinadora línea de investigación Legislación y Políticas  
Públicas del Grupo de Investigación Gestión y Políticas Públicas,  
Categoría A, Universidad del Valle, Cali, Colombia. Abogada,  
Doctora en Derecho General, Universidad Carlos III de Madrid,  
España. Especialista en Negociación y Contratación Internacional,  
Universidad del Valle, Cali, Colombia.  
*E-mail: raquel.ceballos@correounivalle.edu.co*

La revista *Cuadernos de Administración* tiene la satisfacción de presentar en este número, ocho artículos de investigación científica y tecnológica y uno de revisión, provenientes de proyectos originales de investigaciones empíricas y reflexiones teóricas y metodológicas sobre temáticas relacionadas con el comportamiento organizacional, contrato psicológico en una organización, estrategias de valor, políticas de mercado, tecnologías de información y la comunicación, y transferencia tecnológica, con abundantes aportes de la literatura estudiada.

Sobre los hallazgos presentados en los artículos, se puede citar los efectos de cambios organizaciones, perfil psicológico de diversas generaciones en empresas bancarias, la acreditación universitaria como un enfoque gerencial, política y mercado en Colombia, importancia de las tecnologías de información y las comunicaciones para las MIPYMES y se destaca en esta publicación el importante aporte que las universidades hacen en materia de derechos de propiedad industrial al sector productivo, pues en el ámbito de las organizaciones, la propiedad intelectual hace parte de los bienes del establecimiento comercio y se convierte en un activo intangible generador de riqueza que mejora su competitividad y son las universidades quienes deben direccionar los proyectos de investigación para hacerla útil socialmente y productiva para el mejoramiento de la competitividad del país.

A continuación presentamos una breve sinopsis de los artículos publicados, con los que se pretende fomentar la reflexión y el debate de nuevas ideas, para que los autores continúen investigando sobre la administración y gestión de lo público y lo privado, para aportar nuevas interpretaciones de las teorías y sus aspectos prácticos necesarios para los entornos cambiantes por la internacionalización y globalización que debemos afrontar particularmente con temas como el emprendimiento y la propiedad industrial.

### 1. Administración y organizaciones

*Análisis del cambio organizacional e institucional: caso CREAME (1996-2010), en Medellín, Colombia.* El manuscrito examina el cambio organizacional e institucional del Centro Integral de Servicios Empresariales (CREAME) en Medellín, Colombia, una de las incubadoras más reconocida y exitosa en Latinoamérica. El estudio, destaca el cambio en su razón de ser para “incubar empresas”. Los

principales resultados muestran el significativo cambio que ha sufrido CREAME durante los 15 años de existencia, no sólo en su objeto, características y roles como organización en el sistema y red de emprendimiento que genera, sino también, en su imbricada relación y ejecución de las políticas y programas en materia de desarrollo empresarial en Medellín, pasando de un esquema burocrático de trabajo a uno de autogestión y gobierno, por la necesidad de auto-sostenibilidad financiera, adaptándose para anticiparse a los cambios del entorno nacional e internacional, proponiendo esquemas innovadores de acompañamiento a las personas interesadas en emprender y ocuparse.

*Factores determinantes de la transferencia de propiedad industrial universitaria al sector productivo en universidades públicas colombianas.* Muestra este artículo las dificultades de la universidad pública colombiana para poder interactuar de forma eficiente con el sector productivo, relacionados con sus capacidades internas y especialmente con el marco regulatorio que les es aplicable, lo cual incide en los procesos de transferencia de propiedad industrial generada al interior de las instituciones del sector productivo. La universidad pública colombiana se le reconoce por su función de formación y en menor medida por la investigación, aunado al desconocimiento del sector productivo en Colombia, que se encuentra desarticulado de las estrategias de innovación bien sea por aspectos históricos y culturales o por las bajas capacidades de absorción de nuevo conocimiento. Para los autores en la relación universidad-empresa no hay interés en la generación de patentes, modelos de utilidad u otros productos intelectuales como estrategia para aumentar la productividad y garantizar la innovación y posicionamiento de la empresa en el mercado. También las universidades no parecen tener utilidad productiva inmediata, si acaso, alguna divulgación, mediana resonancia en el medio, aceptación por parte de las organizaciones o un claro beneficio para las mismas. Es contundente que se concluya en este estudio que la transferencia por medio de patentes al sector productivo aún no es representativa, porque en la mayoría de los casos el desarrollo no sale de la universidad hacia el medio, bien sea por factores internos o externos que dificultan los procesos de transferencia. Citan entre los factores internos la imposibilidad de la universidad en determinar el valor comercial de la invención, la dificultad para hallar

un mercado interesado en la patente, cuando esta ha sido un descubrimiento dirigido puramente por la ciencia y no una necesidad del sector industrial, o la dificultad para llegar a acuerdos sobre el licenciamiento entre las partes interesadas. Entre los factores externos, manifiestan que se pueden encontrar en la reglamentación que rige a las universidades públicas frente al manejo de recursos y la normatividad del Estado frente al rol de los funcionarios públicos. Un estudio alentador para emprender políticas al interior de las universidades que faciliten los procesos de transferencia de derechos de propiedad industrial.

*Percepción del enfoque gerencial y del modelo de acreditación de universidades y programas académicos colombianos.* Este artículo muestra, a la luz de las teorías de la administración y la gestión, como las universidades colombianas están siendo gestionadas bajo los enfoques tradicionalmente empleados en las empresas de tipo productivo y son basados en la aplicación del proceso administrativo para el logro de la eficiencia y la eficacia, pues se identifica una estructura similar a la del modelo de certificación tipo ISO aplicado en las empresas de carácter productivo por estar basado en la medición de estándares, características e indicadores, desarrollados en este tipo de organizaciones. Concluye de forma crítica que el actual modelo de acreditación por alta calidad debería ser contextualizado de acuerdo con las condiciones específicas de las universidades sometidas al proceso, porque aunque permite mejoras en el proceso educativo y en las condiciones de prestación del servicio, es poco equitativo y sus resultados no son sostenidos en el tiempo.

## 2. Contabilidad y finanzas

*Identificación de relaciones de causalidad entre variables de política y de mercado en Colombia a través de funciones de correlación cruzada.* En el artículo se muestra como la correlación cruzada tiene diversas aplicaciones, tomando la redefinida por Pierce y Haugh como una metodología para analizar las relaciones de causalidad por pares de variables. Por la importancia para la toma de decisiones estratégicas en las empresas de identificar relaciones entre variables fundamentales en la economía, se analiza el comportamiento mensual y las relaciones latentes de las cuatro variables: IGBC, EMBI, TRM e inflación (INF). Afirman los autores que los hallazgos son importantes porque la mayoría de las veces se desconoce la relación existente entre los diferentes activos locales en el sentido de si es fuerte o débil, contemporánea o rezagada, si es unidireccional o bidireccional.

## 3. Gestión tecnológica e innovación

Tecnologías de información y comunicación, e innovación en las MIPYMES de Colombia. El manuscrito determina empíricamente el impacto que sobre la innovación tiene las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Los resultados descriptivos muestran que el grado de uso de

las TIC en las MIPYME colombianas es apenas aceptable, y los correlacionales obtenidos mediante regresiones lineales múltiples que el uso de las TIC influye positivamente sobre los tipos de innovación analizados a excepción de los procesos productivos. Los autores proponen la importancia de continuar impulsando programas de fomento del uso de las TIC al interior de estas como medio para alcanzar la innovación y mejorar su nivel competitivo.

*Enfoques para estudiar el emprendedor.* Es un artículo de revisión de tema que pretende contribuir a la comprensión del fenómeno de “emprender” y en la figura del emprendedor como protagonista del mismo, partiendo de estudios académicos que presentan una serie de planteamientos teóricos para explicar sus características individuales. En una exploración de los principales enfoques que intentan describir al emprendedor y su clasificación, propuesta con base en la revisión de la literatura sobre el tema. Los autores señalan que las universidades desempeñan un papel importante en el emprendimiento, porque, por ejemplo en las facultades de administración, se podrían incluir en los programas asignaturas, módulos de gestión de pequeñas empresas, teniendo en cuenta que lo que importa no es sólo el acto de creación sino la supervivencia y el desarrollo de la misma. De esta forma no habría necesidad de ofrecer en forma separada la formación en creación de empresas y el programa oficial de administración. Es más, deberían ser las facultades las que diseñen e impartan la formación en emprendimiento y así lograr mejores resultados tanto en la percepción de viabilidad como en la intención de crear empresa.

## 4. Gestión del talento humano y liderazgo

*Caracterización del contrato psicológico de empleados de dos generaciones en una organización del sector bancario.* Los hallazgos muestran que el contrato psicológico, que hace parte de los estudios del comportamiento organizacional, concierne a los vínculos que se construyen entre personas y organizaciones más allá de los compromisos explícitos (objetivos) pactados oficialmente. Los cambios ocurridos en las últimas dos décadas en materia laboral y tecnológica, efectivamente han implicado variaciones en la forma como las personas asumen su relación con las organizaciones, por tanto las nuevas generaciones de trabajadores, que han ido ingresando al mercado laboral a partir de la implementación de políticas de trabajo flexible, están afrontando nuevas realidades con responsabilidad, preparación, pero bajo involucramiento con la organización.

## 5. Marketing

*El valor percibido y la confianza como antecedentes de la intención de compra online: El caso colombiano.* Para comprender el comportamiento del consumidor colombiano en el entorno electrónico, la investigación analiza tres constructos: la intención de compra como variable

dependiente y la confianza y el valor percibido como factores determinantes del primero. Se efectuó un análisis factorial confirmatorio para el instrumento de medida y un modelo de ecuaciones estructurales para confirmar el modelo de investigación propuesto. La creación de valor para sus consumidores será un elemento a tener en cuenta, pues a pesar de que en el modelo inicial no se encontró una relación directa entre el valor y la intención de compra, sino una indirecta mediada por la confianza, se sabe que si omitimos a esta última de la ecuación el valor mostrará un efecto significativo en la intención, tal como se halló en la literatura. Por lo tanto, el valor percibido seguirá siendo una de las claves del éxito para las empresas, aún en el entorno electrónico. Una conclusión a destacar es la necesidad para las organizaciones que decidan adoptar el canal de distribución *online*, de centrar sus esfuerzos en tres puntos: 1. Suministrar información fiel, amplia y clara al consumidor, para incentivar la confianza en el sitio web. 2. Adopción de técnicas de calidad para asegurar la prestación de los servicios, entregas de producto, manejo de PQR, que dé garantías al consumidor por la confianza depositada antes de la compra con el fin de obtener una recompra. 3. Buen manejo de sus canales de comunicación, para el intercambio de información, donde

los consumidores satisfechos compartan sus experiencias con otros y fomentar la confianza entre ellos.

*Estrategias para incrementar el valor de los clientes de las empresas chilenas.* Es un análisis sobre las estrategias de *marketing* utilizadas por las empresas chilenas para incrementar el valor de los clientes. Los resultados que muestra esta investigación exploratoria busca contribuir al conocimiento acerca de la manera en que las empresas están usando estrategias de *marketing* para incrementar el valor de los clientes. Los autores muestran que las estrategias de *marketing* empleadas por las empresas chilenas presentan una significativa orientación al cliente, sin embargo, se destacan por seguir estrategias pasivas de *marketing* en cada uno de los tres procesos analizados para aumentar el valor de los clientes. Así, una importante proporción de las empresas chilenas analizadas desarrollan estrategias de *marketing* pasivas, oportunidad para estas empresas y potenciales competidores, de analizar la factibilidad de realizar estrategias de *marketing* más activas y científicas para abordar a sus clientes en los tres procesos de *marketing* para aumentar el valor de los clientes.

A los autores y lectores un saludo muy especial,

*Raquel Ceballos Molano*



Cuadernos de Administración / Facultad de Ciencias de la Administración / Universidad del Valle  
 Periodicidad: semestral / ISSN impreso N° 0120-4645 - ISSN electrónico N° 2256-5078 / Nombre abreviado: cuad.adm.  
 Edición Vol. 30 N° 51 (enero - junio de 2014)  
 Editorial / Raquel Ceballos Molano.



Revista Cuadernos de Administración por Universidad del Valle se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 2.5 Colombia.  
 Basada en una obra en <http://cuadernosadm.univalle.edu.co>.