

Aparece este nuevo número de INNOVAR, en un contexto de anuncios de recorte a la financiación del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia<sup>1</sup>, debidos a la crisis que atraviesa la economía y el presupuesto público nacional. La situación no es exclusiva de nuestro país. Particularmente los países del sur de Europa han visto reducida la financiación en ciencia y tecnología luego de la crisis de finales de la década pasada, con impactos profundos en la investigación que persisten en la actualidad<sup>2</sup>. Esto puede estar ocurriendo también en Latinoamérica<sup>3</sup>. Esta realidad contrasta con las intervenciones públicas de los gobernantes y líderes políticos, quienes señalan permanentemente su “compromiso” indiscutible con la educación, el conocimiento científico y la innovación. También entra en clara contradicción con supuestas políticas públicas que buscan mejorar la educación, conseguir el avance social y la equidad, lo que requiere fuertes dosis de innovación. No obstante, el primer rubro a recortar ha sido la inversión en investigación.

Existe en la actualidad una fuerte tensión entre lo que se dice y se hace en materia de investigación e innovación. Esto es cierto tanto fuera como dentro de las Universidades y centros de investigación. Además aplica tanto a los investigadores y gestores de la investigación (los directivos universitarios) como a los políticos y líderes públicos. Otro tanto de la tensión se presenta en la investigación aplicada en el mundo empresarial, enfocada esencialmente en la rentabilidad y en el retorno inversionista. A los permanentes reclamos por utilidad e impacto económico-social de la investigación, ahora se suman los recortes, que desalientan la ya poco reconocida labor investigativa.

Desde este espacio de difusión de los resultados de la actividad académica e investigativa, convocamos a los diferentes actores a reflexionar con seriedad y rigor sobre el camino de la investigación y la educación de calidad para el país. La retórica no es lo más útil cuando se trata de impulsar y/o consolidar la ciencia, la tecnología y la inno-

vación. Los recortes del presente seguirán proyectando el atraso del pasado hacia el futuro.

El número 58 de INNOVAR incluye once (11) artículos, distribuidos en cuatro (4) de nuestras tradicionales secciones. Como se ha venido presentando a lo largo de los últimos ocho años, la diversidad de países de origen de los autores y sus múltiples colaboraciones hacen de INNOVAR una revista de factura y alcance internacional.

En la sección de Estrategia y Organizaciones, publicamos en este número tres (3) artículos de investigación.

Los profesores Raquel Orcos y Sergio Palomas, de las Universidades de Navarra y de Zaragoza, respectivamente, aportan su trabajo titulado *Liberalización del sector bancario y persistencia de las formas organizativas*. En esta investigación se estudia el sector bancario español, para evaluar si el cambio en la regulación del mismo, que lo liberalizó, influyó en la transformación de las antiguas estrategias y formas organizativas que tenían los bancos, las cajas de ahorro y las cooperativas de crédito. El trabajo utiliza un enfoque metodológico cuantitativo, para evaluar las dimensiones estratégicas de las firmas y definir así las implicaciones del cambio en las formas organizativas. Se evaluaron todas las entidades que operaron en el sector bancario español entre 1992 y 2008. El trabajo concluye que todavía hay importantes diferencias en la estrategia seguida por bancos, cajas y cooperativas, a pesar de la liberalización del sector, lo que hubiese supuesto una mayor homogeneidad organizacional en sus estrategias y formas organizativas.

Porsu parte, Magdalena Cordobés Madueño y Pilar Soldevila García, profesoras de las Universidades Loyola Andalucía y Pompeu Fabra, España, nos presentan el artículo *Management Control in Inter-organisational Relationships: The Case of Franchises*. La investigación busca contribuir a la comprensión de la manera en que las relaciones entre firmas impacta los instrumentos y las herramientas de control de gestión. Se aborda el caso de las franquicias (franquiciador y franquiciados), mostrando cómo las relaciones entre ambos implican la utilización de diferentes herramientas de control de gestión, tanto cuantitativas como cualitativas. Los resultados indican, con base en el modelo diseñado por Van der Meer-Kooistra y Vosselman (2000),

<sup>1</sup> <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/ciencia/rechazo-a-reduccion-de-presupuesto-para-la-ciencia/16235196>.

<sup>2</sup> [http://elpais.com/elpais/2015/01/21/ciencia/1421839651\\_074890.html](http://elpais.com/elpais/2015/01/21/ciencia/1421839651_074890.html).

<sup>3</sup> [http://internacional.elpais.com/internacional/2014/12/03/actualidad/1417562044\\_908650.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2014/12/03/actualidad/1417562044_908650.html).

que en este tipo de relaciones hay patrones basados en la burocracia y en la confianza.

El tercer documento de esta sección está titulado *La autorreferencia como estrategia comunicativa de la organización Comité de Cafeteros del Quindío* y es fruto de la investigación de María Cristina Ocampo Villegas, de la Universidad de la Sabana, Colombia. En este trabajo se aborda el tema de la comunicación organizacional, particularmente el concepto de autorreferencia. El terreno y el objeto de estudio está constituido por las comunicaciones del Comité de Cafeteros del Quindío con los cultivadores. Por medio de una investigación descriptiva con un alcance de casi veinte años, utilizando el análisis del discurso y entrevistas a profundidad; el trabajo concluye que la estrategia de autorreferencia reforzó en los caficultores diferentes valores, participando en el proceso de construcción de la realidad cultural, lo que impactó en el posicionamiento y en el fortalecimiento de los procesos gremiales en la región.

Nuestra sección de Ética Empresarial y Responsabilidad Social está conformada en esta edición por cuatro (4) colaboraciones académicas de profesores internacionales.

El primer artículo de esta sección es una colaboración internacional entre profesores chilenos y españoles; ellos son Carolina Nicolas-Alarcón, Leslier Valenzuela-Fernández, Alexis Gutiérrez-Caques y Jaime Gil-Lafuente, vinculados con las Universidades de Chile, Santo Tomás de Chile y de Barcelona. El trabajo titulado *Sensibilidad ética empresarial* busca identificar las variables relevantes que podrían influir en la sensibilidad ética de los directivos. En el artículo, primero se presenta la necesidad contextual de unas actuaciones más éticas en los negocios, así como explora y sistematiza con suficiencia la bibliografía y caracteriza la tendencia creciente de artículos sobre este tópico en publicaciones académicas. A partir de un modelo cuantitativo y explicativo del constructo "sensibilidad ética", se desarrolla un trabajo empírico con datos recopilados de encuestas aplicadas a 143 directivos chilenos, y que luego permite contrastar un conjunto de hipótesis. En el trabajo se evidencia que de las once (11) variables independientes contrastadas, solamente el relativismo se relaciona de manera negativa, mientras que las demás presentan una relación positiva y significativa con la sensibilidad ética.

Desde la Universidad Santiago de Compostela, España, la investigadora Ángeles Pereira y el profesor Xavier Vence participan en este número con el trabajo *Environmental Policy Instruments and Eco-innovation: An Overview of Recent Studies*. Esta investigación es una revisión crítica de cuarenta artículos científicos que analizan los instrumentos de política ambiental que promueven la ecoinnovación. El trabajo permite caracterizar la literatura y los hallazgos más significativos sobre cambio tecnológico en la dimensión ambiental. Tanto los estudios empíricos como teóricos analizados ayudan a comprender el rol de los mecanismos de mercado en el impulso de estas innovaciones. También se identifican frentes para el mejoramiento en la materia.

De la Universidad de Porto, Portugal, los investigadores Manuel Castelo Branco e Isabel Baptista participan en esta sección con el trabajo titulado *Compromisso com a RSE no Pacto Global da Organização das Nações Unidas*. La investigación abordó el compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Europa, a partir de observar el (in)cumplimiento de las empresas europeas en la divulgación del informe del Pacto Global de la ONU. Para ello se tomó una muestra de 3.481 empresas, agrupadas en cinco bloques de países europeos. Se concluye, entre otros aspectos, que en las empresas de los países nórdicos es mayor el compromiso con la RSE, en relación con las empresas de Europa occidental y del bloque oriental.

Finalmente, en esta sección de Ética Empresarial y Responsabilidad Social se publica el artículo *Responsabilidad Social Universitaria: estudio empírico sobre la fiabilidad de un conjunto de indicadores de Gobierno Corporativo*, de autoría de las profesoras Montserrat Núñez, Inmaculada Alonso y Carolina Pontones, quienes están vinculadas a la Universidad de Castilla la Mancha en España. En este trabajo se estudia el papel de algunos indicadores de Gobierno Corporativo, en el proceso de rendición de cuentas, desde el punto de vista de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Particularmente les preocupa a las autoras la fiabilidad de los indicadores de medición de impactos organizacionales de RSU. Mediante un estudio empírico, se obtuvieron datos por medio un cuestionario dirigido a expertos en el tema, pertenecientes a las universidades españolas. Con las respuestas de 18 expertos, se identifica que la característica más determinante de la fiabilidad de tales

indicadores es la verificabilidad, mientras que la menos influyente es la imagen (representación) fiel.

En la sección de Marketing, para este número contamos con dos (2) artículos de investigación.

El primer artículo de esta sección se titula *La calidad y el valor percibido en el transporte de mercancías en España y su importancia en la segmentación de clientes*, de autoría de los profesores españoles Irene Gil, Gloria Berenguer, María Eugenia Ruiz y Santiago Ospina, quienes están vinculados con la Universitat de València. La investigación se desarrolló en empresas de transporte internacional de mercancías en España. El objetivo fue caracterizar la capacidad de segmentación que el valor percibido tiene para las empresas de este sector, así como plantear un sistema conceptual para medir la calidad y el valor percibido del servicio, en el contexto del sector investigado. La muestra de empresas de este sector fue de 205 y se realizó un estudio empírico que permitió concluir que hay una relación directa entre la calidad y el valor percibido.

En la segunda posición de esta sección, aparece una colaboración internacional entre España y Colombia; los profesores John Cardozo, Bernabé Hernandis y Nélide Ramírez, de la Universidad Nacional de Colombia y de la Universitat Politècnica de València, aportan la investigación titulada *Aproximación a una categorización de los sistemas de productos: el uso y la experiencia del consumidor como configuradores*. En esta investigación se buscó establecer la manera en que el uso y la experiencia influyen en el diseño de los productos. Se propusieron ocho (8) agrupaciones para describir las formas de interacción de los consumidores con los productos, y se utilizó el modelo de sistemas de productos. Con base en encuestas a 57 expertos del área de diseño, se determinó el nivel de afectación de la experiencia y del uso en la caracterización de los sistemas de productos.

Finalmente, la sección de Aportes a la Investigación y a la Docencia recoge dos (2) trabajos.

Bajo el título *Diseño y validación de un cuestionario que mide la percepción de efectividad del uso de metodologías de participación activa (CEMPA). El caso del Aprendizaje Basado en Proyectos (ABPrj) en la docencia de la contabilidad*, los profesores de la Universidad de Sevilla, Carrasco, Donoso,

Duarte-Atoche, Hernández y López, aportan un interesante instrumento para medir la efectividad de una estrategia de aprendizaje activo (basado en proyectos). Pero este trabajo no solo entrega el instrumento que cuenta con 25 ítems, sino su aplicación a un grupo de 292 estudiantes de Administración y Dirección de empresas de la Universidad de Sevilla, quienes cursaron las asignaturas de Análisis Contable y Contabilidad Avanzada. La observación se realizó para un periodo de cuatro años y se utilizaron métodos cuantitativos (análisis factorial). Atendiendo al contenido de sus ítems los constructos identificados fueron: utilidad para el aprendizaje, decisiones, trabajo en equipo, comunicación, gestión e información.

También desde la Universidad de Sevilla, los profesores Jiménez-Caballero, Camúñez, González-Rodríguez y De Fuentes, aportan el trabajo *Factores determinantes del rendimiento académico universitario en el Espacio Europeo de Educación Superior*. Esta investigación tuvo como objetivo analizar y cuantificar la influencia que tienen determinados factores institucionales y personales en las calificaciones de los estudiantes del grado (programa o carrera) en Finanzas y Contabilidad. Utilizando técnicas estadísticas tradicionales, se tomó como muestra a 572 estudiantes del programa, durante el curso (año académico) 2009-2010. Los resultados permiten concluir diferentes aspectos sobre la irrelevancia del género, la importancia de la nota de acceso al grado y del orden de preferencia de acceso de los alumnos, sobre el rendimiento académico obtenido y la eficiencia en el uso de los recursos educativos y monetarios.

Esperamos que nuestros lectores encuentren sugestivos y aportativos estos trabajos. Reconocemos el esfuerzo de nuestros autores en la comprensión de los diversos campos de la gestión y el estudio de las organizaciones, por medio de la investigación. Por ello, reiteramos que estamos convencidos de la necesidad de una adecuada financiación de la investigación académica, no solo en Colombia, sino en el escenario internacional.

MAURICIO GÓMEZ VILLEGAS, Ph.D.

Director y Editor General – INNOVAR

Profesor Asociado

Escuela de Administración y Contaduría Pública

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá