

Gestión de la interculturalidad ante la internacionalización de empresas

pp. 107 - 118

Management of the interculturality before the internationalization of companies

Saúl Rick Fernández Hurtado ¹

Luz Ángela Martínez Martínez ²

Regine Adele Ngono Fouda ³

Resumen

El objetivo principal de esta investigación, es identificar la influencia que ejerce el nivel formativo de los empresarios en el desarrollo de las negociaciones a nivel internacional. El enfoque que se utilizó fue a través del análisis descriptivo y empírico, respecto a las variables medidas, lo cual ayuda al entendimiento de lo que requieren las empresas a través de las habilidades de los egresados universitarios.

Los hallazgos de este artículo evidencian una necesidad crítica tanto en el sector empresarial como en el gubernamental: adaptar la formación universitaria al paradigma del saber-hacer (macro), un eje fundamental para garantizar la competitividad y el éxito empresarial en el ámbito internacional. La investigación permite concluir aspectos relevantes ante actividades empresariales, donde la correlación de fortalecimiento empresa-gobierno-universidad, está produciendo un efecto negativo, y mediante la obtención psicoempresarial, bajo el análisis de resultados obtenidos mediante los datos recolectados en la investigación.

Palabras clave: Globalización, mercados internacionales, sistema formativo, organizaciones, estructura educativa.

Abstract

The main objective of this research is to identify the influence of the training level of entrepreneurs in the development of international negotiations. The approach used was through descriptive and empirical analysis, with respect to measured variables, which helps the understanding of what companies require through the skills of university graduates.

As a result of this article, a need was obtained at the corporate and governmental level, that university training should have a change to the know-how (macro), which is a necessity for international business success. The research allows to conclude aspects relevant to business activities, where the correlation of strengthening company-government-university, is producing a negative effect, and through the psycho-entrepreneurial acquisition.

Keywords: Globalization, international markets, formative system, organizations, educational structure

Introducción

El presente artículo de investigación, explora las variables requeridas ante el desarrollo empresa-gobierno-universidad, donde la integración del conocimiento de los empresarios es pertinente, e igual el fortalecimiento empresarial para la toma decisiones

1 Post-doctorate in Globalization and Regional Development, Center for Global Studies, Shanghai University (China). Ph.D., in Management Science and Engineering, Shanghai University (China). Master in Economic and International Commerce. Profesor en la Universidad del Valle, sede Buga, Valle del Cauca (Colombia). saulrick@163.com

2 Ph.D., in Transportation Engineering, School of Transportation, Southeast University (China), Master in Transportation Planning and Management, Dalian University of Technology (China), Profesional en Ingeniería Industrial, Facultad de Ingeniería, Universidad Autónoma de Occidente (Colombia). luz_angela.martinez@uao.edu.co

3 Ph.D., in Logistic Management and Engineering, Shanghai Maritime University – China. Master in international trade, East China University of Science & Technology

es necesario en la medida en la que se gestionan los recursos.

La investigación incorpora, además, otras características interesantes que ayudan a determinar el desarrollo del problema planteado como los incentivos a empresarios, la falta de personal cualificado, regulaciones gubernamentales, carencia de conocimiento, información cultural y la necesidad de recursos tecnológicos, lo cuales son las variables de análisis de investigación.

La metodología empleada en el artículo de investigación se realizó con la finalidad de analizar y conocer el entorno del problema psicoempresarial (Robayo Acuña, 2016) y el comportamiento de los empresarios ante el nivel de educación respecto a las habilidades del saber entregadas por las universidades, por lo tanto, la medición empírica fue relevante.

El objetivo del artículo de investigación es de determinar las causas más relevantes que ocasionan el desconocimiento cultural en el ámbito empresarial y económico, como también realizar un análisis descriptivo y empírico bajo la investigación a nivel formativo-empresarial, obteniendo resultado bajo los datos de investigación.

Finalizando, el presente artículo de investigación se estructura de la siguiente forma: en la primera sección se identifica el conocimiento sobre el problema planteado, seguido del desarrollo teórico, el cual para ello se tienen en cuenta la consulta de diversos autores, finalmente se presenta el análisis descriptivo y empírico que ayuda a determinar el entorno de las variables que se estudiaron, exponiendo así un breve análisis y unas conclusiones con base a los resultados conseguidos.

Metodología

Al realizar la investigación se utilizó la metodología descriptiva como también empírica y se realizó por medio de un estudio de tipo hipotética-deductiva la cual ayudó a definir el estado actual de las deficiencias del nivel formativo, ya que no es lo que los empresarios esperan por parte de las entidades, sino, la labor de identificar las falencias que afectan las negociaciones actualmente.

Durante la investigación se realizó el estudio con una muestra de 100 personas, de distintas carreras y semestres, para lo cual se realizaron unas encuestas con 5 preguntas, donde se le interrogó sobre cómo se considera el estado actual a nivel formativo para

el desarrollo de empresarios y qué aportes se conocen por parte de los empresarios que beneficie a la sociedad.

Se le comunicó a la comunidad participante sobre la investigación y el propósito que se tenía mediante la investigación, se informó que la participación era voluntaria y mediante la aceptación, se entregó un formulario con preguntas múltiples y cerradas.

La interculturalidad y las empresas

La interculturalidad, es un tema que toma relevancia en el entorno de las negociaciones, es tan fundamental como abarcar aspectos políticos, económicos y sociales de un país, lo que en consecuencia quiere decir que hoy por hoy las empresas y organizaciones deben propender en realizar estrategias de internacionalización (Botello Peñaloza, 2016), que abarquen de manera más específica y centralizada todos aquellas áreas determinantes y particulares de cada país; como por ejemplo la comunicación, su vestuario, gastronomía, normas y protocolos característicos del país donde se quiere penetrar comercialmente, todo esto con el fin de obtener resultados positivos en dicha internacionalización, lo que a su vez le permitirá ser competente frente a otras organizaciones a nivel global (Fernandez Hurtado & Martinez Martinez, 2017).

En relación con lo anterior se requiere que el talento humano en cabeza del gerente general o las personas encargadas de dicho proceso se encuentren calificadas para tal labor; debido a que en muchos casos este desconocimiento intercultural ocasiona una ruptura en la comunicación entre las organizaciones generando a su vez una dificultad en los intercambios comerciales (Martinez Martinez & Fernandez Hurtado, 2018), este problema tiene un trasfondo y una vinculación con las carencias que existen en el sistema formativo hacia los empresarios. La insuficiencia en proyectos que fomenten la formación académica del administrador en los mercados internacionales, las regulaciones excesivas para adquirir ayudas gubernamentales, el desinterés de los negociadores internacionales en obtener conocimientos adicionales relacionados con su labor y la poca innovación empresarial.

Estos problemas se desencadenan por diferentes problemáticas, una de ellas es la debilidad que posee la estructura del sistema educativo en este tema específicamente (Bringas, Quintana, Navarro, García, & Robles, 2015); ya que no existe un vínculo entre las necesidades que actualmente se requieren en el mer-

cado internacional y la forma en cómo se encuentra organizada la academia con referencia a este aspecto; se debe tener en cuenta que las empresas realizan actividades específicas de producción y/o prestación de servicios en ámbitos diferentes al nacional, y requiere que estos sean desarrollados por personas altamente idóneas en el cargo que les corresponde, a esta necesidad se le suma la poca estimulación que existe por parte de las diferentes instituciones y organismos del orden tanto privado como público, para darle solución a un problema que afecta de manera significativa las relaciones comerciales entre los países y por ende sus economías (S Rick Fernandez, 2013), otro aspecto preocupante es la desidia que tienen algunos empresarios por conocer y aprender sobre otras culturas; la cual recae a veces en una decisión más personal que organizacional, donde ven la interacción con otras culturas no tan necesarias para el logro y cumplimiento de los objetivos empresariales.

Además, toda esta problemática también se debe a que las organizaciones de acuerdo a la dinámica actual empresarial, están obviando la influencia que genera el entorno económico mundial y el mercado de trabajo, el cual está invirtiendo poco en sistemas tecnológicos, lo que es un componente esencial en la industria; del cual se depende para el desarrollo y desempeño óptimo de las empresas.

A consecuencia de todo lo anterior, los inconvenientes adversos que pueden llegar a tener las organizaciones son numerosos entre ellos, podemos puntualizar los más representativos, y es conocimiento parcial las características relevantes del grupo objetivo; dado que esto puede influir de forma significativa en la captación de clientes y en su incapacidad de abarcar nuevos mercados, ya que un desconocimiento del target no permitirá segmentar, seleccionar, enfocar y aún menos dirigir productos y/o servicios de manera adecuada; puesto a que se obvian los diferentes criterios de segmentación, comportamiento del consumidor, ubicación geográfica, diversificación demográfica, personalidad, actitudes, psicológicas y demás. Por consiguiente, la comercialización de productos en el mercado se encontrará en unos niveles mínimos a los proyectados por la organización, generando pérdidas financieras y acarreando costos logísticos.

La desmotivación y disminución del emprendimiento está relacionado como también estrechamente vinculado con la cantidad exagerada de requisitos y requerimientos (Castro, García, & Adame, 2015),

que conlleva el acceso a las diferentes ayudas e incentivos para que las empresas logren realizar su internacionalización.

Estos aspectos son requerimientos fundamentales para el éxito empresarial a nivel internacional, que no deben ser obviados, sino que puestos en práctica.

La importancia de la interculturalidad

A medida que se desarrolló el problema seleccionado, se manifestaron grandes problemáticas en el sistema formativo del gobierno colombiano hacia los futuros emprendedores y empresarios (Castro et al., 2015), hasta los profesionales que ejercen su carrera sin los medios y conocimientos necesarios para desarrollar su actividad de un modo acorde.

Los mecanismos interculturales en el mundo de los negocios son un pilar fundamental para transacciones empresariales, ya sean bienes o servicios, lo que lleva a culminar con un acuerdo exitoso para las partes involucradas.

El estado colombiano como un país en desarrollo, le queda un amplio camino por recorrer en la inversión tanto procesos tecnológicos e investigativos, como lo expresa Cano & Baena, (2015) “entorno a los mecanismos tecnológicos tales como las TICs para el funcionamiento acorde de los procesos de negociaciones internacionales”, para una ampliación del conocimiento de la población y mayor preparación en cada una de las carreras ofertadas en el país, principalmente las que tocan actividades económicas, sociales y administrativas. Lo principal, es cambiar los intereses del gobierno colombiano para mejorar los procesos institucionales, proporcionando a la población las herramientas necesarias para otorgar un posicionamiento del país, tanto en el entorno social por la suspicacia e inteligencia de su comunidad, para el manejo de ambientes hostiles como lo pueden ser generalmente los acuerdos comerciales, como en el crecimiento económico por el aumento de las exportaciones e importaciones del país, aumentando su capital, disminuyendo el déficit por el cual han pasado durante los años algunas compañías en el país.

Aparte de los aportes gubernamentales en el proceso profesional, se debe empezar desde el ambiente cultural del país de origen, ya que son muchos los pensamientos sedentarios y conformistas por muchos pobladores, que no toman los riesgos de explorar más allá de las fronteras, adquirir nuevos conocimientos; y solo se conforman con lo planteado, sin deseos de buscar el trasfondo de las cosas. Haciendo

sus capacidades profesionales obsoletas dentro de un mercado en constante cambio, con diversas variables que influyen directamente como el tema tratado que es la interculturalidad; para los empresarios es fundamental conocer aspectos tan básicos como vestimenta, cordialidad, ideología y más a trasfondo como lo es el idioma, políticas, entre otras.

Principalmente, se debe fomentar los incentivos para los estudiantes, empresarios y emprendedores; proporcionarles una participación significativa para su desarrollo formativo tanto fuera y dentro del país, capacitándolos para abarcar los mercados de manera idónea, fortaleciendo la comunicación y formando a personal altamente cualificado eficiente y eficaz.

Sistema formativo hacia los empresarios

La globalización o apertura comercial es un mecanismo fundamental para el desarrollo y transformación de la economía de un país, por ende, la formación idónea de los integrantes que participan de manera activa en el comercio internacional; es de suma importancia para el avance económico de las organizaciones, sectores, países etc.

De ahí el papel trascendental que deben cumplir las instituciones educativas y el Estado (Bringas et al., 2015); para garantizar los instrumentos adecuados en la capacitación de los empresarios, sobre todo a aquellos que gerencian las mipymes, los cuales poseen poco conocimiento y experiencia en el tema del establecimiento de relaciones internacionales exitosas, y así de esta manera poder contribuir a la superación de las distintas falencias que se han observado en el transcurso de los acuerdos comerciales (S. Rick, 2014; Botello Peñalosa, 2016).

Una de las problemáticas que más preocupa es el desconocimiento y formación en el ámbito cultural, social, y todos aquellos aspectos esenciales de la interculturalidad que deben tener en cuenta las organizaciones a la hora de implementar cada una de sus estrategias, las cuales les permitirá penetrar otros mercados, diversificar y expandir sus productos y servicios.

Pues solo se daba por sentado el “éxito” de los acuerdos en la disponibilidad de tener ventajas en los recursos naturales; o de poseer una posición geográfica estratégica, pero este aspecto que están relevante pasa por desapercibido por las instituciones universitarias, debido a que el enfoque se centra sobre los recursos monetarios e incentivos para solventar todos los gastos que conlleva al incursionar en otros

países.

Hipótesis 1a. El aumento de la capacidad de aprendizaje cultural de otros mercados, refuerza la relación de empresarios a nivel internacional en cuanto al número de transacciones empresariales.

Como se puede observar desde hace mucho tiempo el sistema educativo en general presenta falencias que a la luz de hoy han sido mínimos o pocos, los esfuerzos por parte de las entidades competentes por formar profesionales idóneos en las diferentes áreas importantes, las cuales le permitirán a Colombia a través de sus empresarios y empresas alcanzar la competitividad a nivel internacional (Vanegas, Restrepo, & González, 2015), temas como la ciencia y la tecnología son primordiales para alcanzar dicha competitividad, así como otros factores fundamentales como la investigación.

El sistema educativo actual no cumple con las exigencias y estándares internacionales en materia de acreditaciones en las diferentes áreas relevantes para la competitividad internacional (Bringas et al., 2015), en Colombia no existe una institución en la educación superior enfocada de lleno al énfasis del desarrollo y fomento empresarial, que abarque de manera congruente y adecuada las competencias interculturales de los empresarios, el cual sin duda sería de gran beneficio al crecimiento económico del país, en el cual primero se debe garantizar la calidad de los profesores que pertenecen a la educación superior.

Colombia no ha sabido aprovechar estos diferentes canales de información para atenuar de manera significativa las deficiencias que existen en el entorno académico, una de las propuestas sería establecer o reafirmar los lazos ya existentes, o buscar opciones y alternativas las cuales ayuden a subsanar tales deficiencias.

Hipótesis 1b. El aumento de la capacidad de aprendizaje cultural de otros mercados por parte de las empresas, minimiza el apoyo gubernamental reflejado ante el número de transacciones empresariales.

Según Fernando et al (2013) “Aunque podría decirse que el componente conocimiento procede de la experiencia y la observación para facilitar el comportamiento cómodo en interacciones interculturales”.

Escenarios de formación a empresas para el mercado

Actualmente lo más difícil para emprender en un

mercado es la falta de conocimiento de proyectos en los cuales el gobierno no ha realizado la gestión de darlos a conocer; lo más idóneo para que los empresarios que tienen iniciativa de emprender es poder contar con información clara y contundente de sus competidores, las empresas son parte de nuestro entorno (Castro et al., 2015), aunque todas son diferentes y para poder emprender es necesario un estudio donde abarque mayores dimensiones para poder entrar a un mercado que día a día se globaliza.

La globalización ha sido rápida durante las últimas décadas, uno de los mayores afluentes ha sido la revolución tecnológica de la información y las telecomunicaciones que se experimentan a nivel mundial. El rápido crecimiento de mercado hace que los empresarios tengan mayores niveles de capacitación, para poder competir y ganar posicionamiento en un mercado.

Hipótesis 2a. Toda la falta de recursos constantes, afectará negativamente la rentabilidad empresarial.

111

De acuerdo a Botero Pinzon (2013, párr. 5): “El entorno de la apertura económica y de las compañías constituyen un escenario en el cual las fases de gestión empresarial deben ser examinadas de manera no habitual, a la luz de los retos que se desprenden de este ambiente”.

El gobierno se preocupa por lograr una mayor economía donde se genere empleo y productividad al país, Colombia cuenta con una economía sólida pero con muchas dificultades (Contreras, Ivanhoe, & Rojas, 2015), por ende, se intentó reducir el proteccionismo, abrir mercados y competir saliendo a la búsqueda de una Colombia moderna (Saul Rick Fernandez, 2014; Navarrete, 2017), gracias a eso hoy en día se enfrentan a un mundo de grandes y pequeñas barreras que se necesitan superar con una determinación, según EDMTOV (2016, párr. 18) “si la misma determinación con la que empezamos se hubiera mantenido hoy se contaría con un país más depurado en sus procesos, más ágil en sus procedimientos y en los tramites, con menos exigencias y mejores prácticas”.

Hipótesis 2b. Toda la cooperación constante a nivel gubernamental, afectará positivamente la rentabilidad empresarial.

El gobierno colombiano ha realizado muchas alianzas donde se permite la libre circulación de bienes y servicios, pero para los empresarios que no conocen las oportunidades fuera de las fronteras, esto signi-

fica tener barreras psicoempresariales (Robayo Acuña, 2016), esto sucede por el desconocimiento de los proyectos del gobierno, son pocas las empresas que adquieren estos proyectos de educación y ayudas monetarias, es por eso que se pierden tantas oportunidades de mercados nuevos y competitivos por que las iniciativas están; pero las pymes desafortunadamente no cuentan con la suficiente información que les permita hacer parte de los proyectos gubernamentales (García-Pérez de Lema, Gálvez-Albarracín, & Maldonado-Guzmán, 2016), la actividad innovadora sobre el crecimiento y el rendimiento de las Mipyme de los países conformados por la alianza del pacifico ha obtenido un resultado de innovación de su producción, en procesos y gestión que impacta positivamente: el crecimiento, el empleo, las ventas y así mismo su utilidad. Es cierto que Colombia tiene muchos acuerdos comerciales donde se podría realizar un aporte económico generando más empleo, y más oportunidades de mercado que aún están perdidas, es por eso que es necesario conocer nuestros acuerdos con los demás países, y capacitarnos para alcanzar los objetivos que cada empresa emprendedora desea.

Innovación empresarial en pro de ser competitivos

Como ha hecho referencia Larrea (2009), para poder cumplir con dicho avance económico, las organizaciones deben identificar un sin número de características y requerimientos para llegar a ser competente a nivel local y, aún más en el ámbito internacional, entre estas características podemos destacar como eje principal la innovación.

La & Inmaterial (2016, párr. 12) indica que “La innovación desde la perspectiva de las sociedades comerciales y las organizaciones empresariales es la comercialización exitosa de una invención, entrando en un mercado o creando uno nuevo, o la mejora de procesos internos y la generación de eficiencias”.

Este él es punto diferenciador entre una empresa y otra en un mercado que se encuentra globalizado y saturado de productos, servicios y procesos innovadores; debemos tener en cuenta que la innovación va más allá de la incorporación de tecnología, sino que, además, está se centra en prever las necesidades del mundo globalizado, donde los consumidores son más exigentes, y por consiguiente lo que le permitirá perdurar en el mercado nacional e internacional.

Muñoz (2005, párr. 23) mencionó “Los incrementos de productividad inducidos por la innovación

no sólo hacen que las empresas de un territorio sean competitivas, sino que contribuyen a elevar el nivel de vida de los ciudadanos de ese territorio”.

La productividad es un factor clave y va encaminada a la innovación, por eso las empresas y los gobiernos deben orientar sus estrategias, políticas y recursos a mejorar gran parte esta falencia; que además de generar productividad, genera que las organizaciones lleguen a ser competitivas.

En relación con lo anterior se requiere que la inversión en desarrollo científico, tecnológico e investigativo en las empresas sea significativa y haya una colaboración de los diferentes estamentos gubernamentales, los cuales brinden las herramientas adecuadas para que puedan competir de manera efectiva, debido a que para conseguir la innovación se necesita la infraestructura y el acceso a los recursos (capital y humano) idóneos.

No obstante, también se necesitan políticas coherentes que estén acordes a todos los procesos innovadores, al igual que un marco normativo que propenda por el mismo, nuevos enfoques estratégicos de las nuevas empresas; personal calificado y cualificado, la integración empresa-universidad-sector privado-sector público (Fernández Hurtado, Castillo Triana, & Martínez Martínez, 2018), estos últimos deben actuar de forma sincronizada, pues cada uno de ellos se alimenta de los demás.

Se puede observar que desde hace mucho tiempo el tema de la innovación se volvió un foco de vital importancia para los países más desarrollados, lo que les ha permitido llevar a la vanguardia dicho tema.

Lamentablemente este proceso de industrialización para Colombia se ha desarrollado de manera paulatina; lo que no le permite ir al ritmo de la evolución económica global. El contexto internacional muestra que los niveles más altos de desarrollo lo poseen aquellos países que gozan de altos índices de emprendimiento-innovador en sus economías. Colombia debe identificar y hacer un diagnóstico exhaustivo a nivel empresarial sobre los puntos críticos en los que es necesario actuar y corregir (Benavides, 2015).

La postura que toman algunos empresarios en relación con las negociaciones internacionales que realizan, de cierta forma influye, no solo económicamente si no que afecta a los pequeños empresarios y emprendedores que están abriendo camino en este ámbito empresarial (Botello Peñaloza, 2016), y es debido a esto que se hace hincapié en la formación

idónea del talento humano.

La gestión de la interculturalidad

Se realizó la tabulación necesaria para poder obtener datos reales, medibles y alcanzables, teniendo como resultado los siguientes análisis:

Basados en la muestra, se puede observar que se cuenta con una insatisfacción por la carencia de la educación brindada por el estado colombiano, donde no se proporciona la educación idónea para ser competitivos y generar estrategias de crecimiento económico; sin embargo, se observa que el R2 indica que el modelo ajustado explica 40,6% de la variabilidad en el indicador Falta de personal cualificado frente a las regulaciones emitidas a nivel gubernamental. El coeficiente de correlación es igual a 0,64, indicando una relación moderadamente fuerte entre las variables. El error estándar estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 0,4; la posición de respuesta es negativa; aun así, se contempla de que la mayoría sienten un apoyo por parte del gobierno e instituciones educativas, pero si cuentan con la necesidad de incursionar en un mercado, ya que hoy en día, quien no goce con la capacidad de proyectarse como empresario, lastimosamente su nivel de vida no mejorará.

Al momento de analizar los resultados de la muestra, se concluye que hoy en día las personas con aspiración a ser empresarios tienen gran desconocimiento en aspectos culturales, se puede observar no se informa de la interculturalidad por la que atraviesa el mundo dado que se requiere mayor nivel de recursos tecnológicos, así se ve en la Tabla 1 en donde la correlación es negativa entre estas variables (-.68), presentando un valor P de 0,000, (ver Tabla 2) lo cual indica el análisis de varianza que el valor P que tiene una relación estadísticamente significativa entre las variables de la medida, aun así tiene un nivel de confianza de 95%.

Por otro lado, la medida estadística R2 indica que el modelo ajustado explica 92,12% la variable de falta de recursos tecnológicos, por ello, el coeficiente de correlación (-.960) indica una relación relativamente fuerte entre ambas variables, por tanto la hipótesis (H2b+) es positiva, sin dudar esto se debe a la globalización que nos permite un intercambio no sólo de bienes y servicios (Suárez Zozaya & Muñoz García, 2016), sino también de apoyo gubernamental y recursos tecnológicos necesarios para el desarrollo empresarial.

Tabla 1. Estadística descriptiva y correlación

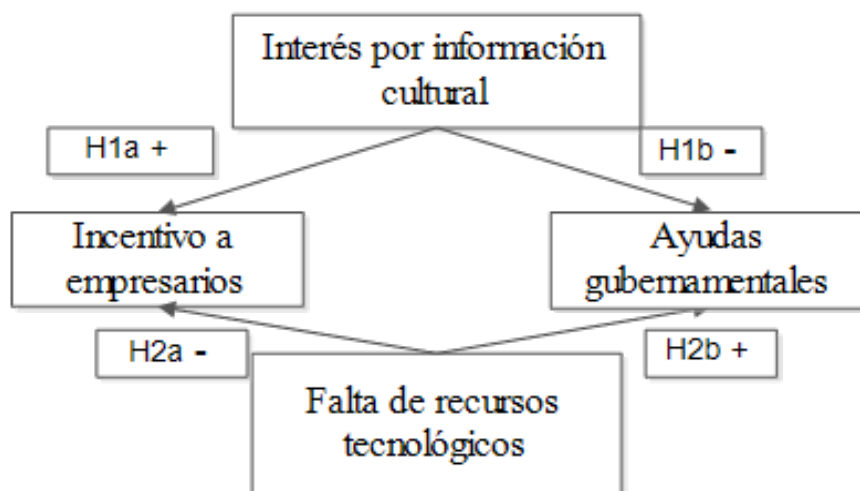
VARIABLES	Mean	Std Deviation	1	2	3	4	5	6	7
1. Incentivo a empresarios	0,32	0,47	1	.35	-.19a	-.48	-.37	.30	-.20a
2. Falta de personal cualificado	0,56	0,50		1	-.11a	-.08	-.14	-.01	.11
3. Regulaciones gubernamentales	0,35	0,48			1	0,19a	.10a	.29	-.37
4. Ayudas gubernamentales	0,41	0,49				1	.66b	-.65	.44b
5. Carencia de conocimientos	0,23	0,42					1	-.43a	.29
6. Interés por información cultural	0,38	0,49						1	-.68b
7. Falta de recursos tecnológicos	0,78	0,41							1

a. Nivel de significancia $P < .05$. b. Nivel de significancia $P < .01$.

Fuente. Elaboración propia

La Tabla 1 presenta escenario descriptivo y correlaciona siete variables de los entornos empresariales utilizados estadísticamente. Las correlaciones entre las variables fueron todas positivas, por lo tanto, existe una relación estadísticamente significativa entre las variables de la muestra.

Tabla 2. Modelos de investigación



Fuente. Elaboración propia(2108)

El anterior análisis debe tomarse como un abre bocas para todos aquellos que están dispuestos a ser grandes empresarios (Santos-Álvarez & García-Merino, 2016), ya que Colombia un país con gran biodiversidad y posibilidades infinitas para aprovechar esta cualidad para darnos a conocer internacionalmente. De acuerdo a la muestra se considera que se carecen de conocimientos tanto, para llevar a cabo una actividad empresarial y de igual forma una obtener los recursos para llegar a incrementar prospectos económicos (Marin & Vanoni, 2016), por tanto, se carece de incentivos mediante las entidades avaladas para tener apoyo que no signifique mayores costos empresariales; por otro lado, se tiene consciencia de que no se cuenta con tecnología apta para competir con grandes multinacionales, y por este las pymes requieren de apoyo. Es claro de que el nivel económico en Colombia es aprovechado por compañías fuertes económica y tecnológicamente, lo cual complica competir con este tipo de compañías, ya que poseen un amplio reconocimiento; financiamiento,

con personal calificado y alta capacidad innovadora.

La mayoría de los encuestados, mostró preocupación respecto a estas variables, debido a que consideran que se encuentran en un país con oportunidades de crecimiento, ya que creen que cada día es más complejo solicitar un empleo así como se muestra en la correlación entre las variables, cual dio negativa (-.48), y dado que el Valor-P es mayor a 0,05, lo que confirma que no existe relación estadísticamente significativa entre las variables (ver Tabla 3), y mediante un nivel de confianza del 95%, ya que después de muchos años y esfuerzos académicos e inversiones onerosa, no son favorablemente retribuidos financieramente en el entorno laboral como se debería; las capacidades son medidas para obtener un salario adecuado, y las exigencias no son aptas para un profesional que apenas está terminando su carrera universitaria, dando lugar a una escasez de talento y generando un mayor índice de desempleo.

Tabla 3. Regresión Simple – Falta de recursos tecnológicos vs. Incentivos a Empresarios

<u>Fuente</u>	<u>Suma de cuadrados</u>	<u>GL</u>	<u>Cuadrado medio</u>	<u>Razón - F</u>	<u>Valor - P</u>
<u>Modelo</u>	<u>0,19125</u>	<u>1</u>	<u>0,19125</u>	<u>1,10</u>	<u>0,2959</u>
<u>Residuo</u>	<u>16,9688</u>	<u>98</u>	<u>0,173151</u>		
<u>Total (Corr.)</u>	<u>17,16</u>	<u>99</u>			

Fuente. Elaboración propia (2018)

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 1,114% de la variabilidad en falta de recursos tecnológicos frente al incentivo a empresarios. Por ende, el coeficiente de correlación es igual a 0,1055, indicando una relación relativamente débil entre las variables, por tanto, la hipótesis (H2a-) indica que es negativa. E incluso la desviación estándar es 0,416 lo cual expresa una aproximación al valor 0, y esto menciona que no hay correlación estadística entre las variables dado que el valor P es mayor o igual a 0,05.

Es necesario encontrar una estrategia que permita disminuir el desempleo y aumentar el personal calificativo, es de vital importancia realizar una

evaluación al sistema educativo (Olivos, 2015; San Martín Gutiérrez, Jiménez Torres, & Jerónimo Sánchez-Beato, 2016), así encontrar las falencias y poder desarrollar y estudiar soluciones de cambio; por ello, es necesario realizar convenios con compañías que exijan la estimulación de personal idóneo, así mismo se comprende por el análisis de R2, lo que indica que el modelo explica la variabilidad entre los indicadores de medición (como se observa en la Tabla 3) mediante el 26,81% y el coeficiente de correlación 0,52, lo que indica una relación moderadamente fuerte entre las variables, comprendiente esto, es necesario tener incentivos al desarrollo empresarial.

Tabla 4. Regresión Simple – Intereses por información cultural vs. Incentivos a empresarios

<u>Fuente</u>	<u>Suma de cuadrados</u>	<u>GL</u>	<u>Cuadrado medio</u>	<u>Razón - F</u>	<u>Valor - P</u>
<u>Modelo</u>	<u>1,07654</u>	<u>1</u>	<u>1,07654</u>	<u>4,69</u>	<u>0,0327</u>
<u>Residuo</u>	<u>22,4835</u>	<u>98</u>	<u>0,229423</u>		
<u>Total (Corr.)</u>	<u>23,56</u>	<u>99</u>			

Fuente. Elaboración propia (2028)

La Tabla 4, muestra que el valor P es menor que 0,05, por consiguiente existe una relación estadísticamente significativa entre las variables, además cuenta con un nivel de confianza del 95,0%, por consiguiente, la hipótesis (H1a+) es positiva.

115

De igual forma, se tiene que el coeficiente de correlación es igual a 0,21, lo que indica una relación relativamente débil entre estas variables, lo cual explica que el R2 es igual a 4,55% correspondiente al modelo ajustado.

De acuerdo a los resultados arrojados, son varios los interrogantes a estudiar. Son amplios los deseos de las personas en proceso de formación, ser profesionales calificados que puedan desenvolverse en el ambiente de su interés, pero se encuentran con el amplio desconocimiento de las regulaciones gubernamentales adoptadas por el gobierno colombiano; siendo así, una gran barrera en general es el desconocimiento

de las ampliaciones ante las actividades empresariales. Por supuesto, son muchas las personas con deseo de incursionar en un mercado, pero no cuentan con la información necesaria, dejando las ideas y propuestas en papel (caso universitario), ya que no conocen los procesos debidamente parametrizados para la fijación de esa idea. Eso hace parte de la formación personal de cada persona, pero también con gran influencia, en la escasa participación ciudadana en la toma de decisiones nacionales y el déficit de información, ya sean acuerdos, impuestos, barreras, reformas, entre otras; haciendo al ciudadano ignorante de las cuestiones legales y regulatorias del país, dándole una gran muralla por mucho camino por recorrer, para poder bajar ese telón que el gobierno ha querido ponerle a la ciudadanía empresarial para tomar decisiones sin pensar en el bienestar de la sociedad.

Tabla 5. Regresión Simple – Intereses por información cultural vs. Ayudas

<u>Fuente</u>	<u>Suma de cuadrados</u>	<u>GL</u>	<u>Cuadrado medio</u>	<u>Razón - F</u>	<u>Valor - P</u>
<u>Modelo</u>	<u>2,276</u>	<u>1</u>	<u>2,276</u>	<u>10,48</u>	<u>0,0016</u>
<u>Residuo</u>	<u>21,284</u>	<u>98</u>	<u>0,217184</u>		
<u>Total (Corr.)</u>	<u>23,56</u>	<u>99</u>			

Fuente. Elaboración propia (2028)

En la Tabla 5, se observa que el valor P es menor que 0,05, por consiguiente existe una relación estadísticamente significativa entre las variables, además cuenta con un nivel de confianza del 95,0%.

Por lo anterior, tenemos el R2 que indica un modelo ajustado de 9,66% respecto a la variabilidad de estos indicadores, por tanto, el coeficiente de correlación es igual a 0,31, indicando una relación relativamente débil en relación a las variables medidas, por este motivo se tiene que la hipótesis (H1b-) es negativa.

Por ello, la mayoría de los empresarios hoy en día prefieren obtener una deuda con una entidad financiera, porque los incentivos que el gobierno otorga son casi que imposibles, debido a que deben de realizar actividades que les representa un mayor de tiempo en ellas, y que al final no se sabe si los proyectos sean aptos o simplemente las entidades tienen como respuesta, no cumple con los requisitos. Gran parte de la muestra no conoce las ayudas y tampoco se interesan por buscarlas o pedir información, las ayudas de los entes gubernamentales, están destinadas para empresas que ya están en desarrollo empresarial, por este la correlación dio negativo (véase Tabla 1). En relación con lo anterior, es claro que hay una falencia en el sistema formativo hacia los empresarios, la falta de incentivar los proyectos y la poca información que otorga las entidades competentes, las excesivas regulaciones para obtener las ayudas cada vez desmotivan y retroceden la competencia a nivel global, porque estamos en un mundo globalizado que necesita que los empresarios se encuentren capacitados para los intercambios empresariales.

Conclusiones

La principal falencia del desconocimiento cultural al momento de realizar una negociación, es primordialmente por el mínimo apoyo gubernamental, con el que cuenta la educación Colombia, convirtiendo a los futuros profesionales en personal ambiguo e ignorante. Además, los entes reguladores de estos apoyos para emprendimientos, deben de tomar las iniciativas y cambiar los procesos de selección, haciendo más posibles la incursión de personas que no poseen un porcentaje de recursos idóneo, pero que si cuentan con el ideal y la motivación para realizarlas.

De acuerdo a la muestra realizada, se puede llegar a analizar el desconcierto de la población en proceso de formación por la educación, y los recursos que brindan las instituciones educativas; es por ello que de acuerdo a los porcentajes arrojados, se puede deducir las inconformidades y preocupaciones que

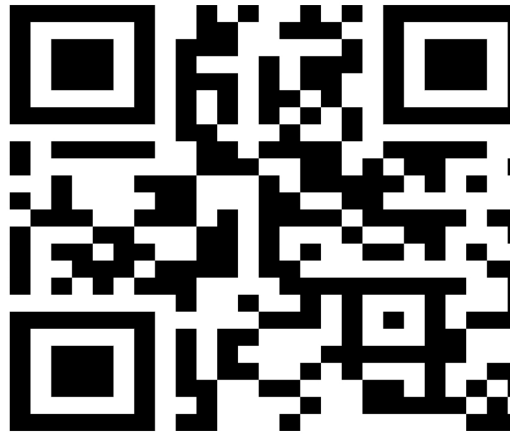
poseen por el desconocimiento de información importante para tener en cuenta en el momento de las negociaciones internacionales; es muy claro, de que el mundo está en un momento de globalización, por ello es necesario que tanto el personal, la población y el país se concentren en fases de evolución, visualización, metas y objetivos para impulsar al país.

Referencias

- Benavides, G. F. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. *Suma de Negocios*, 6(13), 66–73. <http://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.005>
- Botello Peñaloza, H. A. (2016). Las certificaciones de calidad y la internacionalización de las firmas industriales colombianas. *Suma de Negocios*, 7, 1–9. <http://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.009>
- Botero Pinzon, L. D. (2013). Informe Académico - Documento - La globalización de la economía y la internacionalización de la empresa: una mirada en el tiempo.
- Bringas, H. H. H., Quintana, J. M., Navarro, D. M., García, H. M., & Robles, J. N. (2015). Los desafíos de las universidades de América Latina y el Caribe ¿Qué somos y a dónde vamos? *Perfiles Educativos* (Vol. 37).
- Cano, J. A., & Baena, J. J. (2015). Tendencias en el uso de las tecnologías de información y comunicación para la negociación internacional. *Estudios Gerenciales*, 31(136), 335–346. <http://doi.org/10.1016/j.estger.2015.03.003>
- Castro, M. A. A. B., García, M. L. S., & Adame, M. E. C. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 6(13), 98–107. <http://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>
- Contreras, O. E., Ivanhoe, E., & Rojas, R. (2015). Teletrabajo y sostenibilidad empresarial. Una reflexión desde la gerencia del talento humano en Colombia. *Suma de Negocios*, 6(13), 74–83. <http://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.006>
- EDMTOV. (2016). Tenemos una economía solida “pero” con muchos peros.
- Fernández Hurtado, S. R., Castillo Triana, D., & Martínez Martínez, L. Á. (2018). Clúster virtual: nueva alternativa a la competitividad eficaz en las empresas. *Tendencias*, 19(1), 164. <http://doi.org/10.1016/j.tendencias.2018.01.001>

org/10.22267/rtend.181901.92

- Fernandez Hurtado, S. R., & Martinez Martinez, L. A. (2017). Internationalization of Colombian Firms: Competitive and Productivity as a Problem to Enter the Asian Market. *Asian Social Science*, 14(1), 183. <http://doi.org/10.5539/ass.v14n1p183>
- Fernandez, S. R. (2013). It Takes Two to Tango : Commercial Relation Beyond Of Bilateral Agreement , China and Colombia to Sign a Free Trade Agreement. *American Journal of Business and Management*, 2(4), 275–295. <http://doi.org/10.11634/216796061302426>
- Fernandez, S. R. (2014). CNKI JOURNAL.Retrieved from <http://cdmd.cnki.com.cn/Article/CDMD-10280-1014418924.htm>
- Fernandez, S. R. (2016). The Opportunities and Bottlenecks between China and Latin American Countries' Economic and Trade Development. *International Journal of Developing Societies*, 5(2), 23–26. <http://doi.org/10.11634/216817831605783>
- Fernando, L., Zapata, B., Cristina, S., & Barrientos, A. (2013). Cross cultural management challenges in the internationalisation activities of Medellín's SMES Desafios de gestão intercultural nas actividades de internacionalização de micro-empresas de Medellín. *Estudios Gerenciales*, 29(29), 456–465. <http://doi.org/10.1016/j.estger.2013.11.011&domain=pdf>
- García-Pérez de Lema, D., Gálvez-Albarracín, E. J., & Maldonado-Guzmán, G. (2016). Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico. *Estudios Gerenciales*, 32(141), 326–335. <http://doi.org/10.1016/j.estger.2016.07.003>
- La, R., & Inmaterial, P. (2016). gestión del conocimiento y políticas de innovación, 19–31.
- Larrea, J. L. (2009). Las Relaciones Laborales Ante El Desafío De La Innovación : Un Nuevo Compromiso, LXIV, 23–44.
- Marin, M. F., & Vanoni, G. (2016). Competencias directivas requeridas por los CEO ante la complejidad de las organizaciones del siglo xxi. *Suma de Negocios*, 7(2), 1–12. <http://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.005>
- Martinez Martinez, L. A., & Fernandez Hurtado, S. R. (2018). Internal Communication Issues in the Firms: Does It Affect the Productivity? *Review of European Studies*, 10(2), 1. <http://doi.org/10.5539/res.v10n2p1>
- Muñoz, R. A. (2005). Las Nuevas Herramientas De La Política De Innovación : Los Sistemas De Innovación Y El Desarrollo De Clusters, LX, 413–430.
- Navarrete, J. E. (2017). Trump y la coyuntura económica global. *Economía UNAM*, 14(41), 40–56. <http://doi.org/10.1016/j.eunam.2017.06.002>
- Olivos, T. M. (2015). Las competencias del evaluador educativo. *Revista de La Educacion Superior*. <http://doi.org/10.1016/j.resu.2015.04.011>
- Robayo Acuña, P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125–140. <http://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>
- S. Rick, F. (2014). Empirical Result on Firms' Cluster Integration: Should Firms Evolve beyond Their Region? *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(3), 204–211. <http://doi.org/10.7763/IJTEF.2014.V5.372>
- San Martín Gutiérrez, S., Jiménez Torres, N., & Jerónimo Sánchez-Beato, E. (2016). La evaluación del alumnado universitario en el Espacio Europeo de Educación Superior. *Aula Abierta*, 44(1), 7–14. <http://doi.org/10.1016/j.aula.2015.03.003>
- Santos-Álvarez, V., & García-Merino, T. (2016). Motivación del empresario y atención informativa en la internacionalización: Un análisis regional en el sector Español de piedra natural. *European Research on Management and Business Economics*, 22(1), 1–7. <http://doi.org/10.1016/j.iedee.2014.12.002>
- Suárez Zozaya, M. H., & Muñoz García, H. (2016). ¿qué pasa con los académicos? *Revista de La Educacion Superior*, 45(180), 1–22. <http://doi.org/10.1016/j.resu.2016.08.003>
- Vanegas, J. G., Restrepo, J. A., & González, M. A. (2015). Negocios y comercio internacional: evidencias de investigación académica para Colombia. *Suma de Negocios*, 6(13), 84–91. <http://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.007>



Podcast

Gestión de la interculturalidad ante la
internacionalización de empresas

Saúl Rick Fernández H.
Luz Ángela Martínez M
Regine Adele Ngono Fouda