

# **INFLUENCIA DEL NIVEL EDUCATIVO ANTE EL DESARROLLO DE LOS EMPRESARIOS DURANTE LAS NEGOCIACIONES EN ÁMBITOS INTERNACIONALES**

**Saúl Rick Fernández Hurtado**

<https://orcid.org/0000-0001-5167-7597>  
[srickfernandez@endeporte.edu.co](mailto:srickfernandez@endeporte.edu.co)  
Institución Universitaria Escuela Nacional del  
Deporte. Cali, Colombia

**Paola Andrea Martínez Pungo**

<https://orcid.org/0000-0003-4347-2086>  
[paola.m9506@gmail.com](mailto:paola.m9506@gmail.com)  
Cámara de Comercio de Cali  
Cali, Colombia

**Daniela Alexandra Marín Velasco**

<https://orcid.org/0000-0002-5806-2728>  
[nani\\_0203@hotmail.com](mailto:nani_0203@hotmail.com)  
Universidad Santiago de Cali. Cali, Colombia

**Luz Ángela Martínez Martínez**

<https://orcid.org/0000-0001-6852-4888>  
[luz\\_angela.martinez@uao.edu.co](mailto:luz_angela.martinez@uao.edu.co)  
Universidad Autónoma de Occidente  
Cali, Colombia

**Sugey Amalia Caicedo Vidal**

<https://orcid.org/0000-0002-5830-490X>  
[csugeyamalia@yahoo.com](mailto:csugeyamalia@yahoo.com)  
Fundación Social y Cultural  
San Antonio de Padua  
Cali, Colombia

## **Cita este capítulo:**

Fernández Hurtado, S. R., Martínez Pungo, P. A., Martínez Martínez, L. Á. Marín Velasco, D. A. & Caicedo Vidal, S. A. (2020). Influencia del nivel educativo ante el desarrollo de empresarios durante las negociaciones en ámbitos internacionales. En: Fernández Hurtado, S. R. y Beltrán García, L. (eds. científicos). *La internacionalización empresarial como mecanismo resiliente para las empresas colombianas* (pp. 53-80). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.



# INFLUENCIA DEL NIVEL EDUCATIVO ANTE EL DESARROLLO DE LOS EMPRESARIOS DURANTE LAS NEGOCIACIONES EN AMBITOS INTERNACIONALES

*Saúl Rick Fernández Hurtado  
Paola Andrea Martínez Pungo  
Luz Ángela Martínez Martínez  
Daniela Alexandra Marín Velasco  
Sugey Amalia Caicedo Vidal*

## 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 en el ámbito internacional. El enfoque que se utilizó fue a través del análisis descriptivo y empírico, lo cual ayudó al entendimiento de lo que requieren las empresas a través de las habilidades de los egresados universitarios. Como resultado se muestra la necesidad tanto en el ámbito empresarial como gubernamental, de una formación universitaria que deberá tener un cambio ante el saber-hacer (macro), lo cual es una necesidad para el éxito empresarial a nivel internacional. La investigación permite concluir aspectos relevantes ante actividades empresariales, donde la correlación de fortalecimiento empresa-universidad-sector privado-sector público, está produciendo un efecto negativo; a esta conclusión se llega mediante un análisis psicoempresarial y los resultados obtenidos de los datos, bajo el análisis de resultados obtenidos mediante los datos recolectados en la investigación.

**Palabras claves:** globalización, mercados internacionales, sistema formativo, organizaciones, estructura educativa.

## **INTRODUCCIÓN**

En este capítulo se presentan los resultados de la investigación, en la que se exploran las variables requeridas ante el desarrollo empresa-universidad-sector privado-sector público, donde la integración del conocimiento de los empresarios es pertinente; también se muestra como el fortalecimiento empresarial para la toma de decisiones es necesario para obtener 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, que son las variables de análisis de la investigación.

La metodología empleada tuvo como finalidad analizar y conocer el entorno del problema psicoempresarial (Robayo- Acuña, 2016) y el comportamiento de los empresarios con un determinado nivel de educación respecto a las habilidades del saber entregadas por las universidades; por lo tanto la medición empírica fue relevante. El objetivo del capítulo de investigación es determinar las causas más relevantes que ocasionan el desconocimiento cultural en el ámbito empresarial y económico, como también realizar un análisis descriptivo y empírico en la investigación a nivel formativo-empresarial, obteniendo resultados basados en los datos de la investigación.

El presente capítulo de investigación se estructura de la siguiente forma: en la primera sección se identifica el conocimiento sobre el problema planteado, seguido del desarrollo teórico para finalmente presentar el análisis descriptivo y empírico que ayuda a determinar el entorno de las variables como interculturalidad, internacionalización, empresarial, empresa-universidad-sector privado-sector público. Se expone así un breve análisis y unas conclusiones con base a los resultados conseguidos.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

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 desarrollar estrategias de internacionalización (Botello Peñaloza, 2016), que abarquen de manera más específica y centralizada todas aquellas áreas determinantes y particulares de cada país; algunos ejemplos de esto son: la comunicación, el vestuario, la gastronomía, y las normas y protocolos característicos del país donde se quiere entrar comercialmente; todo esto con el fin de obtener resultados positivos en la internacionalización empresarial, lo que a su vez le permitirá ser competente frente a otras organizaciones a nivel global.

En relación con lo anterior se requiere que el talento humano, en cabeza del gerente general o las personas encargadas del proceso, estén cualificadas para el desarrollo de la labor. Esto debido a que en muchos casos el desconocimiento de otras culturas ocasiona una ruptura en la comunicación entre las organizaciones que negocian, generando a su vez dificultad en los intercambios comerciales. Este problema tiene un trasfondo y un vínculo con las carencias que existen en el sistema formativo al cual han accedido los empresarios.

Estos problemas se desencadenan por diferentes problemáticas, una de ellas es la debilidad estructural del sistema educativo, en el tema tratado específicamente (Bringas et al., 2015).

Existe un vínculo entre las necesidades que actualmente se requieren en el mercado internacional y la forma cómo se encuentra organizada la academia con referencia a este aspecto. Se debe tener en cuenta que las empresas realizan actividades especí-

ficas de producción y/o prestación de servicios en ámbitos que van más allá del nacional; se requiere que estas actividades sean desarrolladas por personas altamente idóneas en el desempeño del cargo que les corresponde. A esta necesidad se le suma el poco estímulo 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 (Fernández, 2013). Otro aspecto preocupante es la desidia que tienen algunos empresarios por conocer y aprender sobre otras culturas, la cual trae a veces en una decisión más personal que organizacional, pues no ven tan necesaria la interacción con otras culturas para el logro y cumplimiento de los objetivos empresariales.

Toda esta problemática también se debe a que las organizaciones poseen una dinámica fracturada en lo que tiene que ver con la cooperación empresarial; están obviando la influencia que genera el entorno económico mundial y el mercado de trabajo; se está invirtiendo poco en sistemas tecnológicos, que es un componente esencial en la industria y del cual se depende para el desarrollo y el desempeño óptimo de las empresas.

Los inconvenientes adversos que pueden llegar a tener las organizaciones son numerosos; entre ellos, podemos puntualizar los más representativos. Uno es conocimiento parcial de las características relevantes del grupo objetivo, lo que puede influir de forma significativa en la captación de clientes y en su incapacidad de abarcar nuevos mercados. El desconocimiento del target no permitirá segmentar, seleccionar, enfocar y, aún menos, enfocar productos y/o servicios de manera adecuada, puesto a que se obvian los diferentes criterios de segmentación, como son el comportamiento del consumidor, la ubicación geográfica, diversificación demográfica, personalidad, actitudes psicológicas y demás. Por consiguiente, la comercialización de productos en el

mercado se encontrará entonces en unos niveles inferiores a los proyectados por la organización, generando pérdidas financieras y acarreado costos logísticos.

La desmotivación y disminución del emprendimiento está relacionado y estrechamente vinculado con la cantidad exagerada de requisitos y requerimientos (Castro et al., 2015), que se exigen para tener acceso a las diferentes ayudas e incentivos para que las empresas logren su internacionalización. Estos aspectos son requerimientos fundamentales para el éxito empresarial en el ámbito internacional, que no pueden ser obviados, sino puestos en práctica.

## **JUSTIFICACIÓN**

A medida que se desarrolló el problema de investigación seleccionado, se manifestaron otras problemáticas correspondiente al sistema formativo que se implementa en Colombia para los futuros emprendedores y empresarios (Castro et al., 2015), profesionales que ejercen su carrera sin los medios y conocimientos necesarios para desarrollar su actividad acorde con las demandas del contexto competitivo. Los mecanismos interculturales que se desarrollan en el mundo de los negocios constituyen un pilar fundamental para transacciones empresariales, ya sean bienes o servicios, y pueden llevar a culminar con un acuerdo exitoso entre las partes involucradas.

Al Estado colombiano, que corresponde al de un país en desarrollo, le queda un amplio camino por recorrer en la inversión en procesos tecnológicos e investigativos, “en torno a los mecanismos tecnológicos tales como las TICs para el funcionamiento acorde de los procesos de negociaciones internacionales”, –como lo expresan Cano & Baena (2015, p. 156)– en la búsqueda de am-

pliar el conocimiento de la población y una 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 Estado colombiano en el mejoramiento de los procesos institucionales, para proporcionar a la población las herramientas necesarias que logren un posicionamiento del país, tanto en su entorno social como estableciendo condiciones que permitan el desarrollo de la suspicacia e inteligencia de su comunidad, buscando que se logre el manejo de ambientes hostiles como pueden ser generalmente los acuerdos comerciales; se lograría sí un crecimiento económico gracias al crecimiento de las exportaciones e importaciones del país, aumentando su capital y disminuyendo el déficit en el cual han estado muchos años algunas empresas.

Aparte de los aportes gubernamentales en el proceso profesional, se debe empezar conociendo el ambiente cultural del país de origen; son muchos los pensamientos sedentarios y conformistas de muchos ciudadanos, que no toman los riesgos necesarios de explorar más allá de las fronteras y adquirir nuevos conocimientos; se conforman solo con lo existente, no tienen deseo de buscar el trasfondo de las cosas, haciendo de esta forma que sus capacidades profesionales resulten obsoletas en un mercado en constante cambio, que tiene diversas variables que influyen en él directamente como es el tema tratado de la interculturalidad. Para los empresarios es fundamental conocer aspectos tan básicos como la vestimenta, la cordialidad, la ideología y otros más como son el idioma y la política, entre otras.

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

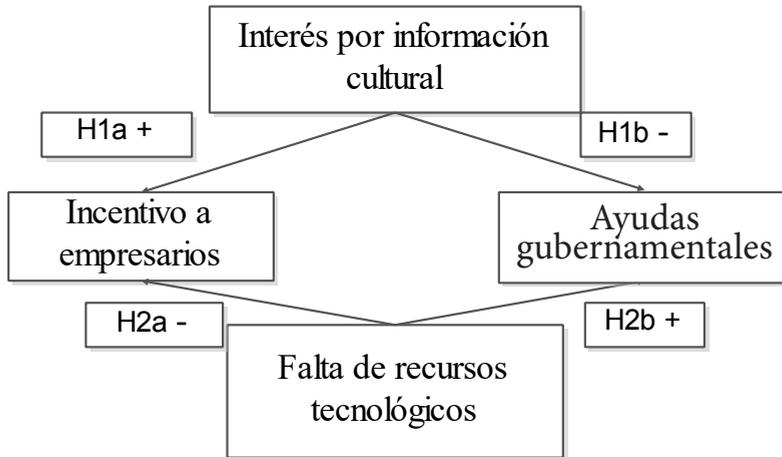
## MARCO TEÓRICO

### 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, los diferentes sectores económicos y sociales y por tanto de los 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 tienen el cargo de gerente en las mipymes; estos empresarios tienen poco conocimiento y experiencia en el tema del establecimiento de relaciones internacionales exitosas, y de esta manera poder contribuir a la superación de las distintas falencias que se han observado en el logro de acuerdos comerciales (Fernández-Hurtado, 2014; Botello Peñaloza, 2016).

Una de las problemáticas que más preocupa es el desconocimiento y formación en el ámbito cultural, social, así como en 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 permitirán entrar en otros mercados, diversificar y expandir sus productos y servicios. Se daba por sentado el “éxito” de los acuerdos por tener disponibilidad y ventajas en recursos naturales, o de tener una posición geográfica estratégica, pero el aspecto cultural que es tan relevante pasa desapercibido por las instituciones universitarias, debido a que el enfoque se centra en los recursos monetarios y los incentivos ofrecidos para solventar todos los gastos que implica incursionar en otros países.

Figura 9. Modelos de investigación



Fuente: Elaboración por los autores (2019)

*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; a la luz de hoy han sido mínimos los esfuerzos por parte de las entidades competentes por formar profesionales idóneos en las diferentes áreas importantes a nivel educativo, lo que le permitiría a Colombia, a través de sus empresarios y empresas, alcanzar competitividad a nivel internacional (Vanegas et al., 2015). Temas como ciencia y tecnología son primordiales para alcanzar dicha competitividad, así como es fundamental la investigación, que es el motor de innovación de un país para emerger internacionalmente de forma competitiva.

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 de educación superior enfocada de lleno al énfasis del desarrollo y fomento empresarial, que abarque de manera congruente y adecuada las competencias interculturales que deben tener los empresarios, lo que, sin duda, sería de gran beneficio para crecimiento económico del país; pero primero se debe garantizar la calidad de los profesores que pertenecen a las instituciones de educación superior (Cano Quintero, M. C. y Giraldo García, L. K., 2020).

Colombia no ha sabido aprovechar los 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 como son, academia y empresa, 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 al enfocar esfuerzos en diferentes mercados, se ve reflejada en el número de transacciones empresariales.*

Según Fernando et al. (2013) “la experiencia y la observación se alimentan con vivencias y actitudes recogidas de las interacciones interculturales, de manera que aquellas más apropiadas sean potencializadas y otras, no tan exitosas, sean eliminadas según cada situación particular” (p. 458).

Actualmente lo más difícil para emprender en un mercado es la falta de conocimiento de proyectos donde el gobierno no dado a conocer si es garantista de ellos; lo más idóneo para los empresarios que tienen iniciativas de emprendimiento es poder contar con información clara y contundente de sus competidores, las empresas que son parte de nuestro entorno (Castro et al., 2015; Fernández, 2016); aunque todas son diferentes, para poder emprender

es necesario un estudio que abarque una buena dimensión, para así poder entrar a un mercado que día a día se globaliza.

La internacionalización ha sido rápida durante las últimas décadas, uno de los factores más influyentes ha sido la revolución tecnológica de la información y las telecomunicaciones, que se experimenta a nivel mundial. El rápido crecimiento del mercado hace que los empresarios tengan mejor capacitación para poder competir y ganar posicionamiento en un mercado.

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

De acuerdo a Pinzón (2013) “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” (p. 205).

El gobierno se preocupa por apoyar el sector de la economía donde se genere empleo y productividad; Colombia cuenta con una economía sólida pero con muchas dificultades (Contreras et al., 2015); se ha intentado reducir el proteccionismo, integrando los mercados internos a la economía mundial (Fernández, 2014; Navarrete, 2017) abriéndolos a la competencia buscando una Colombia moderna. Por eso hoy en día se enfrenta un mundo de grandes y pequeñas barreras que es necesario superar con determinación; según Stiglitz (2013) 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. La cooperación constante, desde el 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 se traduce en tener barreras psicoempresariales (Robayo Acuña, 2016). Esto sucede por el desconocimiento de los proyectos del gobierno; son pocas las empresas que se benefician de estos proyectos de educación y ayudas monetarias, lo cual lleva a que se pierden oportunidades de entrar a nuevos mercados en forma competitiva, porque las iniciativas existen; pero las mipymes, 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). Las mipymes de los países que conforman la Alianza del Pacífico han obtenido resultados positivos en lo que concierne a innovación de su producción, en procesos y gestión lo que impacta positivamente el crecimiento, el empleo, las ventas y así mismo su utilidad. Es cierto que Colombia tiene acuerdos comerciales que podrían ayudar a la economía generando más empleo y aumentando las oportunidades de participación en mercados que aún están inexplorados, por eso es necesario conocer los acuerdos con los demás países y capacitar el tejido empresarial para alcanzar los objetivos de que cada una.

### **Innovación empresarial en pro de ser competitivos**

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

Pabón Cadavid (2016) 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.

La innovación es el punto diferenciador, entre una empresa que la pone en práctica y otra que no lo hace, en un mercado que se encuentra globalizado y saturado de productos, servicios y procesos innovadores; se debe tener en cuenta que la innovación va más allá de la incorporación de tecnología, además, esta se centra en prever las necesidades del mundo globalizado (De la Vega, 2018; Cabello & Ortiz, 2013), donde los consumidores son más exigentes; eso es lo que le permitirá perdurar en el mercado nacional e internacional Olaya Garcerá, J.; Fajardo Guevara, C.; Prado Rojas, C. & Delgado Martínez, E. (eds. científicos). (2020).

Muñoz (2005) afirma: “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” (p.66).

La productividad es un factor clave y va encaminada a aumentar la competitividad, sin embargo, la innovación debe estar implícita dentro de los procesos productivos; sin duda alguna a la innovación, por eso las empresas y los gobiernos deben orientar sus estrategias, políticas y recursos a mejorar gran parte esta falencia. Además de mejorar la productividad, hace 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 las empresas puedan competir de manera efectiva; para conseguir innovación

se necesita infraestructura y acceso a los recursos de capital y humanos 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 los mismos; nuevos enfoques estratégicos en las nuevas empresas; personal calificado y cualificado, la integración empresa-universidad-sector privado-sector público, estos últimos deben actuar de forma sincronizada, pues cada uno de ellos se alimenta de los demás.

Además, se observa 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 los 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 de los puntos críticos sobre 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 abriéndose camino en este ámbito empresarial (Botello Peñaloza, 2016), y es debido a esto que se hace hincapié en la formación idónea del talento humano.

## **METODOLOGÍA DE ESTUDIO**

Para realizar la investigación se utilizó tanto la metodología descriptiva como la empírica y se realizó por medio de un estudio de tipo hipotético-deductivo el cual ayudó a definir el estado actual de las deficiencias del nivel formativo, que no es lo que los empresarios esperan por parte de las entidades gubernamentales, sino que esperan la labor de identificación de las falencias que afectan las negociaciones.

### **Muestra poblacional**

La muestra para el estudio fue de 100 empresas, de distintas áreas industriales; se interrogó sobre cómo consideran el estado actual, a nivel formativo, del desarrollo de empresarios y los aportes que brindan y que también que benefician a la sociedad.

### **Procedimiento**

Se le comunicó a la comunidad participante que son los gerentes, académicos y funcionarios gubernamentales, acerca de la investigación y el propósito que se tenía; se informó que la participación era voluntaria; previa aceptación, se entregó un formulario con preguntas múltiples y cerradas con el propósito de realizar una valoración con análisis correlacional.

### **Recolección de datos y análisis de resultados**

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

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

<sup>a</sup>Nivel de significancia  $P < .05$ .

<sup>b</sup>Nivel de significancia  $P < .01$ .

Fuente: Elaboración por los autores (2019)

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

Según la muestra, se puede observar que hay una insatisfacción causada por la carencia de educación ofrecida por el Estado

colombiano; no se proporciona la educación idónea para que el empresario logre ser competitivo y genere estrategias de crecimiento económico; sin embargo, se observa que el  $R^2$  indica que el modelo ajustado explica 40,6% de la variabilidad en el indicador bajo un análisis empírico. En la variable falta de personal cualificado, frente a las regulaciones emitidas por el gobierno, 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 que la mayoría siente un apoyo por parte del gobierno y de las instituciones educativas, ve 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 (ver Figura 9).

Al momento de analizar los resultados de la muestra, se concluye que hoy en día las personas que aspiran a ser empresarias no conocen los aspectos culturales en los entornos de negocios, se puede observar no es necesario reconocer la interculturalidad para incursionar en negocios internacionales dado que se requiere mayor nivel de recursos tecnológicos. Así se ve en la Tabla 2 en donde la correlación es negativa entre estas variables (-.68), presentando un valor  $P$  de 0,000, 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%.

Tabla 2. Regresión simple

<i>Fuente</i>	<i>Suma de Cuadrados</i>	<i>Gl</i>	<i>Cuadrado Medio</i>	<i>Razón-F</i>	<i>Valor-P</i>
Modelo	22,5778	1	22,5778	1145,13	0,0000
Residuo	1,9322	98	0,0197164		
Total (Corr.)	24,51	99			

Fuente: Elaboración por los autores (2019)

Por otro lado, la medida estadística  $R^2$  indica que el modelo ajustado explica la variable de falta de recursos tecnológicos los cuales son necesarios para la productividad empresarial, por ello, el coeficiente de correlación (-.960) indica una relación relativamente fuerte entre ambas variables estudiadas, 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 los recursos tecnológicos necesarios para el desarrollo empresarial; en vez de ver esto como una desventaja, debería ser un abrebocas para todos aquellos que están dispuestos a ser grandes empresarios (Santos-Álvarez & García-Merino, 2016), ya que Colombia, es un país con gran biodiversidad y posibilidades infinitas para aprovecharlas y darlas a conocer internacionalmente. De acuerdo con la muestra se considera que se carece de conocimientos, tanto para llevar a cabo una actividad empresarial como para una obtener los recursos necesarios para incrementar recursos económicos (Marin & Vanoni, 2016). Por tanto, no hay incentivos para las entidades avaladas en un apoyo que no signifique mayores costos empresariales. Por otro lado, se sabe que no se cuenta con tecnología apta para competir con grandes

multinacionales, y es por esto que las Pymes requieren de apoyo. Es claro que el nivel económico en Colombia es aprovechado por compañías fuertes económica y tecnológicamente, lo cual es beneficioso para competir en el entorno empresarial, ya que poseen un amplio reconocimiento, financiamiento, 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, pero consideran que cada día es más complejo solicitar un empleo; así se muestra en la correlación entre las variables del estudio, la cual dio negativa (-.48), y dado que el Valor-*P* es mayor a 0,05, no existe relación estadísticamente significativa entre las variables (ver Tabla 3); se muestra un nivel de confianza del 95%, ya que después de muchos años y esfuerzos académicos e inversiones onerosas, no hay una retribución financiera en el entorno laboral tal como debería ser; las capacidades medidas, para obtener un salario adecuado, no son las exigidas para un nivel profesional o para quienes apenas están terminando su carrera universitaria; esto genera una escasez de talento y un mayor índice de desempleo.

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

<i>Fuente</i>	<i>Suma de Cuadrados</i>	<i>Gl</i>	<i>Cuadrado Medio</i>	<i>Razón-F</i>	<i>Valor-P</i>
Modelo	0,19125	1	0,19125	1,10	0,2959
Residuo	16,9688	98	0,173151		
Total (Corr.)	17,16	99			

Fuente: Elaboración por los autores (2019)

El estadístico *R-Cuadrado* 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 indica 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 calificado; es de vital importancia realizar una evaluación al sistema educativo (Olivos, 2015; San Martín Gutiérrez, Jiménez Torres, & Jerónimo Sánchez-Beato, 2016), para así encontrar las falencias y poder estudiar y desarrollar soluciones de cambio. Para ello, es necesario realizar convenios con compañías que exijan tener un alto nivel y de personal idóneo, esto se entiende por el análisis de  $R^2$ , que indica que el modelo explica la variabilidad entre los indicadores de medición (como se observa en la Tabla 3) mediante el coeficiente de correlación 0,52, indican una relación moderadamente fuerte entre las variables, lo que muestra que es necesario tener incentivos al desarrollo empresarial.

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

<i>Fuente</i>	<i>Suma de Cuadrados</i>	<i>Gl</i>	<i>Cuadrado Medio</i>	<i>Razón-F</i>	<i>Valor-P</i>
Modelo	1,07654	1	1,07654	4,69	0,0327
Residuo	22,4835	98	0,229423		

Total (Corr.)	23,56	99			
------------------	-------	----	--	--	--

Fuente: Elaboración por los autores (2019)

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 tanto, respecto a la hipótesis ( $H1a+$ ) es positiva. 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  $R^2$  es igual a 4,55% correspondiente al modelo ajustado.

De acuerdo a los resultados arrojados, son varios los interrogantes a estudiar. Las personas desean formarse, ser profesionales calificados que puedan desenvolverse en el ambiente de su interés, pero desconocen las regulaciones adoptadas por el gobierno colombiano, siendo esto, una gran barrera en la ampliación de actividades de las empresas. Por supuesto, son muchas las empresas 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 puesta en marcha de un negocio basado en una idea; eso hace parte de la formación de cada persona; pero la escasa participación ciudadana en la toma de decisiones nacionales y el déficit de información, ya sean acuerdos, impuestos, barreras, reformas, entre otras tienen una gran influencia; la situación hace del ciudadano un ignorante de las cuestiones legales y regulatorias del país, lo que constituye una gran muralla en el largo camino por recorrer, buscando bajar ese telón que el gobierno ha querido ponerle a la empresas al tomar decisiones sin pensar en el bienestar de la sociedad.

Tabla 5. Regresión simple – Intereses por información cultural vs. Ayudas gubernamentales.

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

Fuente: Elaboración por los autores (2019)

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,  $R^2$  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 con respecto 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 tener una deuda con una entidad financiera, ya que los incentivos que el gobierno otorga son casi que imposibles de obtener, debido a que deben de realizar actividades que les exigen gran cantidad de tiempo, sin que al final se sepa si los proyectos son aptos o que simplemente las entidades responden: “no cumple con los requisitos”, sin más explicación. Parte de la muestra estudiada no conoce las ayudas y tampoco se interesa en buscarlas o pedir información; las ayudas de los entes gubernamentales están destinadas a empresas que ya tienen un desarrollo, por esto la corre-

lación es negativa. En relación con lo anterior, es claro que hay una falencia en el sistema formativo de los empresarios; falta de incentivar los proyectos y la poca información que otorgan las entidades competentes es insuficiente; las excesivas regulaciones para obtener las ayudas desmotivan y retroceden la competencia a nivel global, porque estamos en un mundo globalizado que necesita que los empresarios estén capacitados para realizar los intercambios empresariales.

## **CONCLUSIONES**

La principal falencia es el desconocimiento cultural al momento de realizar una negociación, esto se da por el mínimo apoyo gubernamental y por el nivel de la educación Colombia, que convierte a los futuros profesionales en personal ambiguo e ignorante. Además, los entes reguladores de los apoyos para emprendimientos, deben tomar la iniciativa y cambiar los procesos de selección, haciendo posible la incursión de personas que no posean los recursos exigidos, pero que si cuentan con el ideal y la motivación para realizarlas.

De acuerdo con la muestra estudiada, se puede analizar el desconcierto de la población en el proceso de formación educativa, y los recursos que entrega esta; es por ello que de los porcentajes que se muestran, se pueden deducir las inconformidades y preocupaciones por el desconocimiento de información importante a tener en cuenta en el momento de las negociaciones internacionales; es muy claro que el mundo está en un momento de globalización, por ello es necesario que el país se concentre en las fases de evolución y visualización de metas y objetivos para impulsar al país.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benavides, G. F. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. *Suma de Negocios*, 6(13), 66–73. <https://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(16), 73–81. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.009>
- 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? En *Perfiles Educativos* (Vol. 37, Issue 147). <https://doi.org/10.1016/j.pe.2015.11.001>
- Cabello, A. & Ortiz, E. (2013). Políticas públicas de innovación tecnológica y desarrollo: Teoría y propuesta de educación superior. *Convergencia*, 20(61), 135–172. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-14352013000100006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352013000100006)
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.03.003>
- Cano Quintero, M. C. y Giraldo García, L. K. (Eds. científicas). (2020). *Perspectivas de la enseñanza en educación infantil*. Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali
- 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. <https://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. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.006>

- De la Vega, I. (2018). Innovación, tecnologías emergentes y cambio organizacional. El caso de la Fórmula 1. *Analisis de Coyuntura*, XXIV, 331–342. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/364/36457129015/html/index.html>
- Fernández, 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. <https://doi.org/10.11634/216796061302426>
- Fernández, S. R. (2014). 产业集群一体化挑战研究. In *CNKI JOURNAL* (pp. 1–141). 上海大学.
- Fernández, S. R.. (2014). Empirical Result on Firms' Cluster Integration: Should Firms Evolve beyond Their Region? *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(3), 204–211. <https://doi.org/10.7763/IJTEF.2014.V5.372>
- Fernández, 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. <https://doi.org/10.11634/216817831504783>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2013.11.011&domain=pdf>
- Larrea, J. L. (2009). *Las Relaciones Laborales Ante El Desafío De La Innovación : Un Nuevo Compromiso*. LXIV, 23–44.
- Lema, D. G. De, 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. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.07.003>

- Marín, 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. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.005>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.eunam.2017.06.002>
- Olaya Garcerá, J.; Fajardo Guevara, C.; Prado Rojas, C. & Delgado Martínez, E. (eds. científicos). (2020). *Lenguajeando. Mediación Pedagógica*. Colombia, Costa Rica: Editorial Universidad Santiago de Cali; Universidad de la Salle.
- Olivos, T. M. (2015). Las competencias del evaluador educativo. En *Revista de la Educación Superior* (Vol. 44, Issue 174, pp. 101–126). <https://doi.org/10.1016/j.resu.2015.04.011>
- Pabón Cadavid, J. A. (2016). Gestión del conocimiento y políticas de innovación. *Revista La Propiedad Inmaterial*, 22, 19. <https://doi.org/10.18601/16571959.n22.02>
- Pinzón, L. D. B. (2013). La Globalización de la Economía y la Internacionalización de la Empresa: Una Mirada en el Tiempo. *Revista Ciencias Estratégicas*, 22(30), 203–208.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>
- 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. <https://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. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2014.12.002>
- Stiglitz, J. (2013). El desarrollo no es solo crecimiento del PIB. *Íconos - Revista de Ciencias Sociales*, 15(13), 72. <https://doi.org/10.17141/iconos.13.2002.626>
- Suárez Zozaya, M. H., & Muñoz García, H. (2016). ¿Qué pasa con los académicos? *Revista de La Educacion Superior*, 45(180), 1–22. <https://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 Colombia1. *Suma de Negocios*, 6(13), 84–91. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.007>