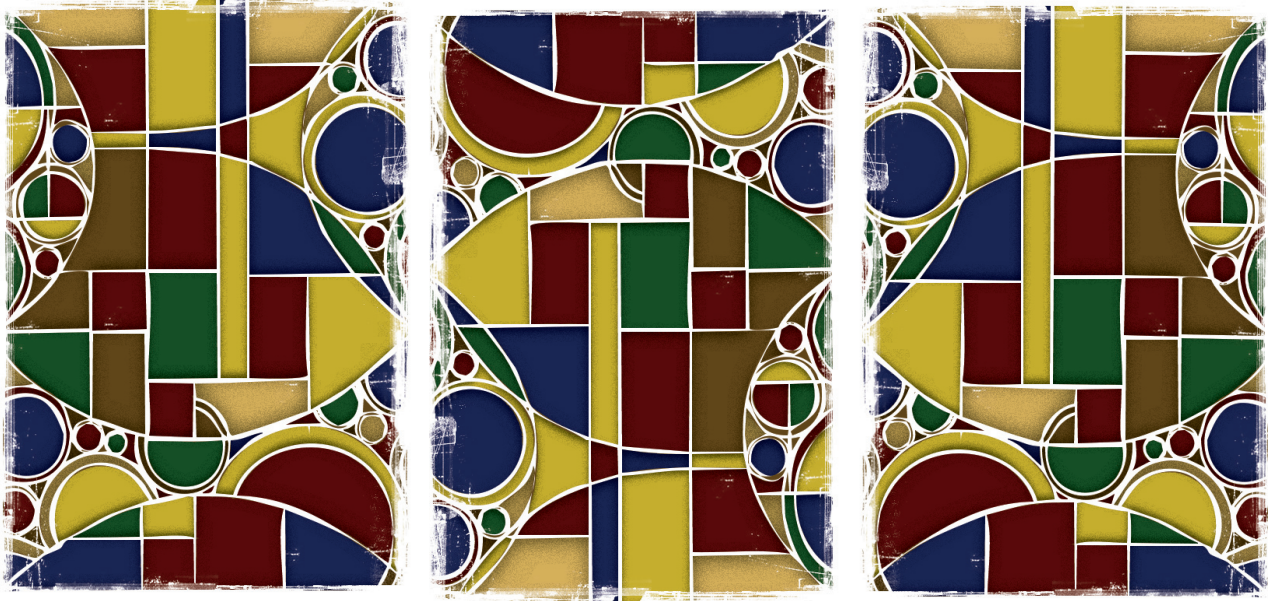


Winston M. Licon Calpe, Ángel Rodrigo Vélez Bedoya
-compiladores-

LECTURAS CRÍTICAS Y ALTERNATIVAS DE REALIDAD EMPRESARIAL



Colección Textos de Administración



UR

Lecturas críticas y alternativas de realidad empresarial

Winston M. Licona Calpe
Ángel Rodrigo Vélez Bedoya
–compiladores–



COLECCIÓN TEXTOS DE ADMINISTRACIÓN

© 2009 Editorial Universidad del Rosario
© 2009 Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario,
Facultad de Administración, Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad - CEEP,
Grupo de Investigación en Perdurabilidad Empresarial - GIPE
© 2009 Winston M. Licona Calpe, Ángel Rodrigo Vélez Bedoya, Wilmar Peña Collazos,
Adrián José Perea Acevedo, Luis A. Muñoz Wilches, Andrés Guillermo Hernández Martínez,
Juan Carlos Moreno O., Claudia Eugenia Toca Torres, Carlos Hernán Pérez Gómez

ISBN: 978-958-738-053-8

Primera edición: Bogotá D.C., diciembre de 2009
Coordinación editorial: Editorial Universidad del Rosario
Corrección de estilo: Leonardo Holguín Rincón
Diseño de cubierta: Antonio Alarcón
Diagramación: María del Pilar Palacio Cardona
Impresión: _____
Editorial Universidad del Rosario
Carrera 7 N° 13-41, oficina 501 • Teléfono 297 02 00
Correo electrónico: editorial@urosario.edu.co

Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser reproducida
sin el permiso previo por escrito de la
Editorial Universidad del Rosario

Lecturas críticas y alternativas de realidad empresarial / Winston M. Licona Calpe
y Ángel Rodrigo Vélez Bedoya, compiladores.—Facultad de Administración. Bogotá:
Editorial Universidad del Rosario, 2009.
184 p.—(Colección Textos de Administración).

ISBN: 978-958-738-053-8

Administración de Empresas / Liderazgo / Estrategias para el desarrollo / Planificación empresarial
/ Planificación estratégica / Competitividad / Aptitud creadora en los negocios / I. Licona Calpe,
Winston M. / II. Vélez Bedoya, Ángel Rodrigo. / III. Título. / IV. Serie.

658 SCDD 20

Impreso y hecho en Colombia
Printed and made in Colombia

Contenido

Agradecimientos.....	11
Introducción.....	13
NOTAS PRELIMINARES SOBRE REALIDAD EMPRESARIAL.....	19
Winston M. Licon Calpe y Rodrigo Vélez Bedoya	
Referencias bibliográficas	26
CRISIS Y REALIDAD EMPRESARIAL: REFLEXIONANDO CON EDMUNDO HUSSERL.....	29
Rodrigo Vélez Bedoya	
Acerca del sentido general de la crisis europea en Edmundo Husserl	31
La entrada del texto de Husserl	33
Conclusión	36
Referencias bibliográficas	37
DINÁMICAS EMERGENTES DE LA REALIDAD: DEL PENSAMIENTO COMPLEJO AL PENSAMIENTO SISTÉMICO AUTOPOIÉTICO.....	39
Wilmar Peña Collazos	
Problemas en torno a la concepción de la realidad en el pensamiento complejo.....	41
Los mitos y metáforas de la realidad en Occidente	41
¿Tiene sentido la religación de la realidad desde una inconsciencia de la conciencia planetaria?.....	44
Somos ignorantes de nuestra identidad terrena y se nos ha perdido nuestro carné de identidad	47
Del CMI (capitalismo mundial integrado) a las inequidades tecnocientíficas.....	48
De Maturana y Varela: por una realidad orgánica autopoietica.....	55
Los fundamentos de Kant en Maturana	61

El otro como fundamento biológico de la interacción	63
Referencias bibliográficas	68
APORTES DE LA REFLEXIÓN FILOSÓFICA A LA CUESTIÓN SOBRE LA NOCIÓN DE REALIDAD EMPRESARIAL	71
Adrián José Perea Acevedo	
Primer obstáculo: ¿Concepto filosófico o diseño de mercado?	71
Segundo obstáculo: ¿Saber práctico o reflexión teórica?	72
Tercer obstáculo: transversalidad y totalidad de la noción de realidad empresarial.....	73
Tres obstáculos, luego, tres oportunidades: crítica, comprensión y definición	74
El estatuto ontológico del concepto realidad empresarial.....	77
Lo decible, lo pensable y lo actuable.....	78
Referencias bibliográficas	80
REALIDAD EMPRESARIAL Y PRODUCCIÓN	81
Luis A. Muñoz Wilches	
Producción y realidad empresarial.....	84
Referencias bibliográficas	88
REALIDAD EMPRESARIAL: ADEMÁS DE ECONOMÍA, CULTURA PARA LA DIRECCIÓN .	91
Winston M. Licon Calpe	
Realidad empresarial: asunto de cultura, economía, política y empresa	92
Un posible enfoque integral de realidad empresarial	99
Enfoque fragmentado para la realidad empresarial	101
Referencias bibliográficas	103
REPRESENTACIÓN DE LA REALIDAD EMPRESARIAL: APORTES DESDE LAS CIENCIAS DE LA ACCIÓN Y LA MODELIZACIÓN SISTÉMICA	105
Andrés Guillermo Hernández Martínez	
Las reflexiones filosóficas como punto de partida: del administrador instrumental al administrador pensante.....	105
Realidad, conocimiento y comprensión: bases para la discusión	107

Modelos: elementos para la comprensión y la intervención en las organizaciones	110
Representaciones analíticas: las visiones fragmentadas de los discursos de la teoría administrativa.....	112
Representación sistémica: aproximación a la realidad empresarial y fundamento para la intervención	115
Dos ejemplos de modelización de la realidad empresarial a través de la lógica de sistemas complejos.....	118
Los niveles lógicos de la dirección empresarial	119
La propuesta de Le Moigne	120
Conclusión: representando/construyendo la realidad, y los directivos de empresa.....	122
Referencias bibliográficas	124
REALIDAD EMPRESARIAL Y MITOS SOBRE LA TECNOLOGÍA Y EL DESARROLLO	125
Juan Carlos Moreno O.	
Problema.....	125
Premisas	129
Conclusión	139
Referencias bibliográficas	140
DIMENSIÓN AMBIENTAL DEL DESARROLLO SOSTENIBLE: ASUNTO DE REALIDAD QUE LAS EMPRESAS NO PUEDEN DESCONOCER	143
Claudia Eugenia Toca Torres	
Desarrollo sostenible	144
Impacto ambiental	147
Legislación ambiental.....	151
Producción limpia	153
Consumo sostenible	156
Sellos y etiquetas: verdes, ambientales y ecológicos.....	158
<i>Marketing</i> sostenible	162
Conclusiones	164
Referencias bibliográficas	166
REALIDAD EMPRESARIAL Y FORMACIÓN DE ADMINISTRADORES.....	173
Carlos Hernán Pérez	
Referencias bibliográficas	183

Agradecimientos

Dedicamos este libro a las directivas de la Universidad, Señor Rector Hans Peter Knudsen Quevedo, Señor Vicerrector José Manuel Restrepo Abondano, y al Señor Decano de la Facultad de Administración Luis Fernando Restrepo Puerta. Su apoyo y ánimo han sido factores fundamentales en la realización de estos primeros aportes del grupo de trabajo de Realidad Empresarial al proyecto educativo del Rosario, iniciados desde el año 2007, en el contexto del proyecto de creación de la escuela doctoral.

Sin lugar a dudas, este tipo de obras no es posible sin el concurso de personas que por lo general están detrás del proceso y que sin ellas no salen a la luz los resultados. En este sentido, agradecemos a Nicolás Jiménez, asistente de investigaciones, por su trabajo de sistematización de las notas y del texto; al señor Leonardo Holguín Rincón, corrector de estilo, y al profesor John Jaime Correa M., de la Universidad Tecnológica de Pereira, evaluador, pues sin su esfuerzo de lectura y revisión no hubiésemos podido mejorar estas miradas de la realidad empresarial.

Que yo sepa, nadie ha formulado hasta ahora una teoría del prólogo. La omisión no debe afligirnos, ya que todos sabemos de qué se trata. El prólogo, en la triste mayoría de los casos, linda con la oratoria de sobremesa o con los panegíricos fúnebres y abunda en hipérboles irresponsables que la lectura incrédula acepta como convenciones del género. (...). El prólogo, cuando son propicios los astros, no es una forma subalterna del brindis; es una especie lateral de la crítica

Jorge Luis Borges

Introducción

Este libro es el resultado de las reflexiones conceptuales expuestas en el Seminario de Lecturas de Realidad Empresarial,¹ realizado en Bogotá, D.C. entre agosto y octubre de 2008, sobre un tema que reviste gran importancia para el proyecto educativo de la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario, en el marco de su prospección estratégica al 2019, que se concibe y despliega bajo la inspiración de su Plan Institucional de Desarrollo. Son aproximaciones, o más bien miradas críticas y alternativas, por cuanto el concepto de realidad empresarial se entiende en relación con el liderazgo estratégico, como partes esenciales de la dirección; estudio que implica un abordaje interdisciplinar.

Estas reflexiones acerca de la realidad empresarial se plantean desde una dimensión conceptual, dadas las escasas investigaciones teóricas y empíricas, hoy muy reducidas al lenguaje económico y alejadas del discurso administrativo de la dirección. En este sentido, se contribuye con la búsqueda emprendida por la Facultad de Administración, a través de su Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad (CEEP), con el grupo de investigación en Perdurabilidad Empresarial (GIPE).

Introducimos algunas afirmaciones y preguntas-problema planteadas como motivación inicial para dar inicio a la reflexión en el Seminario de Realidad Empresarial, expuestas por cada uno de los profesores-investigadores, autores de este libro, para el estudio del tema que apenas comienza. Por supuesto, su proceso reconstructivo también requiere el apoyo de los grandes aportes que desde la racionalidad funcional prescribe e impone la tradición del pensamien-

¹ De la línea de investigación en realidad empresarial, del proyecto de Escuela Doctoral en Ciencias de la Dirección. Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad. Grupo de trabajo interdisciplinario.

to administrativo e incita y conmina, desde las corrientes contemporáneas, el nuevo discurso para la dirección realidad empresarial, en el cual está empeñada la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario; en su permanente construcción de pertinencia acorde con los tiempos. Estas afirmaciones y preguntas-problemas son:

- La administración es más que modelos.
- La visión funcional de la administración es necesaria pero no suficiente.
- ¿La realidad empresarial permite un abordaje fenomenológico?
- Asistimos a una crisis de la modernidad y crisis de racionalismo científico.
- La subjetividad es un asunto fenoménico de realidad.
- Si existe una dicotomía praxis-saber, ¿para qué las teorías en un mundo vital?
- ¿Ciencias para qué?
- ¿Existe una confrontación entre subjetividad y objetividad?
- La ciencia es relativa, por tanto, está sujeta a controversia.
- Una propuesta fenomenológica constituye interrogantes de la relación entre lo que percibo, cómo y qué es lo que percibo. ¿Cuáles son sus representaciones y cosmovisiones de realidades?
- Sin empresa no hay nada, pero la administración no puede ser científica.
- ¿Por qué el sujeto es relevante para resolver la realidad empresarial?
- ¿Por qué interrogamos lo que somos?
- Si se pregunta por lo que somos, por lo que es realidad empresarial, por lo que es la praxis, entonces tenemos un asunto ético-político por reflexionar.
- ¿En qué sentido realidad empresarial es una pregunta filosófica?
- ¿Es un sujeto el momento histórico?
- ¿La empresa como unidad productiva tiene problemas?
- ¿Cuál es la relación entre lo que creemos que somos y la producción de conocimiento y construcción del objeto?
- Realidad empresarial y realidad política es un tema antiguo. Schumpeter y su planteamiento de la destrucción creativa de la empresa lo expone.

- La realidad empresarial está asociada a cambios científico-tecnológicos.
- Cada momento en la historia ha traído consigo un tipo de empresa.
- La crítica al racionalismo debe darse en su contexto histórico.
- Hemos de hacer explícitos los supuestos para entendernos en la intersubjetividad.
- La relación filosofía-administración no es el problema central. No es la dicotomía.
- Las reflexiones deben ser diálogos, reconociendo las diversas posiciones, y que pensamos distinto. Se trata de dar razón de lo que se piensa.
- Foucault reflexiona en las artes del gobierno sobre la relación capitalismo y democracia como asuntos del liberalismo.
- ¿Cómo es posible decir lo decible?
- ¿Cómo incide el transcurso histórico?
- Liderazgo-estrategia tienen que ver con asuntos del arte del poder que es de orden político.
- La realidad empresarial como problema es: ontológico, epistemológico y político.
- Podemos estar inmersos en un problema y no verlo.
- ¿Qué clase de perspectivas filosóficas pueden servir para pensar la administración?
- Supuesto es: la estrategia no es solo herramienta, por ello es necesario la elección teórica para establecer un para qué.
- Solo en la medida en que se comprenda el problema, haremos una reflexión teórica.
- La filosofía implica una política de la verdad. Se trata de establecer la reflexión entre verdad-poder-sujeto que a su vez implica condiciones históricas de producción de verdad.
- ¿Cómo emerge la realidad empresarial como hecho histórico?
- El concepto de realidad empresarial como mercado lógico y como asunto filosófico. Se trata de hacer crítica de una noción de verdad.
- Se trata de problematizar el presente y ello amerita un estudio de historias de la realidad empresarial.
- ¿Cuál es la red conceptual sobre la noción de realidad empresarial?
- ¿Cuál es el mapa de problematizaciones sobre la noción de realidad empresarial?

- Existen dos conceptos bases: acción-producción.
- ¿Qué elementos estratégicos exigen una concepción de realidad empresarial que construya competitividad?
- En cuanto a las condiciones históricas se trata de:
 - Interrogar lo decible y lo visible en el presente.
 - Reinterpretar la interacción empresa-democracia-capitalismo-liberalismo.
 - Elementos que determinan acción y producción como empresa.
 - Establecer las artes del gobierno que se desplazan del Estado a la empresa.

Un mapa de problematizaciones:

- En cuanto a lo ontológico: ¿Qué es realidad empresarial?
- En cuanto a lo epistemológico: ¿Qué objeto de conocimiento es la realidad empresarial?
- ¿Qué marcos metodológicos podrían usarse al investigar realidad empresarial?
- En términos ético-políticos: ¿Qué relaciones existen entre acción y producción al asumir la realidad empresarial como elemento de presente?
- ¿Qué sujeto se produce en la realidad empresarial?

En este libro se propone una serie de ensayos sin pretensión de orden y clasificación temática alguna, dada la exigencia académica de respeto por los discursos impuesta en el trabajo interdisciplinario sobre el tema que nos propusimos analizar. La intención es permitir una lectura interesada del lector, quien selecciona el aparte que desea, sin caer en la angustiada fragmentación del saber. Por ello, contiene: notas preliminares sobre *realidad empresarial*; dinámicas emergentes de la realidad haciendo un recorrido que va del pensamiento complejo al pensamiento sistémico autopoietico; reflexión filosófica acerca de la cuestión sobre la noción de realidad empresarial; relación entre *realidad empresarial* y producción; ampliación de la noción metodológica de *realidad empresarial* a partir de la cultura y la política para la *dirección*, más allá del reduccionismo económico;

esbozo de una representación de esta realidad, en el sentido de aportes desde las ciencias de la acción y la modelización sistémica; relaciones con los mitos sobre la tecnología y el desarrollo; contextualización de la dimensión ambiental del desarrollo sostenible como un asunto ineludible de realidad que las empresas no pueden desconocer y, por último, la formación de los administradores y su relación con la *realidad empresarial*.

El propósito de los ensayos contenidos aquí es contribuir en la construcción de una academia de la administración capaz de incorporar miradas críticas y alternativas que propicien el debate sobre este tema sensible a las ciencias de la dirección, por cuanto la empresa perdurable es un medio para la sostenibilidad de las naciones, y la percepción de su realidad es indispensable en el liderazgo estratégico.

Winston Licona Calpe
Rodrigo Vélez Bedoya
Bogotá D.C., Colombia

El presente libro es el resultado de las primeras reflexiones conceptuales a un tema que reviste gran importancia en el proyecto educativo de la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario, en el marco de su prospección estratégica al 2019. Constituyen aproximaciones iniciales, por cuanto el concepto de realidad empresarial se concibe en relación con el liderazgo estratégico, como parte esencial de la dirección. Los estudios de realidad empresarial se plantean desde la dimensión conceptual, dadas las escasas investigaciones teóricas y empíricas, muy reducidas hoy al lenguaje económico y funcional y alejadas del discurso administrativo de la dirección; en este sentido, se contribuye con la búsqueda emprendida por la Facultad a través de su Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad CEEP con su Grupo de Investigación (GIPE).

