

Inteligencia competitiva factor clave para afrontar los riesgos sistémicos en las empresas manufactureras

CORTEZ-CLAVIJO, Paola Elizabeth *†, ROSALES-BORBOR, Félix Javier, ALEJANDRO-LINDAO, María Fernanda y RAMOS-ROMERO, Phanor Francisco

Recibido Marzo 02, 2017; Aceptado Junio 22, 2017

Resumen

La necesidad se ha apoderado de nuestras vidas en un medio globalizado en el que los cambios suceden a velocidad de vértigo creando inseguridad en la ciudadanía, las empresas y en cada uno de los cimientos de la sociedad moderna. Satisfacer los requisitos de una demanda cada vez más exigente es un gran desafío para todos, debido a la difícil situación que atraviesa el país. La Inteligencia Competitiva (IC), no es un análisis del mercado es un proceso que constituye una investigación en la que se identifican hechos y evidencias valiosas para la competitividad empresarial, además permite determinar acciones a seguir, a partir de la detección de los movimientos estratégicos. El presente trabajo pretende describir y determinar los principales factores claves para afrontar los riesgos sistémicos, mediante el análisis de conceptos desde una perspectiva primigenia y general que la literatura reconoce como alternativas, modelos y estrategias posibles para generar rentabilidad a largo plazo. Por tal motivo se llevó a cabo una investigación exploratoria de tipo cualitativo, mediante consultas a diferentes fuentes secundarias de información relacionadas con el tema y entrevistas a profundidad. Para el respectivo estudio se definió como unidad muestral 50 empresas del sector de manufactura, con una plantilla que va de 5 a 250 trabajadores. Los resultados obtenidos, destacan las limitaciones que enfrentan las empresas para elevar su competitividad, derivados de la falta de estrategias idóneas, al mismo tiempo se evidencia de acuerdo a los resultados obtenidos que el sector manufacturero del cantón Salinas, se encuentra en un nivel incipiente, por ende, no obtienen mayor productividad e ingresos económicos.

Inteligencia Competitiva, Desarrollo Económico, Desempeño Organizacional, Oportunidades del Entorno, Riesgo Sistémico, Acciones Estratégicas

Abstract

The need has taken over our lives in a globalized environment in which changes happen at breakneck speed creating insecurity among citizens, businesses and in each of the foundations of modern society. Meet the requirements of an increasingly demanding market is a big challenge for everyone, because of the difficult situation in the country. Competitive Intelligence (CI), it is not a market analysis, but is an investigation in which facts and valuable evidence for the competitiveness of the organization are identified and actions to be taken are determined from the detection of movements strategic, present or future of the environment. This paper aims to describe and identify the main key factors to address systemic risks, by analyzing primitive concepts from a general perspective and recognize literature as alternatives, models and possible strategies to generate long-term profitability. Therefore, it conducted an exploratory qualitative research, through consultations at different secondary sources of information related to the subject and depth interviews. For the respective study sample unit was defined as 50 companies in the manufacturing sector, with a workforce ranging from 5 to 250 workers. The results obtained highlight the limitations faced by companies to increase their competitiveness, resulting from the lack of appropriate strategies at the same time it is evident according to the results of the manufacturing sector in the canton Salinas, it is in an incipient level, therefore they do not get higher productivity and income.

Competitive Intelligence, Economic Development, Organizational Performance, Environmental Opportunities, Systemic Risk, Strategic Actions

Citación: CORTEZ-CLAVIJO, Paola Elizabeth, ROSALES-BORBOR, Félix Javier, ALEJANDRO-LINDAO, María Fernanda y RAMOS-ROMERO, Phanor Francisco. Inteligencia competitiva factor clave para afrontar los riesgos sistémicos en las empresas manufactureras. Revista Administración y Finanzas. 2017, 4-10: 71-79.

*Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: Pao_cortez86@hotmail.es)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

La economía que atraviesan las empresas del país tiene grandes desafíos debido a la situación financiera actual. Los principales efectos se evidencian en la reducción de la actividad industrial, comercial y de consumo, generando un impacto de caída significativa en el sector manufacturero. Por otro lado, la innovación de productos se presenta a un ritmo apresurado, y los fabricantes se esfuerzan por mantener el equilibrio. Ahora bien, las preferencias de un producto cambian tan rápidamente generando desventajas en el entorno empresarial. Por lo tanto, se debe formular un despliegue de estrategias claves de administración idóneas que les permita por lo menos mantener o mejorar las condiciones competitivas.

En Ecuador las empresas manufactureras enfrentan nuevas regulaciones direccionadas a varios aspectos, que van desde garantizar la seguridad hasta el manejo de los desechos. Estas políticas, si bien pueden ser en beneficio de los consumidores, también pueden ocasionar cargas adicionales para la empresa, generando en algunos casos el cierre definitivo de la pequeña, mediana agrupación fabril.

El interés surge como resultado de presenciar continuas controversias o debates en relación a la incorporación del conocimiento basado en Inteligencia Competitiva en las empresas como mecanismo de defensa para posesionarse y mantenerse en el mercado. Existe otra vertiente de análisis que se centra en las empresas manufacturadas del Cantón Salinas quienes aún no son capaces de integrar estrategias acordes a las necesidades actuales.

Con base en lo anterior, el presente trabajo investigativo tiene como objetivo analizar la relación existente entre la inteligencia competitiva y los riesgos sistémicos que enfrentan las empresas manufactureras desde dos perspectivas:

Una teórica y una general, a través de la revisión de varias concepciones y referencias sobre el tema. Finalmente se hacen varias conclusiones sobre el tema investigado.

Desarrollo

Desde hace ya más de dos décadas el concepto de Inteligencia Competitiva o también conocida como Gestión del Conocimiento se fue posesionando en el entorno empresarial con la premisa de explorar el entorno y disponer de información estratégica idónea que sirva de soporte al proceso de toma de decisiones y al fortalecimiento de las empresas y con ello dejando en segundo plano los métodos tradicionales debido a que se considera que es una disciplina complementaria de la inteligencia económica.

Existe un consenso generalizado sobre la Inteligencia Competitiva que difiere por su contenido, proceso y forma de realización, de todas las otras funciones. Entre los diversos conceptos se presentan los expresados por Lumpkin Eisner (2011): “La inteligencia competitiva ayuda a las empresas a definir y conocer la industria, así como a identificar las fortalezas, y debilidades de sus rivales, lo que incluye actividades de inteligencia para reunir datos sobre los competidores e interpretarlos: si se hace correctamente, ayuda a la empresa a evitar sorpresas porque se anticipan los movimientos de los competidores y se disminuye el tiempo de respuesta”, y los emitidos por Gibbons y Prescott (1996):

“Inteligencia Competitiva es el proceso de obtención, análisis, interpretación y difusión de información de valor estratégico sobre la industria y los competidores que se transmite a los responsables de la toma de decisiones en el momento oportuno”.

La práctica en materia de inteligencia competitiva se orienta a una ampliación del análisis dado que los factores y condicionamientos de cualquier actividad empresarial pueden representar oportunidades o riesgos, lo que implica centrar la atención especialmente sobre los factores determinantes que guíen a la empresa al éxito. Si se procura justificar por qué debe usar y fomentar la Inteligencia competitiva en las empresas sobre todo manufactureras, se tiene varias razones, como:

- Generar beneficios exponenciales de instrucciones para las personas que aprenden de éste, lo cual tiene un impacto decisivo en los negocios.
- Desplegar en las empresas la capacidad para responder rápidamente a clientes, creando nuevos mercados, fortaleciendo su producto o innovando a través del dominio de los nuevos escenarios tecnológicos.
- Cimentar una confianza bilateral entre el conocimiento de los trabajadores y administradores y facilitar la cooperación en la conducción del tiempo en la tarea.
- Considerar el conocimiento de los expertos y la retención del mismo para ayudar a la memoria de la organización.

La creciente competitividad ha traído como consecuencia la especial relevancia que se concede a cualquier avance tecnológico que permita la innovación de productos de alta gama. Lograr sapiencia, aunque resulte difícil, supone un desafío para cualquier gestor que presuma de forma en que gestiona el comportamiento, la estructura y los procesos de una empresa.

Si se pretende aplicar estrategia de cualquier índole en la empresa, es importante que se identifique la cultura que posee, definir cómo se idéntica y comporta dentro del entorno, quienes son los que figuran como expertos en el área, como identifica los riesgos y finalmente que tácticas aplica para alcanzar los objetivos planteados.

Según Lumpkin Eisner, (2011) define que la empresa casi nunca tiene capacidad para prever la tendencia los hechos que sucederán en el entorno general e incluso menos para controlarlos. Ahora bien, toda empresa busca una posición favorable, rentable y sustentable pero no cuentan con el asesoramiento ni equipos de trabajos que les permitan estar a la vanguardia y en plena competencia en un mercado cada vez más exigente y complejo.

Existen empresas interesadas en crecer empresarialmente pero el miedo al fracaso es uno de los principales frenos del emprendimiento. En este sentido, es relevante resaltar los riesgos sistémicos que como empresarios tienen que afrontar sobre todo en el sector manufacturero, para ello es importante describir que a pesar de la vulnerabilidad de las empresas por evidentes situaciones muchas de ellas se mantienen.

De acuerdo con el análisis teórico la historia reconoce que las empresas manufactureras cumplen un papel importante en el desarrollo de la economía de las regiones y el país, sobre todo en sectores como la industria, lo que ha permitido generar empleos y mayores oportunidades; Sin embargo, debido a las condiciones actuales mantenerse activo en el mercado es un reto, las empresas grandes o pequeñas carecen de capacidad para generar ventajas competitivas que logren mantenerse en el tiempo.

Por otra parte, desde siempre la actividad económica ha tenido cambios acelerados que han agudizado la necesidad de disponer de estrategias precisas que influyan en la competitividad del sector manufacturero. En este sentido, es muy importante conocer y analizar el entorno, para poder anticipar resultados derivados de las decisiones y acciones que puedan definir nuevas formas de hacer negocios, innovar productos y construir mejores habilidades.

Contextualización y enfoque teórico del estudio

Las empresas operan en un ambiente de libre competencia lo que obliga a tener productos y servicios que compitan con ventajas diferenciadoras para que los consumidores, o parte de ellos, las seleccionen o elijan al comprar. El no disponer de estrategias innovadoras competitivas las empresas manufactureras se ven afectadas y por ende entorpecen el crecimiento económico, poniendo en riesgo la existencia de la misma, debido a la falta de visión empresarial, lo que ocasiona cambios en el proceso de producción de nuevos productos obligándolas a competir con ventajas diferenciadoras.

La competitividad de empresarial según varios autores consiste en desarrollar nuevas ideas para así deleitar a los consumidores en los mercados, y por medio de estas estrategias poder ver resultados económicamente favorables; No obstante, en la provincia de Santa Elena, hay empresas que no cuentan con grupos innovadores o creadores de nuevas ideas que puedan generar competitividad dejando así perder clientela y por ende pésimos resultados. Para (Sergio Hernández y Rodríguez, 2011) “La Competitividad de una empresa consiste en crear, desarrollar y sostener capacidades para conquistar la preferencia de los consumidores en los mercados de productos o servicios, y así generar resultados financieros”. Pag.12.

El medio es un factor clave que puede incidir en el posicionamiento o fracaso de la empresa, además de otros componentes que van desde inadecuada infraestructura hasta escaso apoyo gubernamental, lo que obstaculiza la ejecución de innovación. Por otro lado, la falta de recursos financieros en las empresas manufactureras se ubica como una de las principales causas que impide el rendimiento y la implementación de innovación. Las deficiencias en la comercialización y la nula especialización de los recursos humanos, así como el diseño y la implantación de estrategias adecuadas para el desarrollo de nuevos mercados obligan a las empresas a bajar la producción ocasionando pérdida para la empresa.

Según (Jairo A., 2010) “La toma de decisiones es una de las competencias claves para todo ejecutivo, así como lo es el aspecto personal de cada uno de los seres humanos, pues son los ejecutivos los responsables de selecciones una entre varias opciones en la empresa”. En la mayor parte de las empresas manufactureras del cantón Salinas la toma de decisiones es un tema complejo debido a la estructura familiar que posee. Para ello proponemos el modelo de gestión y liderazgo enfocado a la productividad y que pueden enfocarse en el siguiente esquema:

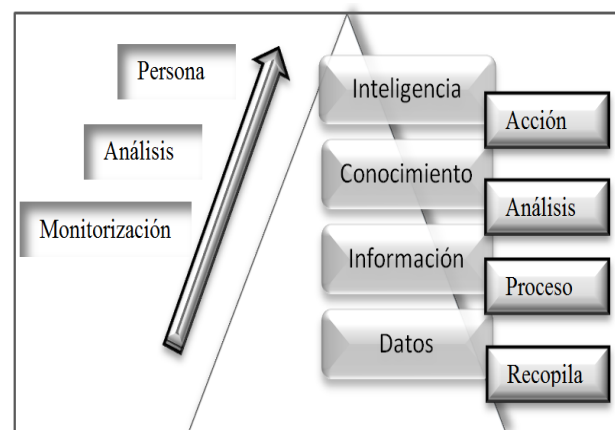


Figura 1 Pilares de la inteligencia competitiva.

Fuente: Elaboración Propia

CORTEZ-CLAVIJO, Paola Elizabeth, ROSALES-BORBOR, Félix Javier, ALEJANDRO-LINDAO, María Fernanda y RAMOS-ROMERO, Phanor Francisco. Inteligencia competitiva factor clave para afrontar los riesgos sistémicos en las empresas manufactureras. Revista Administración y Finanzas. 2017.

Las empresas deben considerar en la toma de decisiones la capacidad y desempeño del personal, la atención que se brinda al cliente se basa en los principios de calidad y respeto. Sin embargo, en las empresas de la provincia de Santa Elena no existe un modelo de gestión administrativa sólido que disminuya el impacto negativo por amenazas del entorno, por ende, debería las empresas emplear las siguientes acciones:

- Acciones defensivas basadas en el mercado.
- Acciones presupuestarias
- Servicio Pos venta, para generar fidelización.
- Evaluación de costo=beneficio para la toma de decisiones.

Para que una empresa sea productiva deberá enfrentar problemas y estos a su vez permitirán tomar decisiones más efectivas, siempre y cuando la empresa tenga buenos empleados y colaboradores que estén comprometidos con la empresa para así ayudar al gerente a tomar decisiones honestas, ya que en ocasiones son los empleados quienes tiene la solución al problema.

Las empresas manufactureras del cantón Salinas debe fortalecer su nivel de competitividad en el mercado y aplicar estrategias enmarcadas en los conceptos de Inteligencia Competitiva. Para ello la toma de decisiones debe ser en base a criterios de los directivos, quienes evalúan los beneficios que se obtendrán por emplear acciones estratégicas. Los riesgos son constantes y el desafío aun mayor desde esta perspectiva la ejecución de proyectos y actividades se ven afectadas negativamente; debido al desconocimiento de los procesos adecuados para disminuir la incertidumbre.

De acuerdo con (Esteban García Canal, 2007) Identificar líneas de actuación para gestionar restos y problemas a través de escenarios organizativos que conlleva el crecimiento empresarial asociado a las inversiones, que a su vez se relacionan con temas de control y supervisión dentro de la organización o empresa, por lo que también tendrán efecto sobre la eficiencia interna, aspecto que ya se abordado dentro del presente estudio. (Pág. 85)

La toma de decisiones no es un tema fácil de explicar a la hora de su empleo puesto que abarca varios factores que influyen en la toma de decisiones; Sin embargo, sigue siendo un tema muy extenso para la empresa, por esa razón se debe considerar todas las opciones, para así escoger la más adecuada.

Es importante que las empresas determinen y tomen decisiones asertivas, de tal manera que disminuyan los riesgos y amenazas del entorno, y se potencie oportunidades y fortalezas. Aunque las teorías basadas en las decisiones pueden explicar las razones de la competitividad empresarial muchas reconocen el siguiente proceso basado en cuatro estrategias:

1. Identificación y diagnóstico.
2. Reconocimiento de la necesidad.
3. Desarrollo de alternativas
4. Selección de la mejor alternativa.

Dado el nivel de estudio es importante reconocer escenarios como tal como lo señala (Whetten, 2005) “Pfeffer (1998) quien identificó siete practicas fundamentales asociadas con la efectividad administrativa y organizativa: “afirmar la seguridad del empleo, contratar selectivamente a la gente, fomentar la descentralización y los equipos auto-administrados, instituir niveles altos de paga basados en el desempeño, capacitar ampliamente, reducir las diferencias de estatus y compartir información”.

CORTÉZ-CLAVIJO, Paola Elizabeth, ROSALES-BORBOR, Félix Javier, ALEJANDRO-LINDAO, María Fernanda y RAMOS-ROMERO, Phanor Francisco. Inteligencia competitiva factor clave para afrontar los riesgos sistémicos en las empresas manufactureras. Revista Administración y Finanzas. 2017.

Varias investigaciones indican que la efectividad administrativa es el procedimiento que aplican las organizaciones o empresas para poder realizar un estudio en el que recopilan información que permita establecer el entorno de la organización, con el único propósito de validar que los procedimientos internos que se han realizado se han cumplido acertadamente porque están dentro de los objetivos principales de la organización y poder incrementar planes de acción orientados a mejorar su efectividad.

Métodos

El universo estuvo compuesto por empresas manufactureras inscritas en el Sistema de Servicio de Renta Internas (S.R.I), cuya fuente fue base donde se seleccionaron los elementos que generaron la muestra investigativa. De esta forma la información atendió los criterios de clasificación de empresas según del número de trabajadores y sector indicado.

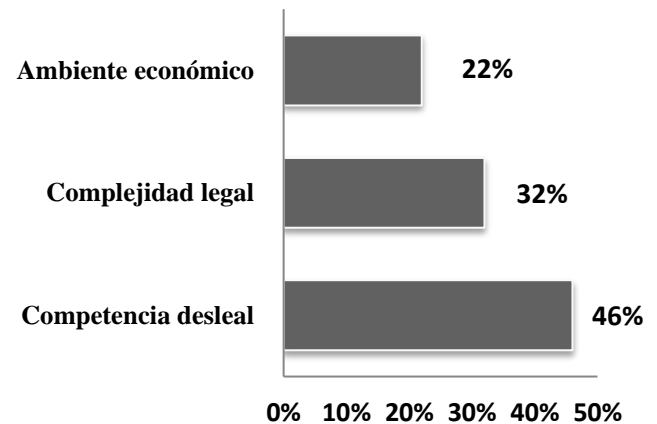
En el diseño metodológico se definió como objeto de estudio los riesgos sistémicos, para posteriormente considerar las estrategias de inteligencia competitiva como el eje teórico. La investigación se realizó bajo un enfoque exploratorio de tipo cualitativo mediante consultas a diferentes fuentes secundarias de información que permitieron generar las preguntas guías de la indagación, además de referencias estadísticas, análisis, datos, para tener una idea más acertada del tema.

Tomando como base la información obtenida mediante la observación directa y revisión de literatura del presente estudio, y considerando las características específicas de la población seleccionada, se elaboró el instrumento para la obtención de datos. Se definió el muestreo probabilístico, la muestra fue finita y se utilizó el muestreo aleatorio simple según (Mario, 2013).

En el instrumento de medición se utilizó una escala de tipo likert con cinco intervalos. Además, para lograr los objetivos de la investigación se diseñó una entrevista a profundidad realizada a 50 empresas del sector manufacturero con una plantilla que va de 5 a 250 trabajadores, la información se procesó en función de las técnicas utilizadas en la investigación. Una vez captada la información, se procedió a la obtención de resultados utilizando el programa estadísticos SPSS 10.1

Resultados del Estudio

Actualmente, crear una empresa es relativamente fácil si se cuenta u obtienen los fondos necesarios para iniciarla; lo difícil es mantenerla. En la siguiente gráfica se muestran con detalles los porcentajes de los factores que los gerentes y administradores de empresas manufacturas del cantón Salinas, consideran como potenciales riesgos y por ende ponen en peligro la continuidad de la organización.



Gráfica 1 Factores que inhiben el crecimiento empresarial
Fuente: *Elaboración Propia*

Por otro lado, se consideró conocer el perfil de escolaridad de los dueños de los negocios y los resultados son muy variable:

El 10% no cuenta con estudios, el 19% estudiaron la primaria, el 42% culminaron el bachillerato el 26% está cursando estudios universitarios y solo el 3% cuenta con título profesional, tal como se aprecia el siguiente grafico

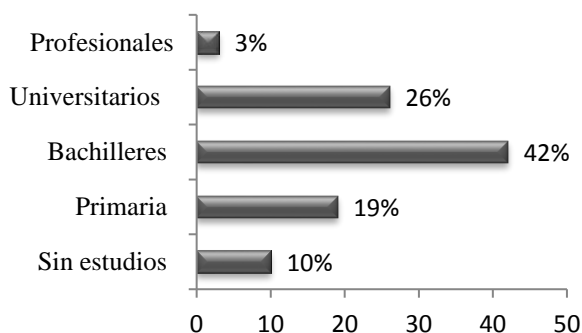


Gráfico 2 Nivel de instrucción académica
Fuente: Elaboración Propia

En cuando al diseño o implementación de estrategias para el crecimiento empresarial el 82% revelan la percepción mayoritaria de que no hay una adecuada planificación e importancia en el tema, mientras que el 18% afirma tener una estructura sólida y eso incluye estrategias innovadoras. Sin embargo, la mayor parte de empresas encuestadas consideran importante realizar un proceso de evaluación costo - oportunidad, en el que se debe considerar los beneficios por la implementación de acciones estratégicas.

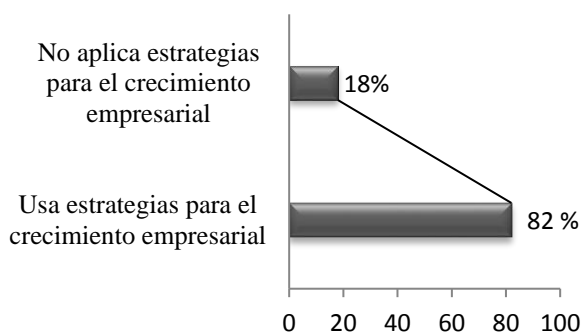


Gráfico 3 Aplicación de estrategias de crecimiento empresarial
Fuente: Elaboración Propia

El tema de inteligencia competitiva es un concepto desconocido, mientras que los riesgos en sí son detectados a diario por ello la ejecución de proyectos y actividades se ven afectadas negativamente generando incertidumbre, que se ven reflejadas en las ventas que cada vez son menos.

Mediante el estudio realizado se determinó la importancia de implementar tácticas enmarcadas en los principios de Inteligencia Competitiva, ya que de esta forma se va a lograr el fortalecimiento y crecimiento de la producción. Además de considerar que si no hay estrategia significa que no hay metas y sin metas no hay planificación, lo cual puede dar lugar a la improvisación y la mediocridad.

En el análisis de las entrevistas mostraron que existe conciencia de la necesidad de implementar estrategias que generen productividad. También se extrajo de la encuesta el criterio mayoritario favorable a la capacitación del personal para mejorar los procesos. Todos estos adelantos deberían formar parte de un proceso de planificación estratégica para que sean armónicos, coherentes y productivos.

Es importante que las empresas manufactureras de la provincia de Santa Elena empleen estrategias de inteligencia competitiva que permita la recolección de información sobre: los competidores, para su posterior comprensión, clasificación y análisis, a fin de entender las estrategias del mercado empresarial y diseñar novedosa alternativas que permitan solucionar problemas, abarcar nuevos mercados o superar a los competidores, con el objeto de seguir el rumbo apropiado para la empresa, en el momento oportuno.

Discusión

La competitividad de una empresa consiste en desarrollar nuevas ideas para así deleitar a los consumidores en los mercados, y por medio de estas estrategias poder ver resultados económicamente favorables; sin embargo, lamentablemente en la provincia de Santa Elena, hay empresas que no cuentan con grupo innovador o creador de nuevas ideas que puedan generar competitividad, debido a que esto no permite de que las empresas cautiven a los consumidores del mercado dejando así perder clientela y llamando la atención de nuevas personas, y por ende no obtendrán buenos resultados.

A partir del tema estudiando podemos inferir que en las empresas manufactureras existe un bajo compromiso por quienes la integran. Asimismo, no están alineadas con las estrategias que les permita logra los objetivos. Se enfocan mucho en cambiar de actividad laboral y no en mantener y potencializar su producto.

Científicos sociales y administradores renombrados coinciden en que la aplicación de estrategias es el factor más importante en la vida de la empresa, a tal punto que la prosperidad y supervivencia de cualquier organización depende prioritariamente de planes e ideas que haya logrado obtener y desarrollar.

La inteligencia competitiva o gestión del conocimiento permitirá determinar el número y tipos de personas que la organización requerirá para mejorar su funcionamiento operacional tanto en el presente como en el futuro. Como también superar las debilidades internas, optimizar sus fortalezas, protegerse contra los peligros del entorno y aprovechar de mejor manera las oportunidades que siempre están presentándose en el mercado, oportunidades que suelen desaprovecharse cuando una empresa es protagonista de la improvisación y el desorden.

Conclusiones

Es importante que las empresas empleen de manera oportuna la inteligencia competitiva, con el fin de potenciar el desarrollo económico, logrando un alto nivel empresarial, en base al uso adecuado del conocimiento obtenido por la experiencia.

Las empresas manufactureras del cantón Salinas no realizan una evaluación de desempeño, lo que ha provocado una decadencia en el mercado ante sus competidores, sin embargo, las empresas pueden mejorar su nivel de desarrollo económico aplicando estrategias basadas en la inteligencia competitiva lo que permitirá mejorar su estándar económico.

Para que una empresa sea productiva deberá aplicar la toma de decisiones, estableciendo reglas estratégicas con todos los empleados y colaboradores que pertenezcan en aquella organización con la finalidad de contar con gente responsable dedicados a su labor, comprometidos totalmente con la organización, dándole seguridad al gerente.

Es necesario que las empresas consideren las amenazas y oportunidades del entorno, así como por la capacidad de producción, en el análisis de la toma de decisiones y de esta manera poder reducir los riesgos e incertidumbre, y por ende potenciar la optimización de recursos.

Todo esto permitirá contribuir a impulsar el desarrollo de las empresas manufacturera del cantón Salinas, logrando que la estrategia de Inteligencia Competitiva sea cada vez más efectiva, generando mayor eficiencia económica y eficacia en los controles con la agilidad necesaria para adaptarse rápidamente a las condiciones actuales.

Referencias

Armstrong y Kotler, G. (2013). Principios de Marketing. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M. J., Pintado, T., & Juan, J.M. (2011). Introducción al Marketing (Tercera Edición ed.), Madrid, España: Pearson Educación.

Bernal Torres César Augusto, (2010). Metodología de la investigación: Administración, economía, Humanoide y Ciencias Sociales. Tercera Edición. Pearson Educación de Colombia, Ltda, Santa Fe de Bogotá.

Corbetta, P. (2007). Metodología y técnicas de investigación social. Madrid: Editorial Mcgraw-Hill/Interamericana de España S.A.

Crespo R., Perez C., & Morillas A. (2012). Fundamentos de Marketing. México: Trillas.

Echeverría Cañas. (2009). Fundamentos de marketing practico. México: Pearson.

Lumpkin Eisner, E. (2011). Administración estratégica. México: Mc Graw Hill Educación.

Gibbons, P. T.; Prescott, J. E. (1996). "Parallel competitive intelligence processes in organisations". International Journal of Technology Management, 11, 162-178.

Parkin, M., & Loría, E. (2010). Macroeconomía: Versión para Latinoamerica. México: Pearson Educación.

UTFSM, 2004. Políticas de Investigación de la UTFSM. Documento Final. Universidad Técnica Federico Santa María. Dirección General de Investigaciones y Post Grado. Comisión de investigación. Chile.