

La dialéctica de la estrategia en la administración de los negocios internacionales

Área de investigación: Teorías de la administración y de la organización

Elías Sosa Sánchez

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

México

eliassosa45@gmail.com

XVII CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA



Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

La dialéctica de la estrategia en la administración de los negocios internacionales

Resumen

Este trabajo destaca lo complejo que puede ser la implementación de una estrategia empresarial, en el mundo de los negocios internacionales, no tan solo para permanecer en el escenario y sobrevivir, sino también para estar en el nivel de la alta competencia del mercado global, encontrando que, las categorías de la dialéctica materialista son reflejo de una evolución del pensamiento, y que se vuelven relevantes en un escenario económico de incertidumbre también llamado caos, desarrollándose estas categorías no bajo un enfoque reduccionista, sino holístico, ya que la dinámica global de la competitividad así lo demanda. El éxito estratégico, no puede reducirse a una simple fórmula, sin embargo, si se toman en cuenta todos y cada una de las categorías y leyes de la dialéctica materialista, ha sido posible desarrollar, mediante la práctica, las costumbres mentales y formas de pensamiento que nos ayuden a liberar el poder creativo. Esto incrementa nuestras posibilidades para producir conceptos estratégicos que tienen éxito y se obtenga una ventaja competitiva, respondiendo a nuestra principal interrogante: ¿Acaso existen en la actualidad categorías universales que puedan mejorar las estrategias competitivas de los negocios internacionales de México?

Palabras Clave: Dialéctica, estrategia y competitividad

The dialectic of the strategy in the management of international business

This work highlights the complexity that can be the implementation of a business strategy in the world of international business, not just to stay on stage and survive, but also to be at the level of the high competition of the global market, finding that, categories of materialist dialectics are reflection of an evolution of thinking, and they become relevant in an economic scenario of uncertainty also called chaos to develop these categories not under an approach reductionist, but holistic, as the global dynamics of competitiveness as well as demand. The strategic success, cannot be reduced to a simple formula, however, if you take into account each and every one of the categories and the materialist dialectic laws, has been possible to develop, through practice, mental habits and ways of thinking to help us unlock the creative power. This increases our ability to produce strategic concepts of success and obtain a competitive advantage, in response to our main question: perhaps exist today universal categories aimed at improving the competitive strategies of the international business of Mexico?

Key words: Dialectic, strategy and competitiveness



Introducción

"La dialéctica no es más que la ciencia de las leyes generales del movimiento y la evolución de la naturaleza, la sociedad humana y el pensamiento", dice Engels en el Anti-Dühring.

Si el problema primero y fundamental de la filosofía es el de la relación entre el pensar y el ser, el segundo problema importantísimo consiste en saber si el mundo, si los fenómenos de la naturaleza y la sociedad se encuentran en cambio y desarrollo constantes, en concatenación universal o si en el mundo predominan el reposo y el movimiento que no da lugar a cambios cualitativos profundos. Como consecuencia de ello, la historia de la filosofía no es solo una lucha entre el materialismo y el idealismo, sino también una lucha dialéctica contra el método metafísico.

La Dialéctica¹, considera las cosas, sus propiedades y relaciones, así como su reflejo mental (los conceptos), en conexión mutua, en movimiento; en su surgimiento, desarrollo contradictorio y desaparición. El desconocimiento de la dialéctica es una seria debilidad de la mayoría de los materialistas (Academia de ciencias de la exURSS; 1977; 22)

La dialéctica ha demostrado que el pensamiento verdadero, concreto, opera con contradicciones que abarcan los aspectos contrarios de los fenómenos en su unidad. El pensamiento es capaz de ver no solo un aspecto de la contradicción y de registrarlo en un concepto rígido, inmóvil, sino todos los aspectos de la contradicción, y no únicamente su alineación, sino también su conexión, las transiciones de unos a otros. Y esto significa que los conceptos deben ser tan dialécticos, es decir, tan móviles, flexibles, plásticos, conexos y transformables unos en otros como los objetos que representan.

Nuestra hipótesis será, ¿la dialéctica es una filosofía empresarial que le ha permitido a las transnacionales otorgarles mayor confianza en un escenario de incertidumbre mundial?

De ahí, que nuestra propuesta a desarrollar como objetivo de este trabajo es;

Proponer un modelo que facilite la toma de decisiones bajo la estrategia dialéctica para permanecer y desarrollarse en la competencia bajo un escenario de incertidumbre a las empresas mexicanas.

Desarrollo

Para elaborar la estrategia competitiva no basta conocer el tamaño de la empresa; es necesario conocer la estructura competitiva de la empresa, es necesario saber las oportunidades y riesgos de la industria considerada, los elementos del entorno; las fuerzas y debilidades de la empresa, y las características de los directores clave

Lo anterior significa que la elaboración de la estrategia es algo más complejo, es debido a que las empresas interactúan en un ambiente socioeconómico, político y cultural, complejo y cambiante;

¹ La palabra "dialéctica" procede del griego antiguo dialegomat, que significa conversación, polémica. En la antigüedad se entendía por dialéctica, el medio de establecer la verdad en las discusiones y en la lucha de opiniones mediante la revelación de contradicciones en los razonamientos del interlocutor.

bajo tales circunstancias, una estrategia puede lograr los propósitos perseguidos en la medida en que se cuenta con información completa.

Por la complejidad del mundo actual, el enfoque tradicional de buscar la respuesta estratégica óptima, aplicable a todas las empresas, ha de reemplazarse por la elaboración de un sistema, que combine los diferentes enfoques según las necesidades de cada empresa. Adecuar la complejidad, la flexibilidad y la velocidad de respuesta de la empresa a la turbulencia del entorno, es una prueba de que ni las estrategias complicadas, ni las sencillas triunfan en la dura carrera de las ganancias.

Es importante en primer lugar diagnosticar el grado de turbulencia del medio ambiente por nivel de turbulencia, debemos entender el estado de inestabilidad que analizando el pasado, se observa en el entorno de la empresa.

Hoy en día, las armas verdaderamente estratégicas están basadas en el conocimiento.

A larga, lo que cuenta para cada nación son los productos y el trabajo mental: investigación científica y tecnológica; formación de la clase trabajadora, software refinado; administración más ingeniosa, comunicaciones avanzadas, finanzas electrónicas. De entre todas estas herramientas estratégicas, ninguna es más importante que la organización de superior categoría (la organización del conocimiento en sí) (Valencia; 2001; 66)

Al iniciar este análisis lo enfocaremos a las pequeñas empresas que tienen una fluctuación en su comportamiento histórico en México, que del 100% de este tipo de organizaciones al cabo de dos años solo sobreviven el 10%, para lo cual nos lleva a plantear un método lo bastante sencillo basado en el método científico, que no es más que otra cosa que sistematizar u ordenar el pensamiento en sus diferentes categorías y revolucionarlo con el tiempo y llevarlo a su aplicación como lo han llevado muy bien en las grandes empresas internacionales al mundo y la competitividad.

Oct.
Ciudad Universitaria

Con respecto a la teoría administrativa se conocen muchos aportes de investigaciones mexicanas sobre los problemas que los llevan a las micro y pequeñas empresas a no sobrevivir, por ejemplo:

- Orientación estratégica poco clara
- Posición competitiva en deterioro
- Instalaciones obsoletas
- Pobre ejecución de estrategias
- Carencia de alguna habilidad o competencia
- Línea de productos limitada
- Desventaja competitiva

Muchos problemas operativos internos

Rentabilidad por debajo de la media

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



Falta de financiamiento, entre otras.

Todo esto depende claramente de una estrategia, lo cual no existe y una planeación apoyada en un conjunto de planes y programas mucho menos.

Existe un dato expresado en el informe de la OCDE 2009, sobre el nivel educativo de los países que conforman sus estadísticas de esta organización y que sorprende cuando observamos que en México más del 50% de la población mayor a quince años no tiene concluida la secundaria, con esto deducimos que gran parte de las empresas micro y pequeñas tiene un perfil directivo precario en conocimientos básicos, es decir, si a esto le agregamos que muchos de ellos son deficientes en disciplinas como las matemáticas, la economía, la geografía, etc., como esperamos que sean competitivos a nivel de organización y a eso le agregamos la carencia o devaluación de valores, no esperemos lo mejor de nuestras organizaciones sobre todo a nivel mundial.

Otros datos arrojados de investigaciones en las Pymes nos dicen lo siguiente:

Sólo el 25% de los ejecutivos establecen consistentemente, en su plan estratégico, resultados medibles que le sirvan como parámetro para evaluar posteriormente su productividad.

Pero el 44% de los directivos, considera deficientemente el logro de los objetivos y planes.

El 48% de los directivos fija los objetivos y planes organizacionales por escrito. (Valencia: 2001)

Ahora identificando los factores determinantes de las capacidades de gestión del personal directivo, también es altamente deficiente en algunos aspectos esenciales como:

Habilidad para resolver problemas (técnicas)

Talento

Personalidad

Habilidad de liderazgo

Conocimientos del entorno

Compromiso

Valores

Ejercicio de poder

Propensión al riesgo

Modelo de sociedad

Trabajo en equipo

Creatividad, etc.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

La cultura es un elemento clave del clima organizacional, muchos de ellos ni idea tienen de algunos conceptos, volveríamos al principio, es decir, podríamos pensar que tenemos una

población alfabetizada, que solo sabe leer y escribir, pero nada más, si hablamos de conceptos más complejos entonces entramos en un dilema, de ahí la necesidad de proponer un modelo básico, basado en el materialismo dialéctico que les permita iniciar cómo evoluciona una organización.

Otro aspecto que se tiene que tener claro es ¿empresa o negocio?

El negocio es una transacción de corto plazo, la especulación forma parte del concepto del negocio, pero no así el concepto de empresa, el negociante se distingue por oportunista y no por aprovechar oportunidades en relación con los objetivos de la empresa.

El negociante puede ganar dinero, a través del concepto de negocio pero no genera empresas que busquen permanencia. Como la visión es de corto plazo, los bienes o servicios del negociante no tiene garantía y esto es un riesgo adicional para el cliente. Si el cliente ha sido engañado, no hay respaldo porque la visión es de corto plazo y no esta orientado a la permanencia.

La continuidad de la empresa es una condición necesaria, cuando se desea que tanto el servicio a la sociedad, como la realización personal del propietario de la empresa continúen a través del tiempo.

El objetivo de la permanencia, permite distinguir el concepto de “empresa” del concepto de negocio, la empresa busca permanencia, no el negocio.

Confundir a los negocios con la empresa, ocasiona un gran daño y una imagen negativa de la misma. El negociante tratará de mostrar seriedad y los propósitos de empresa. Lo que dificulta a los usuarios o clientes no incurran en esa confusión. Esto es posible de darse o no a la permanencia, pero se requiere de tiempo suficiente para apreciar que este objetivo se ha logrado.

Con base a este planteamiento de problema y la justificación que la hace promisorio atendemos a la propuesta dada por nuestro objetivo general de esta investigación iniciando por definir en primer lugar las categorías de la dialéctica y su enfoque en la empresa.

Las categorías

Las categorías de la dialéctica no son definiciones de los objetos en sí (la cosa en sí), sino de la estructura del pensamiento.

El sistema de categorías se basa en la unidad de lo lógico y lo histórico. El orden entre las categorías no es casual ni arbitrario, su desarrollo consecutivo debe reflejar sumariamente la historia de la formación y el desarrollo del pensamiento humano, que va de lo simple a lo complejo.

Recordemos, que mucho del capital humano los procesos lógicos los tienen claros, en el sentido que los procesos son categorías que evolucionan a través del tiempo y que la realidad sufre una serie de cambios constantes, esto lo tienen comprendido en menor o mayor medida, los responsables de las micro o pequeñas empresas, entonces podrán distinguir, este proceso básico del conocimiento, al igual que lo que va de lo simple a lo complejo, es decir, cual debería de ser la evaluación de su organización que inicia en lo simple y conforme pasa el tiempo, empieza a evolucionar, comienza a ser más compleja. Pero lo deben de observar como un estímulo para permanecer en la constancia de su evolución organizativa.

http://co
informac
Teléfono

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración
División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Esto nos lleva a plantear las categorías del materialismo dialéctico para formular una estrategia, durante mucho tiempo, la “estrategia” fue empleada por los militares como manera de designar aquellos grandes planes realizados en vista de lo que se consideraba como un poderoso adversario. Las “tácticas” por su parte, se consideraron como los planes de acción necesarios para llevar a cabo las estrategias.

Christensen R. y Andrews K., la definen así

“Es un plan general de la empresa para enfrentarse con su entorno y vivir dentro de él”

Ros y Kami, la definen como:

“Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica”

Aquí es donde surge nuestra pregunta guía que nos llevar a plantear un modelo y que derivado de lo anterior en México, las podemos abordar de la siguiente manera:

¿Acaso existen en la actualidad categorías universales que puedan mejorar las estrategias competitivas de los negocios internacionales de México?

Lo singular, lo particular y lo universal.

La investigación científica puede seguir dos caminos: primero ascender de lo singular, como punto de partida del movimiento del pensamiento, a lo particular y, de este último, a lo universal; segundo, ascender de lo universal y lo general a lo particular y, de este último, a lo singular.

La comprensión correcta de la dialéctica de lo singular, lo particular y lo universal tiene magna importancia cognoscitiva y práctica. La ciencia opera con sintetizaciones y conceptos generales, lo que le permite establecer leyes y, de esta forma, pertrechar a la actividad práctica con la previsión. Ejemplo; Mendeléiev, basándose en la ley periódica de los elementos químicos, que definen sus propiedades más generales, pudo predecir la existencia de otros elementos químicos desconocidos aún en su tiempo. (Academia de ciencias de la exURSS; 1977). Ahora enfocado a la empresa con un ejemplo; bajo el análisis comparativo se podrá observar, cuales son elementos administrativos (micro, pequeño o mediano) de que se compone esta empresa (lo hará singular) y a qué sector económico pertenece, es decir, primario, secundario o terciario, lo hará tener un papel particular, y saber que forma parte de todo un conjunto de unidades económicas que contribuyen al incremento del producto interno bruto, de un país lo hará universal.

Causa y efecto.

Los conceptos de causa efecto se han formado en el proceso de la práctica social y de la cognición del mundo. El pensamiento ha reflejado en ellos una importantísima ley del mundo objetivo, cuyo conocimiento es indispensable para la actividad práctica del hombre. Al conocer las causas del surgimiento de los fenómenos y procesos, el hombre adquiere la posibilidad de actuar sobre ellos, de recrearlos artificialmente, de darles vida o, por el contrario, de impedir que se produzcan. El desconocimiento de las causas y condiciones que dan origen a los fenómenos hace que el hombre sea impotente ante ellos. Y viceversa, el conocimiento de esas causas brinda a los hombres y a la sociedad la posibilidad de actuar a sabiendas.

<http://coinforma>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

La causalidad es un nexo interno entre los fenómenos, en virtud del cual cada vez que existe uno le sigue ineluctablemente otro. Por ejemplo, el calentamiento del agua es la causa de la transformación en vapor, pues cada vez que se calienta el agua surge el proceso de formación de vapor.

La causa procede siempre al efecto en el tiempo y lo origina. Más esto no significa que todo fenómeno precedente se encuentre en relación causal con el que le sucede. La noche precede al día. No debe confundirse la relación causal con la sucesión de los fenómenos en el tiempo. Un hombre supersticioso se inclina a considerar que la causa de una guerra es la aparición de un cometa, un eclipse de sol o cualquier otro fenómeno natural o social que la preceda.

La relación causal de los fenómenos tiene carácter objetivo universal. Todos los fenómenos del mundo, todos los cambios y procesos se producen obligatoriamente como resultado de la acción de causas determinadas. En el mundo no hay, ni puede haber, fenómenos sin causa. Cualquier fenómeno tiene necesariamente su causa. (Academia de ciencias de la exURSS; 1977)

Aquí se le sitúa en el escenario de los mercados a la empresa, la cual hará que en su efecto aparezca en compañías de otras, pero sobre todo interpretando que está en la competencia identificando sus principales que le suceden, para conocer y manejar su entorno.

La necesidad y la casualidad.

La verdad es que la necesidad no existe en “forma pura”, cualquier proceso necesario se realiza en multitud de formas casuales. Si en el mundo solo dominará la necesidad, en él todo estaría determinado fatalmente y no quedaría actividad para la libre actividad del hombre. De la misma manera, no hay fenómenos absolutamente casuales; en caso contrario, no podría hablarse de nexo regular de los fenómenos y todo dependería de una concurrencia de circunstancias afortunada o desafortunadamente.

Octubre 5, 6 y 7 de 2011

Lo necesario y lo casual se diferencian entre sí, ante todo, en que la aparición y la existencia de lo necesario o solo causales. La dialéctica de la necesidad y la casualidad consiste en que la casualidad es la forma en que se manifiesta y completa la necesidad.

En el transcurso del desarrollo, las casualidades pueden transformarse en necesidad, por ejemplo: los rasgos regulares de una u otra especie biológica se manifiestan al principio como apartamientos casuales de los rasgos de la otra especie. Estos apartamientos casuales se conservan y acumulan y, sobre su base, se forman las cualidades necesarias del organismo vivo.

Existe la ley de los números grandes, que expresa la dialéctica de lo necesario y lo casual. Esta ley dice: la acción conjunta de un gran número de hechos casuales conduce, en algunas condiciones muy generales, a un resultado casi independiente de la casualidad. Dicho en otros términos: la suma de un gran número de casos, de fenómenos aislados, lleva a que se nivelen sus inclinaciones casuales a uno u otro lado, se forma una tendencia determinada, algo regular. Esta regularidad es precisamente lo que se llama la ley estadística.

La ley estadística –que se manifiesta en la masa de fenómenos aislados, con su relación mutua específica entre la causa y el efecto, la necesidad y la casualidad, lo singular y lo universal, el todo y sus partes, lo posible y lo probable-- constituye la base objetiva en que se asienta el

<http://congreso.unam.mx/informacion>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración

empleo de métodos estadísticos de investigación científica. (Academia de ciencias de la exURSS; 1977)

La casualidad de que en el mundo o en las diferentes regiones geográficas del país existan necesidades diversas, hacen que se genere la necesidad de crear la justificación de una empresa, para la satisfacción de las necesidades y contribuir a un objetivo social dado por casualidad como lo es el bienestar.

Posibilidad y realidad.

Es sabido que de la nada no puede surgir nada y que lo nuevo solo puede surgir de determinadas premisas implícitas en lo viejo. La existencia de lo nuevo en su estado potencial, es precisamente la posibilidad. Nace un niño, lleva en sí multitud de potencias: la posibilidad de percibir, sentir, pensar y hablar. En las condiciones correspondientes, esta posibilidad se transforma en realidad. Se entiende por realidad, en el sentido amplio de la palabra, todo lo que existe actualmente; en estado embrionario, de madurez o de marchitamiento.

Las posibilidades, como todo en el mundo, se desarrollan; unas crecen y otras se extinguen.

Para que la posibilidad se transforme en realidad es preciso que se den las condiciones correspondientes. (Academia de ciencias de la exURSS; 1977)

Y como mejor ejemplo tenemos la conformación de un plan de acción que sea factible de llevarse a cabo por parte de la empresa y nuestra realidad sea objetiva. De otra manera perecerá.

Principales metas y objetivos. Una vez que se ha declarado la misión o visión que se fundamenta en una definición orientada al cliente del negocio de la empresa, y que se han articulado algunos valores clave, los gerentes estratégicos pueden dar el siguiente paso en la formulación de una declaración de misión: establecer las metas y objetivos más importantes. (Hill, Jones: 2007)

Contenido y forma

Cada objeto de la realidad representa la unidad del contenido y de la forma. En el mundo no hay ni puede haber contenido en general: existe únicamente contenido con una forma determinada.

Se entiende por contenido la composición de todos los elementos del objeto, la unidad de sus propiedades, procesos internos, nexos, contradicciones y tendencias del desarrollo. Por ejemplo; el contenido del organismo no es simplemente el contenido de sus órganos, sino todo el proceso real de su actividad vital, que transcurre en una forma determinada.

Se entiende por forma el modo de manifestación exterior del contenido, la determinación relativamente estable del nexo de los elementos del contenido y de su interacción, el tipo y la estructura del contenido.

La forma y el contenido constituyen una relación determinada de aspectos del objeto no sólo diferentes, sino contrarios. La propia división del objeto en forma y contenido existe nada más que en el marco de su unidad irrompible, y su unidad existe sólo como fraccionada internamente. (Academia de ciencias de la exURSS; 1977)

<http://coinformacongreso@fca.unam.mx>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Aquí se manifiesta en un ejemplo del producto a comercializar, es decir, cual será no solo la presentación del objeto, en cuanto a envase, tamaño, es decir, su forma sino implícitamente el contenido, y por consiguiente puede ser su sabor o color, y asimismo lo podemos llevar al plano de una empresa de servicio, en donde ocurriría lo contrario del producto ya que es algo intangible y se observa que lo que cuenta es la forma (calidez, trato y amabilidad) y el contenido tendríamos que hacerlo objetivo en los resultados de satisfacción.

Esencia y fenómeno

El materialismo dialéctico parte de que tanto la esencia como el fenómeno son características objetivas universales de las cosas.

¿Qué significa llegar a la esencia de un objeto cualquiera?, significa comprender la causa de su surgimiento, las leyes de su vida, las contradicciones internas que les son inherentes, las tendencias del desarrollo y sus propiedades determinantes.

En la categoría de esencia se manifiesta la realidad particular que constituye lo que podría denominarse “fundamento” del objeto y que aparece como algo estable, principal, en su contenido. La esencia es el principio organizador, el punto principal del nexo de los factores y aspectos fundamentales del objeto.

A la categoría esencia está vinculada estrechamente la categoría de lo universal. Lo que es esencia de una clase determinada de objetos es, al mismo tiempo, lo que tienes de común.

La esencia se manifiesta tanto en una masa de fenómenos como en un fenómeno singular. En unos casos, la esencia aparece de modo completo y “transparente”, y en otros de manera velada.

¿Y que es fenómeno? Es la manifestación externa de la esencia, la forma en que aparece. A diferencia de la esencia que se halla oculta a la vista humana, el fenómeno está en la superficie de las cosas. La esencia, como lo interno se contrapone al hecho externo, mutable, de las cosas. Cuando se dice que el fenómeno es algo externo y la esencia algo interno, no se sobre entiende una relación espacial sino la significación objetiva de lo interno y lo externo para definir el propio objeto. (Academia de ciencias de la exURSS; 1977)

Al caso de la empresa se concibe como; Los valores de una empresa definen la manera en que gerentes y empleados deben conducirse, en que deben de hacer negocio y el tipo de organización que deben de construir para ayudarle a una empresa a alcanzar su misión. En cuanto a que ayuden a impulsar y a moldear el comportamiento dentro de una empresa, los valores generalmente se consideran el fundamento de la cultura organizacional de una compañía; el conjunto de valores, normas y estándares que controlan la manera en que los empleados trabajan para alcanzar la misión y las metas de la organización. Con frecuencia, la cultura de una organización se considera una fuente importante de su ventaja competitiva. (Hill, Jones: 2007; 15).

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Modelo de la Dialéctica Estratégica



Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria

Fuente: Elaboración de Elías Sosa Sánchez

Este esquema resume el modelo propuesto para un desarrollo estable y más permanente para la micro y pequeña empresa en México, en un escenario de incertidumbre.

La evaluación del medio ambiente externo, local, regional, nacional o internacional, será una de las premisas a utilizar y poder elaborar este esquema.

Aspectos que no muestra el modelo, la retroalimentación este se realizara al interior de cada categoría, porque el tamaño lo permite recordemos que este esquema se plantea para la micro y pequeña empresa y esta retroalimentación, bajo la premisa de “contradicciones” o también llamada dialéctica favorecerá su permanencia y su crecimiento.

Otro aspecto que no hay que pasar por alto son los momento de vida de la empresa, cuando inicia, cuando madura y tiene que emprender su expansión hacia otros mercados ya sea regionales o internacionales este esquema le favorecerá en la medida que tenga una constancia en su ejercicio de aplicación de las leyes dialécticas, lo haga una cultura de su clima laboral (Cambios cuantitativos a cualitativos y viceversa, la negación de la negación y lucha de contrarios), las necesidades de la competencia y el escenario o ambiente se lo permitirá, podrá

<http://comunicacion.fca.unam.mx/informacion>
Teléfonos

52 (55) 5622.84.90
52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración

navegar como las grandes transnacionales lo hacen en el mundo, solo que no hay que perder un principio global, el fin último es “conquistar el mundo”.

Recordemos que ahora los procesos de producción ya no son rígidos, sino se tiene el nuevo paradigma de la producción flexible a través del Kaizen, que significa cambio nuevo en japonés.

La conformación de la estructura organizacional, se sugiere que esta sea más plana porque permitirá que la toma de decisiones tenga un impacto más inmediato posible, sin tener que pasar por otras instancias que demoren en tiempo y costos, favorecerá la eficiencia y la eficacia de la misma.

La comunicación, de acuerdo con la estructura organizacional se verá favorecida para una toma de decisiones no tan solo más óptima y eficiente, sino más eficaz, para el desarrollo de la misma organización, además favorecerá la disminución de las debilidades que en un principio se tengan, al igual que evitar la duplicidad de funciones y promoverá su especialización con el tiempo.

La falta de estos puntos elementales de este esquema generará lo siguiente.

Visión de corto plazo

Falta de control

Inversiones y gastos improductivos

Desperdicio de tiempo

Desperdicio de oportunidades

Desperdicio de dinero

Muchas situaciones imprevistas

Falta de medidas de gestión, más todos lo anteriores que mencionamos en el inicio de este trabajo como forma de su fracaso.

Quien deberá desarrollar este proceso administrativo, encargada de proporcionar capacitación gratuita para la promoción de empresa será la Secretaría de Economía al igual que también podrían contribuir las diferentes Cámaras Empresariales que les permitan mejorar sus estrategias en cadenas productivas que favorezcan los efectos de sinergias empresariales en los diferentes sectores de la economía mexicana.



En lo correspondiente a las leyes de la dialéctica materialista aplicadas, a los procesos de negociación en los mercados, en este estrato (micro y pequeñas) se volverán importantes e imprescindibles en la medida en que se obtenga mejores valores y lo esencial, alcancen un nivel superior, por ejemplo, cuando los errores dejen de verse como tal y se observen como áreas de oportunidad y de poder alcanzar más éxitos, esto elevará el rendimiento del capital. Caso concreto lo tenemos en la experiencia, el postic, en un principio era un desperdicio, y el ingenio de tratar de evitar desperdicios a través de los valores y el fomento al desarrollo de creatividad ese supuesto “error” lo convirtieron en un éxito empresarial porque se dio un salto en el conocimiento, distinguiendo su contradicción. Es decir, la aplicación de la dialéctica, funciona muy bien los mercados del capitalismo.

Ley de la transformación de los cambios cuantitativos en cualitativos y viceversa.

Esta ley es una concatenación y una acción recíproca de los aspectos cuantitativos y cualitativos del objeto, en virtud de las cuales los cambios cuantitativos, pequeños e imperceptibles al principio, van acumulándose gradualmente, alteran tarde o temprano la medida del objeto y originan cambios cualitativos radicales, que transcurren como saltos y se realizan en formas diversas, en dependencia de la naturaleza de los objetos y de las condiciones de su desarrollo. El conocimiento de esta ley tiene gran importancia para comprender el desarrollo. Orienta a enfocar y estudiar los fenómenos como unidad de los aspectos cualitativos y cuantitativos, a ver las complejas concatenaciones e interacciones de estos aspectos y los cambios de las relaciones entre ellos. (Academia de ciencias de la exURSS; 1977)

Ley de la unidad y lucha de contrarios.

Entonces la ley de la unidad y lucha de contrarios: “...Es una ley en virtud de la cual a todos los objetos, fenómenos y procesos les son inherentes contradicciones internas, aspectos y tendencias contrarios, que se encuentran en estado de concatenación y negación mutua; la lucha de los contrarios da un impulso interno al desarrollo y conduce al crecimiento de las contradicciones, que se resuelven en una etapa determinada mediante la desaparición de lo viejo y el surgimiento de lo nuevo...” El conocimiento de esta ley ayuda a comprender con espíritu crítico los procesos con los que se operan, a ver lo que envejece y lo que ha de sustituirlo, a luchar contra todo lo que se alza en el camino del progreso y a ser intransigentes con los defectos, con todas las manifestaciones de estancamiento, conservadurismo y dogmatismo. (Academia de ciencias de la exURSS; 1977)

Ley de la negación de la negación

Al analizar la transformación de los cambios cuantitativos en cualitativos y la lucha de los contrarios hemos visto ya que la negación desempeña un papel sustancial en el proceso de desarrollo. La transformación cualitativa es posible únicamente como negación del viejo estado. El carácter contradictorio de la cosa significa que esta lleva en sí su propia negación.

La negación es un factor inevitable y regular en todo desarrollo. “En ningún campo puede, decía Marx, producirse un desarrollo que no niegue sus formas anteriores de existencia”. Sin este factor no podría surgir nada nuevo.

La negación dialéctica se caracteriza por dos rasgos esenciales: 1) es factor y condición de desarrollo, y 2) es factor del nexo de lo nuevo por lo viejo. El primer rasgo significa que solo la

negación que sirve de premisa para que surjan formas nuevas, más elevadas y perfectas, es una “negación positiva”. El segundo rasgo significa que lo nuevo como negación de lo viejo, de lo precedente, no deja tras de sí un desierto, no lo destruye simplemente, sino que parece como si lo “separase”.

El término “separase” expresa bien el sentido y el contenido de la negación dialéctica: lo precedente se niega y se conserva al mismo tiempo. Se conserva en un doble sentido. Primero, sin el desarrollo precedente no habría base para las nuevas formas. Segundo todo lo que se conserva del peldaño precedente de desarrollo pasa al peldaño siguiente sustancialmente transformado.

La ley de la negación de la negación hace, con su acción que el desarrollo no tenga la forma de una línea, sino de un círculo, en el cual el punto final coincide con el inicial. Pero como esta coincidencia se produce sobre una base más elevada, el desarrollo tiene la forma de espiral, cada uno de cuyos círculos y espiras significa un estado más desarrollado. En este sentido se emplea en la teoría de la dialéctica del desarrollo de “espiriforme”, por el que se entiende su forma espiral. Como lo mencionamos en un principio así también se comporta la ciencia, en forma de espiral. (Academia de ciencias de la exURSS; 1977)

Conclusiones

En respuesta a nuestra hipótesis concluiremos que si bien es cierto las filosofías empresariales están enmarcadas en un mundo capitalista, esta va acompañada posiblemente de toda una carga de filosofía mercantilista y no necesariamente dialéctica, sin embargo el desarrollo de las nuevas tecnologías de información, los nuevos paradigmas y las nuevas necesidades, que se ha venido generando en el mundo, nos lleva a pensar y observar que las empresas transnacionales están dando “saltos” que les permiten manipular y controlar los cambios a nivel de mercados, de productos, de precios y de que para ellos en el futuro están forjando una certidumbre, lo contrario podemos pensar para las empresas de menor tamaño, ya que su “ración” de renta económica es limitada y menor, el no alcanzar a ser ampliamente competitivos a nivel mundial, porque el mercado ya está cubierto por estos corporativos del mercantilismo.

Sin embargo hay que dejar en claro, que la filosofía dialéctica es la manera estructural de un pensamiento objetivo basado en la realidad, le permitirá a las empresas de menor tamaño permanecer en el escenario en un periodo más amplio, garantizándole que el juego de la competitividad siempre estará presente y que dependerá en mucho que tan astuto y sagaz tendrá que ser el empresario o gerente y estas categorías dialécticas las lleve a formar parte de sus factores claves del éxito.

Así es, que si bien no desarrollan una filosofía empresarial dialéctica, como tal, la utilizan de otra forma también llamada kaizen, Es decir, en los procesos productivos al interior de la organización de cualquier ámbito ya sea del sector industrial o de servicios. Se tiene una amplia gama de ejemplos que tenemos de esta dialéctica, están dados en el presente y considero que permanecerá todavía por un buen tiempo en el escenario internacional, mientras tengan capital, tecnología sigan siendo creativos y no pierdan el ritmo de los “saltos” desde el punto de vista objetivo, les seguirá generando una buena cantidad de renta económica.

Finalmente nuestro objetivo de proponer un modelo de una estrategia dialéctica se cumplió, ahora simplemente hay que probarlo a través de estudios exploratorios, experimentales o cuasi experimentales.

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

Este modelo permitirá probar la predictibilidad de la toma de decisiones estratégicas ara que la empresa este a la altura de los diferentes escenarios tanto locales, como internacionales, tomando en cuenta todas las salvedades que este modelo pueda implicar. Esto nos lleva a pensar que en México también se pueden implementar estrategias que coadyuven al mejoramiento económico y al bienestar de la población acudiendo a fomentar y establecer una empresa, que le permita ser una fuente de ingresos segura y permanente en el tiempo y por sus futuras generaciones, para que sea una base de sustentabilidad económica.

MM

CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA



Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Bibliografía

ACADEMIA de Ciencias de la Ex URSS “Fundamentos de filosofía marxista leninista” Materialismo Dialéctico Editorial Progreso Edición 1977.

BRUNKEN Ingmar P. “Los Seis Maestros de la Estrategia” Editorial Diana. Edición 2008.

HILL. Charles W. Jones Gareth R. “Administración Estratégica” Editorial Mc Graw Hill Edición Sexta 2007

HOVEY Craig “La estrategia de la Cucaracha” Editorial Gedisa Edición 2007

NOLAN Timothy M. Pfeiffer William. “Planeación Estratégica Aplicada” Editorial Mc Graw Hill. Edición 1998.

RAMIREZ Padilla David Noel Cabello Garza Mario. “Empresas Competitivas”. Editorial Mc Graw Hill. Edición 1997.

ROCHA Centeno Rogelio “Estrategia Competitiva para Empresas” Editorial Trillas Edición 2008.

RODRÍGUEZ Valencia Joaquín “Cómo Aplicar la Planeación Estratégica a la Pequeña y Mediana Empresa” Edición 2001.

SAMPIERI. Hernández. R. “Metodología de la Investigación” Editorial Mc Graw Hill. Edición 2000.

STEINER. George A. “Planeación Estratégica” Editorial CECSA Edición 2006.

Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



División de Investigación. Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510