

The background features a glowing lightbulb on the right side, set against a dark, textured background of binary code (0s and 1s) and a faint map of Latin America. The overall color palette is dominated by warm, golden-yellow and orange tones, creating a sense of digital energy and innovation.

Pensamiento empresarial Latinoamericano en el siglo XXI

Latin American business
thought in the 21st century

Rita Giacalone
(Editora)

Resumen

El objetivo de analizar el pensamiento empresarial latinoamericano en este siglo se sustenta en Camou, quien considera que las ideas tienen consecuencias y se puede aprender mucho acerca de política económica, sociedad y política en general, a partir del análisis de lo que piensan los empresarios y cómo lo comunican en su discurso político. Las ideas expresadas en ese discurso permiten inferir también su grado de influencia en la definición de proyectos de nación o región en un determinado momento histórico. Otro objetivo de este libro, igualmente importante, es brindar una base para reflexionar y proponer preguntas y líneas de investigación que amplíen el campo de los estudios sobre pensamiento empresarial latinoamericano. Busca responder preguntas como: ¿de qué manera los empresarios latinoamericanos, en la segunda década del siglo XXI, asumen las diferentes problemáticas que los tocan?; ¿qué piensan sobre los distintos procesos políticos, económicos y sociales y cómo afectan su labor productiva?; y ¿cómo los eventos actuales los condicionan políticamente y les abren o cierran oportunidades de enriquecimiento económico o representatividad política? Para ello, recoge una definición general de pensamiento empresarial, como el conjunto de ideas que comparte, en términos generales (y con obvias excepciones), un grupo o comunidad (los empresarios) que se caracteriza por realizar, coordinar o dirigir actividades económicas en entidades independientes (empresas). Se diferencia del concepto de ideología en la medida en que este incluye una doctrina filosófica o un programa político, que puede existir o no en el pensamiento empresarial. Y también se distingue del pensamiento “emprendedor” porque el objetivo de este último es desarrollar una mentalidad que produzca soluciones creativas para eliminar o disminuir problemas. En suma, se utiliza una definición general para abarcar la variada literatura latinoamericana sobre el tema.

Palabras clave: América Latina, empresa, ideología, pensamiento empresarial.

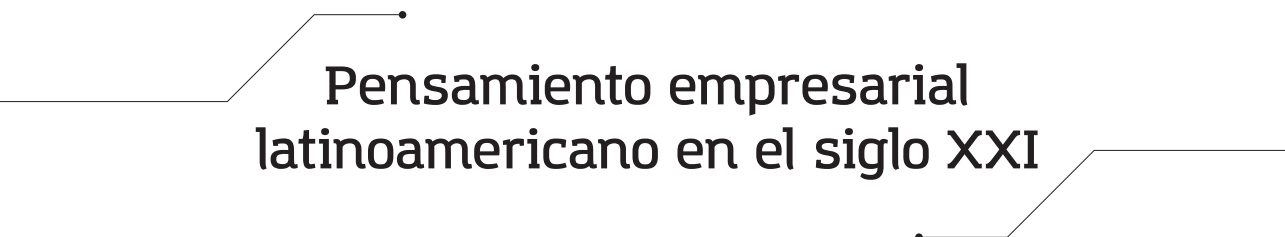
Abstract

The objective of analyzing Latin American business thinking in this century is based on Camou, who believes that ideas have consequences and we can learn a lot about economic policy, society and politics in general, from the analysis of what entrepreneurs think and how they communicate it in their political discourse. The ideas expressed in this discourse also allow us to infer the degree of influence in the definition of projects of a nation or region in a given historical moment. Another objective of this book, equally important, is to provide a basis for reflection and propose questions and lines of research that broaden the field of studies on Latin American business thinking. This book seeks to answer questions such as: how do Latin American businessmen, in the second decade of the 21st century, assume the different problems that touch them? What do they think about the different political, economic and social processes and how do they affect their productive work? and how do current events condition them politically and open up or close opportunities for economic enrichment or political representation? To do this, it includes a general definition of business thinking, as the set of ideas shared, in general terms (and with obvious exceptions), a group or community (entrepreneurs) that is characterized by conducting, coordinating or directing economic activities in entities independent (companies). This differs from the concept of ideology insofar as it includes a philosophical doctrine or a political program, which may or may not exist in business thinking. And it is also distinguished from “entrepreneurial” thinking because the latter’s goal is to develop a mentality that produces creative solutions to eliminate or reduce problems. In sum, a general definition is used to cover the varied Latin American literature on the subject.

Keywords: Latin America, company, ideology, business thinking.

¿Cómo citar este libro? / How to cite this book?

Giacalone, R. (Ed.). (2019). *El pensamiento empresarial latinoamericano en el siglo XXI*. Bogotá, Colombia: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. DOI: <https://dx.doi.org/10.16925/9789587601282>

A decorative graphic consisting of a horizontal line on the left, a diagonal line sloping up to the right, and another horizontal line on the right. A small black dot is positioned at the end of the diagonal line.

**Pensamiento empresarial
latinoamericano en el siglo XXI**

Rita Giacalone
Editora

A decorative graphic consisting of a horizontal line on the left, a diagonal line sloping up to the right, and another horizontal line on the right. A small black dot is positioned at the end of the diagonal line.

**Latin American business
thinking in the 21st century**

Pensamiento empresarial latinoamericano en el siglo XXI

Rita Giacalone
Editora

Latin American business
thinking in the 21st century



Catalogación en la publicación - Biblioteca Nacional de Colombia

Pensamiento empresarial latinoamericano en el siglo XXI - Latin American business thinking in the 21st century / Rita Giacalone, editora. - Bogotá : Universidad Cooperativa de Colombia, 2019.
p. - (Colección pensamiento global)

Incluye datos biográficos de los autores. -- Incluye referencias bibliográficas al final de cada capítulo. --
Texto en español con resúmenes en inglés.

ISBN 978-958-760-127-5 -- 978-958-760-128-2

1. Administración de empresas - América Latina 2. Cultura corporativa - América latina 3. Empresarios industriales - América Latina I. Giacalone, Rita II. Serie

CDD: ed. 658.0098 ed. 23

CO-BoBN- a1038918

Título libro

Pensamiento empresarial latinoamericano en el siglo XXI

© Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá, abril del 2019

© Mariel Aguilar-Støen, Marcia Barbero-Portela, Renato Raul Boschi, Benedicte Bull, Claudio Castro, Anabella Davila, Rita Giacalone, Carlos Huneus, Hernán Ramírez, Alejandra Salas-Porras, Carlos E. S. Pinho Brasil, Miguel Serna, Tomás Undurraga

ISBN (impreso): 978-958-760-127-5 ISBN (digital): 978-958-760-128-2

DOI: <https://dx.doi.org/10.16925/9789587601282>

Colección Pensamiento Global

Proceso de arbitraje doble ciego

Recepción: 1 de noviembre del 2018

Evaluación de contenidos: 21 de enero del 2019

Corrección de autor: 11 de febrero del 2019

Aprobación: 13 de febrero del 2019

Fondo editorial

Director Nacional Editorial, Julián Pacheco Martínez

Especialista en Gestión Editorial, Daniel Urquijo Molina

Especialista en Producción Editorial (libros), Camilo Moncada Morales

Especialista en Producción Editorial (revistas), Andrés Felipe Andrade Cañón

Analista Editorial, Claudia Carolina Caicedo Baquero

Proceso editorial

Corrección de estilo y lectura de pruebas, Camila Suárez

Diseño y diagramación, Diego Abello Rico

Impresión, Xpress Estudio Gráfico y Digital S.A.S.

Impreso en Bogotá, Colombia.

Depósito legal según el Decreto 460 de 1995.



Contenido

Introducción	9
Introduction	
PRIMERA PARTE	13
Temas y contenido del pensamiento empresarial	
El pensamiento empresarial latinoamericano en el siglo XXI: cambios, continuidades y consecuencias para el campo de estudio	15
Latin American Business Thinking in the Twentieth First Century: Changes, Continuities, and Consequences for the Research Field	
<i>Rita Giacalone</i>	
Cambios en el pensamiento empresarial latinoamericano sobre responsabilidad social debido a la internacionalización de las grandes empresas	43
Changes in Latin American Business Thinking About Corporate Social Responsibility Due to the Internationalization Of Big Firms	
<i>Anabella Davila</i>	
Crise fiscal, pensamento empresarial e financeirização no Brasil: a desconstrução da ordem corporativa no seculo XXI	65
Crisis fiscal, pensamiento empresarial y financiero en Brasil: la deconstrucción del orden corporativo en el siglo XXI	
<i>Renato Raul Boschi y Carlos Eduardo Santos Pinho</i>	
¿Un giro institucional? Cambios en los discursos empresariales en El Salvador y Guatemala	95
An Institutional Turn? Changes in Business Discourse in El Salvador and Guatemala	
<i>Benedicte Bull y Mariel Aguilar-Støen</i>	

La discriminación de género en las carreras empresariales: entre la negación y la culpabilización de las mujeres uruguayas	123
Gender Discrimination in Business Careers: Between Denial and Blame for Uruguayan Women	
<i>Miguel Serna y Marcia Barbero-Portela</i>	
SEGUNDA PARTE	151
Construcción y difusión del pensamiento empresarial	
Los empresarios y los centros de pensamiento empresarial en México	153
Businessmen and Think Tanks in Mexico	
<i>Alejandra Salas-Porras</i>	
Batallas por algo más que ideas: pensamiento, intereses materiales y acción política empresarial. Una mirada desde el Cono Sur	183
Battles for More Than Ideas: Business Thinking, Material Interests, and Political Action. A Look From The South	
<i>Hernán Ramírez</i>	
Renovación discursiva y continuación de prácticas del empresariado en el Chile post-transición (2010-2017)	211
Discursive Renovation and the Continuation of Business Practices in Post-Transition Chile (2010-2017)	
<i>Tomás Undurraga y Carlos Huneeus</i>	
Relación, reputación y riqueza: claves del discurso empresarial colombiano sobre Asia Pacífico	245
Relationship, Reputation, and Wealth. Keys of the Colombian business discourse about Asia Pacific	
<i>Rita Giacalone</i>	
AAPRESID: una red empresarial para instaurar y difundir la sociedad del conocimiento en el agro argentino	275
AAPRESID: A business network to establish and diffuse a knowledge-based society in Argentina's agricultural sector	
<i>Claudio Castro</i>	

Introducción

Los empresarios latinoamericanos han sido objeto de estudio desde distintas perspectivas, dentro de las que se incluye el análisis de su pensamiento. Consideramos, sin embargo, que a mediados de la segunda década del siglo XXI es necesario prestar atención especial a lo que piensan los empresarios latinoamericanos acerca de distintos procesos geopolíticos y geoeconómicos que los afectan en su labor productiva, los condicionan políticamente y les abren o cierran, según se mire, oportunidades de enriquecimiento económico o de representatividad política. En un periodo como el actual, cuando se aceleran en América Latina flujos y contraflujos políticos, económicos y sociales, resulta fundamental comprender qué piensan sobre distintos temas algunos de los principales actores no estatales de la región.

Nuestro objetivo es, mediante el análisis del pensamiento empresarial y sus acciones para difundirlo, identificar cuál es el rol que juega la política económica y qué influencia tiene en un determinado momento histórico, además de ayudar al desarrollo teórico del campo de estudio. Con este propósito se convocó, en febrero de 2018, a varios académicos latinoamericanos a colaborar con capítulos que nos permitieran acercarnos al objetivo propuesto. El libro *El pensamiento empresarial latinoamericano en el siglo XXI* es el resultado de esa convocatoria.

En general, los libros editados resultan de tres formatos: de una investigación colectiva en la que cada uno de sus integrantes presenta sus aportes al conjunto; de una serie de preguntas, una reflexión teórica, o de la búsqueda por actualizar el campo de estudio sobre un tema; o aquellos que pretenden proponer nuevas líneas de investigación. Este libro corresponde al tercer grupo y la variedad de temas y enfoques teóricos y metodológicos que recoge muestra que existe una riqueza de aportes presentes y potenciales en este campo de estudio.

Los capítulos del libro se ordenaron del más general, que explora una experiencia latinoamericana compartida; al más específico, centrado en el estudio de una organización de empresarios rurales que buscaban difundir un nuevo método productivo. El libro comprende dos partes: 1) temas y contenido del pensamiento empresarial y 2) construcción y difusión del pensamiento empresarial.

En la primera se ubican capítulos que analizan los principales temas y enfoques utilizados en el campo de estudio desde finales del siglo XX (Rita Giacalone), el impacto de la internacionalización de las grandes empresas latinoamericanas en sus patrones de responsabilidad social empresarial (Anabella Davila), la influencia del proceso de financierización en la actitud del empresariado de Brasil frente al fin del gobierno de Dilma Rousseff (Renato Boschi y Carlos Pinho), el cambio del discurso empresarial de las ideas de Hayek a las de Hamilton en Centroamérica (Benedicte Bull y Mariel Aguilar-Stoen) y la discriminación de género en las carreras de mujeres empresarias en Uruguay (Miguel Serna y Marcia Barbero Portela).

La segunda sección incluye estudios sobre la importancia adquirida en este siglo por la difusión de ideas como parte de la experiencia política y cómo esas ideas van conformando al mismo tiempo la autoimagen de los empresarios. Los capítulos analizan y evalúan los centros de pensamiento desarrollados por empresarios en México (Alejandra Salas-Porras), la relación entre intereses materiales e ideas en la acción política de empresarios de Argentina y Brasil (Hernan Ramírez), la renovación discursiva de los empresarios chilenos acompañada por la continuidad de sus prácticas políticas (Tomás Undurraga y Carlos Huneus), el discurso empresarial colombiano sobre Asia Pacífico (Rita Giacalone) y la formación y difusión de un nuevo paradigma empresarial en el agro argentino (Claudio Castro).

Metodológicamente, se incorpora un amplio abanico de opciones que permite apreciar el pensamiento empresarial latinoamericano desde distintas perspectivas y enfoques y ayuda a la construcción de una imagen más completa del mismo. Inclusive aquellos capítulos que analizan históricamente su evolución en la segunda mitad del siglo XX, contribuyen a destacar mejor los cambios producidos en este siglo.

Sin pretender presentar un panorama exhaustivo de los estudios sobre pensamiento empresarial latinoamericano, los capítulos del libro abarcan una variedad de experiencias nacionales que van de México, Argentina y Brasil, en los que el tema es de largo arraigo, hasta Chile, Colombia, Uruguay y países centroamericanos como El Salvador y Guatemala.

A continuación se resumen los aportes del libro y algunas líneas de investigación que pueden plantearse a partir de ellos. La revisión de la literatura en el primer capítulo es exploratoria, de forma que existe la posibilidad de profundizarla, complementarla o contrastarla. En el segundo capítulo se establece que las prácticas de responsabilidad social empresarial resultan afectadas por la internacionalización de las empresas, pero ¿se modificaron las ideas de los empresarios acerca de su responsabilidad en la sociedad o solo sus prácticas?

El tercer capítulo enfatiza en el rol político de los empresarios, en el que se destaca el impacto en la arena política doméstica de Brasil, su vinculación con circuitos financieros globales y plantea la necesidad de analizar en profundidad la agenda de los empresarios brasileños. Ese análisis podría prestar atención, por ejemplo, a sus declaraciones con respecto a la tendencia de confundir coyuntura político-partidista con objetivos nacionales, en lugar de centrar la atención en cuestiones que inhiben el desarrollo brasileño.

Los factores endógenos y exógenos que confluyen en el cambio discursivo de las asociaciones empresariales en El Salvador y Guatemala, que examina el capítulo cuarto, abren la puerta a estudios de caso similares que ayuden a establecer generalizaciones. Asimismo, el énfasis del discurso en la institucionalidad y el interés de los empresarios por dialogar con distintos actores merecen estudios detallados.

La importancia de determinar cómo es asumida por las empresarias la discriminación de las mujeres en posiciones gerenciales y el novedoso abordaje de tipo antropológico elegido por sus autores destacan como los principales aportes del quinto capítulo, que enriquecen el campo de estudio¹. También es posible replicarlos, ampliarlos o complementarlos en estudios de la situación en otros países de la región.

Como aportes del sexto capítulo se destacan, por una parte, el rol de la globalización como factor que obliga a los empresarios mexicanos a apegarse a estándares exigidos por organismos internacionales. Por otra parte, las nuevas funciones de los centros de pensamiento como resultado del interés de los empresarios por insertarse en movimientos sociales y propagar sus ideas pueden indagarse en toda la región y elaborarse teóricamente.

En el séptimo capítulo destaca el señalamiento respecto a la transición paulatina del estructuralismo al neoliberalismo, corrientes de pensamiento próximas a las ideas dominantes en cada época, que plantea la necesidad de profundizar cómo se adaptan y transforman las ideas en el pensamiento empresarial. La falta de coherencia entre la renovación del discurso empresarial y la continuidad de sus prácticas plantea la posibilidad de estudiar si la relación empresarios-dictadura militar tiene todavía relevancia para su defensa del modelo económico chileno o ésta se basa en el pragmatismo, como lo establece el octavo capítulo.

En el noveno capítulo se identifica al discurso como un instrumento para construir, afianzar y legitimar la relación de los grandes empresarios con el Estado, destacando elementos que ayudan con la proyección de su imagen positiva. La

1 Agradecemos esta observación hecha por uno de los dos árbitros externos del libro.

inclusión de facetas del discurso, más allá de pertenencia de clase y necesidades económicas, y la combinación de metodologías de análisis del discurso pueden promover investigaciones similares en otros contextos nacionales.

Desde un punto de vista histórico, la siembra directa en Argentina sería la primera revolución tecnológica de carácter endógeno realizada por iniciativa y convergencia de actores locales (productores, instituciones de extensión, etcétera) organizados en una red caracterizada por su estructura horizontal (como se muestra en el décimo capítulo). La difusión en red de su pensamiento, la incorporación de actores que no corresponden al sector productivo y la estructura interna justifican el estudio de experiencias de este tipo.

Para concluir, expresamos nuestro agradecimiento a los autores que nos confiaron sus textos para esta publicación, a los árbitros externos que los enriquecieron con sus comentarios, a la Editorial de la Universidad Cooperativa de Colombia y, en especial al Dr. Edgar Vieira Posada, director de la Colección Pensamiento Global, por habernos auspiciado y apoyado en todo momento.

Rita Giacalone