

**EDUCACIÓN EMPRESARIAL, DETERMINANTE EN LA ORIENTACIÓN E
IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS**

PRESENTADO

NATALY PRECIADO QUINTERO

RUTH MERY TEJERO ESPITIA

TANNYA KATHERINE BARDALES CORREA

TUTOR

PABLO OCAMPO

**TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
ESPECIALISTA EN GERENCIA DE PROYECTOS**

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE POSGRADOS

ESPECIALISTA DE GERENCIA DE PROYECTOS

BOGOTA, 04 DE JUNIO DE 2019

AGRADECIMIENTOS

Al profesor Pablo Ocampo, profesor de la universidad EAN, por sus consejos, observaciones y comentarios acertados.

A cada una de nuestras familias por su paciencia, el tiempo y disposición para ayudarnos a afrontar cada una de las etapas de este reto.

A nuestros compañeros durante estos semestres, con quienes compartimos sonrisas y afrontamos retos.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	4
ABSTRACT	6
LISTA DE TABLAS	7
LISTA DE GRÁFICOS	8
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
2. OBJETIVOS	11
2.1 Objetivo general	11
2.2 Objetivos específicos	11
3. JUSTIFICACIÓN	11
4. MARCO TEÓRICO	13
4.1 Gerencia de Proyectos	13
4.2 <i>Stakeholders</i> :	14
4.3 Clasificación de los <i>Stakeholders</i>	15
4.4 Idealismo:	16
4.5 Ética empresarial	17
4.6 Educación empresarial	18
5. METODOLOGÍA:	19
6. HIPÓTESIS:	20
7. VARIABLES	20
8. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	22
9. RESULTADOS:	23
9.1 Análisis de las variables sociodemográficas:	23
9.2 Análisis de variables específicas:	25
9.3 Análisis de correlación de datos	26
11. DISCUSIÓN	29
12. CONCLUSIONES	33
13. BIBLIOGRAFÍA	35

RESUMEN

Introducción: Con el pasar de los años, la educación empresarial ha tomado mayor fuerza en las universidades y con ella un gran valor para las compañías y clientes a quienes les ha permitido un mayor acceso a los recursos y calidad en los servicios entregados. Pero no solo eso, la educación empresarial también ha facilitado un mayor número de estrategias y una perspectiva más amplia en la orientación e identificación de las partes interesadas o *Stakeholders* que como consecuencia trae un efecto importante en la reputación y en el rendimiento financiero de las empresas. **Objetivo:** El objetivo del presente estudio es desarrollar una propuesta metodológica de educación empresarial en la universidad EAN que permita la orientación e identificación de las partes interesadas y brinde al estudiante herramientas competitivas y requeridas por el entorno laboral. **Metodología:** se realizó un estudio de tipo cuantitativo a 70 estudiantes de pre/posgrado con experiencia en gestión de proyectos, todos pertenecientes a la facultad de administración, finanzas y ciencias económicas de la Universidad EAN a quienes se les aplicó una encuesta con preguntas de selección múltiple y Escala tipo Likert utilizada y validada por (Godos et al., 2015). **Resultados:** Con los resultados obtenidos, se rechaza la hipótesis nula dado que el valor de p asociado al resultado es igual o menor que el nivel de significancia establecido de 0.05, aceptando la alterna respecto al efecto positivo de la educación en la orientación e identificación de las partes interesadas y la toma de decisiones, así mismo se resalta la importancia de elementos como la habilidad en la resolución de conflictos. La siguiente hipótesis nula se encontraba relacionada con el efecto negativo que pudiese tener la educación empresarial en el idealismo, específicamente relacionada a la influencia de las filosofías morales personales. La correlación para esta pregunta se dio usando el método cuantitativo a través de cual utilizamos la probabilidad para analizar cada situación, este análisis arrojó resultados no significativos por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna que implicaría por ende el efecto positivo que tiene la educación empresarial en el idealismo que se refleja en la afectación moral al momento de tomar cualquier tipo de decisión. **Conclusiones:** Se planteó una propuesta metodológica de educación empresarial que permita la correcta orientación e identificación de las partes interesadas; dada la relevancia que desde la academia se imparta este tipo conocimiento que permita promover el liderazgo, establecer comunicaciones claras y acertadas pero sobre todo la correcta

orientación e identificación de los *Stakeholders*. Por otra parte dado el dominio del idealismo en la personas es importante que los cursos sobre ética de negocios se incluyan en la educación empresarial, dadas las exigencias del mundo laboral actual.

ABSTRACT

Introduction: Over the years, business education has taken greater strength in universities and with it great value for companies and customers who have allowed greater access to resources and quality in the services delivered. But not only that, business education has also facilitated a greater number of strategies and a broader perspective in the orientation and identification of stakeholders or stakeholders that as a consequence has an important effect on the reputation and financial performance of companies. **Objective:** The objective of the present study is to develop a methodological proposal of business education in the EAN university that allows the orientation and identification of the interested parties and provides the student with competitive tools and required by the working environment. **Methodology:** a quantitative study was carried out on 70 pre / postgraduate students with experience in project management, all belonging to the faculty of administration, finance and economic sciences of the EAN University, to whom a survey with selection questions was applied. multiple and Likert-type scale used and validated by (Godos et al., 2015). **Results:** With the obtained results, the null hypothesis is rejected given that the value of the p associated with the result is equal to or less than the established level of significance of 0.05, accepting the alternative with respect to the positive effect of education in orientation and identification. of the interested parties and decision making, likewise, the importance of elements such as the ability to resolve conflicts is highlighted. Another of our null hypotheses was related to the negative effect business education could have on idealism, specifically related to the influence of personal moral philosophies. The correlation for this question yielded no significant results so we reject the null hypothesis and accept the alternative that would imply therefore the positive effect that business education has on the idealism that would then be reflected in the moral affectation when taking any type of decision. **Conclusions:** A methodological proposal of business education was proposed that allows the correct orientation and identification of the interested parties; given the relevance that this type of knowledge imparts from the academy to promote leadership, establish clear and assertive communications, but above all, the correct orientation and identification of the stakeholders. On the other hand given the dominance of idealism in people it is important that courses on business ethics are included in business education, given the demands of the current working world.

LISTA DE TABLAS

Tabla 7-1. Variables	21
Tabla 9-1. Estadística descriptiva y matriz de correlación de datos	27

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Edad de la población encuestada	24
Gráfico 2. Sexo de la población encuestada	24
Gráfico 3. Nivel académico de la población encuestada	24
Gráfico 4. Experiencia en proyectos de la población encuestada	25
Gráfico 5. Cargo de la población encuestada	25
Gráfico 6. En la toma de decisiones, ¿cuál considera que es prioridad?	25
Gráfico 7. Importancia de la educación empresarial sobre las partes interesadas	26

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A partir de la segunda guerra mundial hasta la década de los 80, en el ambiente empresarial se desarrolla un fenómeno de competitividad que coincide con el aumento de la globalización y con la aparición del término de calidad. A partir de esto se inicia el desarrollo de premisas de mejora continua y gerencia de proyectos que buscaban garantizar el óptimo funcionamiento de los procesos operacionales. Entendida la gerencia de proyectos como la aplicación de conocimientos y habilidades que permitan ejecutar los mismos de forma eficiente y efectiva, permitiendo a las organizaciones alcanzar sus resultados, las metas del negocio, de los interesados y competir en su mercado. (Oldenburg, 2008)

Es fundamental que el gerente de proyecto realice la identificación de los interesados o de esas personas que pueden ser afectadas o que pudiesen tener intereses allí. En esta, las relaciones entre la compañía y los clientes; han sido catalogadas como un proceso transaccional basado en la cooperación que de manera mancomunada permite un mayor acceso a recursos y la calidad de los servicios entregados. Es así como en el mundo de hoy se requiere del establecimiento de estrategias, perspectivas e intereses que permitan una adecuada orientación e identificación de esos posibles proveedores, consumidores y autoridades reguladoras conocidos en nuestro contexto empresarial como *Stakeholders*, los cuales preponderadamente tienen efecto importante en la reputación y el rendimiento financiero de las empresas.

Es así como en la literatura el tema de los *Stakeholders* ha ganado un gran posicionamiento, llegando incluso a hablar de los enfoques de los mismos, cuyo objetivo es darnos una visión más amplia de la economía analizando los diferentes entornos internos o externos ampliando roles y responsabilidades. Estos enfoques suponen que los accionistas no son los únicos que guardan interés por las empresas, si no que existen otro grupo de personas que tienen relación con el buen o mal funcionamiento de un proyecto y que la relación entre estos debería darse con transparencia en un contexto ético y basado en la responsabilidad social.

Ahora bien, aparece en este contexto un elemento clave antes del relacionamiento propiamente dicho y es la identificación y análisis de los mismos es así como la literatura refiere diferentes tipos de herramientas con diferentes modelos para la gestión de los mismos

no obstante, se menciona que la importancia de este tipo de modelos y enfoques esta al menos parcialmente determinado por la educación recibida a nivel individual y empresarial; considerando así la influencia de la educación sobre el desarrollo de la moral, de teorías conceptos e ideas. (Godos, Fernández, & Cabeza, 2015) (Cubillos, Montealegre, & Delgado, 2016)

(Godos et al., 2015) en su artículo buscaron precisar el impacto o la utilidad de la educación empresarial en la orientación e identificación de estos *Stakeholders*”; allí intentó demostrar que los universitarios españoles expuestos a las teorías de gestión eran más dispuestos a considerar a los grupos de interés situación que traía consigo un impacto económico en la empresa; pretendiendo así sensibilizar a las empresas sobre la importancia de la educación en los procesos éticos de toma de decisiones. Y es que diferentes autores mencionan que la principal influencia de los *Stakeholders* está dada en otorgar o revocar licencias o autorizaciones, permitir o restringir el acceso a insumos, mejorar o perjudicar la imagen o reputación de una empresa, contribuir u obstaculizar en la producción de bienes o en la oferta de servicios ofrecidos por la organización y permitir o restringir el acceso al financiamiento. (Suárez, 2007)

En Colombia durante los últimos años se ha venido observando diferentes declaraciones de los sectores de las grandes superficies e hipermercados cuestionando los altos precios en productos que obedece simplemente a una falta de responsabilidad y compromiso con los *Stakeholders* en los cuales estos se ven afectados y el estado y los dueños de las grandes superficies lo único que les interesa es no perder utilidades; sin considerar que no existen *Stakeholders* más importantes que otros dado que todos se encuentran interrelacionados. En marzo del presente año la firma Merco realizó una investigación respecto a los mercados y los puntos de vista de diferentes grupos de interés o *Stakeholders* específicamente en lo que respecta a tres dimensiones: calidad laboral, reconocimiento como buen empleador y concordancia de los valores de la empresa con sus colaboradores, concluyendo que la buena reputación empresarial se construye en principal medida en la relación con los *Stakeholders* dado que muchos de ellos se convierten en embajadores de la compañía. (Betancourt, 2016; Brigard, 2017; Merco, 2018)

Con el contexto anterior, en nuestra investigación nos proponemos responder la siguiente pregunta: ¿La orientación e identificación de los *Stakeholders* se ve influenciada por la educación empresarial en grupo de profesionales y estudiantes de diferentes organizaciones quienes reciben o cuentan con formación en gerencia de proyectos? Siendo la educación empresarial el factor diferenciador de aprendizaje, de adquisición de conocimientos, habilidades y valores que en el sector empresarial permita el desarrollo propio y del país.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

- Desarrollar una propuesta metodológica de educación empresarial en la universidad EAN que permita la orientación e identificación de las partes interesadas y brinde al estudiante herramientas competitivas y requeridas por el entorno laboral

2.2 Objetivos específicos

- Identificar los aspectos más aplicables de la teoría de la gestión de las partes interesadas, sus variables y su relación con la educación empresarial
- Realizar un diagnóstico de la población participante respecto a la influencia de la educación empresarial en la orientación e identificación de las partes interesadas
- Comparar los aspectos metodológicos establecidos para la orientación e identificación de las partes interesadas
- Desarrollar la propuesta metodológica para la orientación e identificación de las partes interesadas

3. JUSTIFICACIÓN

Los gerentes deben crear valor en la empresa y generar ganancias que le permitan sobrevivir en el mercado, no obstante esta generación de valor se ve influenciada en gran medida por las diferentes partes interesadas conocidas como los *Stakeholders*. Y es que este término hace referencia a empleados proveedores, clientes, organismos gubernamentales, ecologistas,

medios de comunicación e incluso competidores. Sin embargo, el alcance de los *Stakeholders* o partes interesadas no es tan claro en algunos contextos empresariales dado que a lo largo de la historia han venido apareciendo distintos enfoques o perspectivas de abordaje y bajo los cuales se realizan diferentes tipos de análisis dentro de ellos encontramos el normativo, el instrumental entre otros, no obstante no distan mucho de la teoría propiamente económica.

Pero es precisamente por la importancia y el alcance de estas partes interesadas y la capacidad que poseen para generar en la empresa una mejor reputación y mayor legitimidad social que se han propuesto otro tipo de disciplinas filosóficas que pretenden entender y analizar el comportamiento de las partes interesadas (Brian & Craig, 1996) y (Zuluaga & Rueda, 2011) han propuesto la comprensión de esta población por medio de la ética empresarial entendida esta última como los aspectos morales que se manejan al interior de un negocio, organización o empresa y que en los últimos tiempos se ha constituido como una preocupación no solo para el tema empresarial si no para los diferentes núcleos de la sociedad (Zuluaga & Rueda, 2011); esta preocupación teniendo en cuenta que en todas las empresas existen diferentes individuos con diferentes niveles éticos, que pueden impactar en la sociedad, en la calidad de los bienes y servicios que la empresa provee. La ética empresarial no solo representa la responsabilidad con la sociedad y el bien común, si no también se ve reflejada en la relación permanente con todos los asociados es decir con los *Stakeholders*.

Y es que el contexto anterior no se aparta de lo que sucede en la gerencia de proyectos donde la identificación de *Stakeholders* o partes interesadas se considera como un aspecto vital en la ejecución del proyecto por su capacidad para impactar de manera positiva y/o reducir los aspectos negativos no obstante, la literatura refiere que en algunas ocasiones el impacto de los *Stakeholders* sobre el proyecto depende únicamente de la selección de los mismos y de la parte ética de cada uno de ellos, por lo anterior (Godos et al., 2015) concluyó en su artículo que la implementación de la educación empresarial puede dar lugar a la búsqueda de un retorno económico y la conducción de los individuos a un mayor razonamiento moral y es que los aspectos éticos en el momento de la orientación e identificación de las partes interesadas resultan vitales para la ejecución de un proyecto, pero también se verá reflejado de manera positiva o negativa en los estados financieros de la empresa.

4. MARCO TEÓRICO

Para comprender en qué medida la educación empresarial puede jugar un papel determinante en la orientación e identificación de las partes interesadas (*Stakeholders*) es necesario realizar una revisión y entrelazamiento de conceptos teóricos y académicos que involucren desde la definición de gerencia de proyectos, *Stakeholders* - clasificación, idealismo, ética empresarial y la educación empresarial.

4.1 Gerencia de Proyectos

La diferencia entre las construcciones de los edificios de hoy a las construcciones de las pirámides del antiguo Egipto radica en la formalización de la gerencia de proyectos, este término vino a surgir durante la segunda guerra mundial, momento en el cual se presentó un aumento creciente en la competitividad que coincidió con un aumento en la globalización. Allí en la década de los 80's, se expandió a nivel global el interés por la calidad total, secundaria al éxito competitivo alcanzado por las empresas japonesas. Concepto que para ese momento se convirtió en una premisa para todas las organizaciones, que mediante mejora continua y gerencia de procesos, buscaban garantizar el funcionamiento de los procesos operacionales.(Oldenburg, 2008)

La gerencia de proyectos según el PMI hace relación a la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas que permiten cumplir con los requisitos solicitados. La gerencia de proyectos se logra mediante la aplicación de una serie de procesos agrupados dentro de los cuales encontramos de inicio, planificación, ejecución, seguimiento y control, cierre.(Ameijide, 2016)

Gerenciar un proyecto implica un equilibrio que se encuentran relacionado con aspectos como el alcance, la calidad, el tiempo, el presupuesto, los recursos y el riesgo, así como también implica abordar las necesidades, inquietudes y expectativas de los interesados o *Stakeholders* según la planeación y ejecución del proyecto. Respecto a este último la identificación del universo de personas que se verán afectadas o puedan tener sus intereses alterados por el cambio es fundamental; para realizar una perfecta gerencia de proyectos, es necesario que el gerente de proyectos quien es la persona encargada de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades necesarias para cumplir los objetivos identifique todo el

universo de *Stakeholders* y analice su posición en cada uno de ellos, la importancia en la definición de los mismos está dada principalmente en su capacidad para influir positiva o negativamente en el éxito de la empresa. (Caballero, García, & Quintás, 2007) (Acuña, 2012)

4.2 Stakeholders:

Los *Stakeholders*, una noción que aumenta la mirada

El término *Stakeholders* apareció por primera vez en el año de 1963 a través de un memorando de la Universidad de Stanford, en los Estados Unidos. En este documento se explicaba que se trataba de grupos sin los cuales las empresas podrían dejar de funcionar (Ferré & Orozco, 2011) a partir de este artículo muchos investigadores retoman el tema, con diferentes matrices, pero siempre conservando la idea principal del concepto.

Un *Stakeholder*: son todas las personas dentro de una organización que afecta directa o indirectamente en la toma de decisiones, donde deben ser tenidos en cuenta, ser escuchados y tener buenas relaciones en la comunicación para lograr el cumplimiento de los objetivos de la compañía.

La teoría y definición más difundida y aceptada del concepto de *Stakeholder*, fue la dada por Freeman en 1994 para él, los *Stakeholders* son aquellos grupos o individuos que pueden afectar o verse afectados por el logro de los objetivos de la organización. En su sentido más amplio, esta definición abre un espacio para cualquier individuo y, por lo tanto, la posibilidad de infinitos *Stakeholders*. (Freeman, 1994) (González, 2007)

Con el objetivo de identificar a los *Stakeholders* de la organización y de describir sus cualidades, Caballero 2007 planteó un modelo de investigación que en primer lugar analizar los atributos propuestos en el modelo de identificación de los *Stakeholders* de (Mitchell, Agle, & Wood, 1997), el cual describe los atributos a contrastar; y amplía el modelo anterior con el atributo de la durabilidad propuesto por (Clemens & Gallagher, 2003) (Mitchell et al., 1997) de esta forma propusieron la identificación basada en los atributos que éstos posean y que la percepción de estos por un directivo conlleva a que este lo considere como un actor importante. Así pues, consideran que estos pueden ser actores (internos o externos) que afectan y/o son afectados, en diferentes grados, por los objetivos o resultados de una

organización en la medida en que poseen alguno de los tres atributos siguientes: poder, legitimidad, y urgencia. El modelo expuesto por (Mitchell et al., 1997) analizó los *Stakeholders* en un momento concreto del tiempo, y por tanto no analizó la actitud de éstos a lo largo del tiempo con una visión de largo plazo. El avance en el tiempo es añadido por (Clemens & Gallagher, 2003) quienes afirmaron que los tres atributos anteriores no son suficientes para dirigir la dimensión temporal de la interacción con las partes interesadas. Por ello, argumentan que, aunque poder, legitimidad y urgencia son atributos importantes en la correcta identificación; éstos no dirigen adecuadamente los asuntos entre los *Stakeholders* y los directivos a largo plazo.

4.3 Clasificación de los *Stakeholders*

Las clases de *Stakeholders* determinadas por Freeman (1994) se definen en términos de la combinación de los tres atributos: poder, legitimidad y urgencia. En total son siete clases de *Stakeholders*.

- *Stakeholders* latentes: esta clasificación se refiere a aquellos actores de un territorio que presentan sólo uno de los tres atributos posibles, y aunque tienen poca interacción con la entidad ejecutora del proyecto, se deben tener en cuenta ya que estos pueden adquirir otros atributos y fortalecerse cada vez más. Dentro de estos están:
 - *Stakeholders* dominantes que poseen solamente el atributo de poder y representan la capacidad de imponerse sobre la entidad ejecutora, pero no tienen legitimidad ni reclamaciones urgentes.
 - *Stakeholders* discretos: Son los que tienen solamente la legitimidad.
 - *Stakeholders* latentes: Son los demandantes que poseen reclamos urgentes, pero no poseen poder ni legitimidad para manifestar sus intereses.
- *Stakeholders* expectantes: son aquellos que poseen dos de los tres atributos. Estos a su vez, se clasifican en:
 - *Stakeholders* dominantes, que poseen poder y legitimidad, pero no poseen urgencia
 - *Stakeholders* dependientes, que poseen urgencia y legitimidad, pero no poseen poder
 - *Stakeholders* peligrosos, que poseen poder y urgencia pero no poseen legitimidad.

- *Stakeholders* definitivos: son los que poseen los tres atributos; poder, legitimidad y urgencia. Como el modelo es dinámico y no estático, los *Stakeholders* pueden cambiar de una clase a otra dependiendo de las circunstancias. Es decir, puede cambiar de una clase de *Stakeholders* latentes a la clase *Stakeholders* expectantes y de esta clase a *Stakeholders* definitivos (Ángel P, 2010)(Baro, 2012)

Finalmente, en esta clasificación los vínculos posibilitadores y funcionales corresponden a *Stakeholders* con más alta jerarquía dado que su poder, dependencia e influencia es frecuente y crítica para la organización, y aunque siempre son aspectos a tener en cuenta por los directivos, los vínculos normativos corresponden a *Stakeholders* con baja jerarquía y aquellos con los que se establecen vínculos difusos son los que tienen una jerarquía más baja a menos que exista una urgencia. (Baro, 2012)

Para una correcta gestión de los vínculos con *Stakeholders*, según sus atributos, es necesario se conserven aquellos identificados como los definitivos, dependientes, dominantes y peligrosos.

4.4 Idealismo:

La gran mayoría de los textos monográficos dedicados a la Responsabilidad Social Corporativa y las principales propuestas internacionales sobre la materia, como la Carta de Copenhague, el Libro Verde de la Comisión Europea o el Pacto Mundial, coinciden en que el sistema que mejor permite pasar de la teoría a la práctica en materia de RSC, son los modelos de gestión basados y focalizados en los *Stakeholders*.

Como cualquier otro término relacionado con la gestión empresarial, el de *Stakeholders* tiene varias definiciones. Posiblemente la más popular de todas ellas, es la de R. de George, que dice que “son llamados colectivamente *Stakeholders* de la corporación, todos aquellos hacia los que la empresa tiene cualquier tipo de obligación moral”. (Navarro, 2016)

Teniendo esta afirmación como punto de partida, a grandes rasgos, hay dos grandes enfoques empresariales al respecto:

El primero sería el **enfoque Stakeholders**, que se basa en centrar la atención exclusivamente en los socios y accionistas de la empresa. El máximo exponente de esta teoría sería el economista neoliberal Milton Friedman, que afirma en varias de sus obras, que “la empresa debería ser dirigida siguiendo un único objetivo: los intereses de sus accionistas”.

El segundo sería el **enfoque Stakeholders**, o basado en los grupos de interés. Este enfoque, tiene en consideración a todos aquellos grupos o individuos que son necesarios para el logro de los objetivos de la empresa. Entre estos grupos estarían por supuesto los accionistas y socios de la empresa, pero con una visión más amplia e integradora, se incluye también entre los *Stakeholders* a los clientes, a los trabajadores y directivos, a los proveedores, a los contratistas o a la Administración Pública entre otros. A veces en determinadas ocasiones, se llega a hacer referencia a la “sociedad en general”, como *Stakeholders* de la organización, puesto que, aunque no sean clientes o empleados, hay ciertas preocupaciones generales de la sociedad, como son la protección por el medioambiente, la no discriminación en los puestos de trabajo o la prohibición del trabajo esclavo o infantil, que deben ser compartidas por las empresas. (Navarro, 2016)

El idealismo es más que una decisión moral o ética por lo que las filosofías morales se constituyen como fundamentales en la toma de decisiones. La filosofía moral individual comprende lo relacionado a sus creencias, actitudes, valores y proporciona lineamientos claves para la solución de diversos dilemas y acciones; su relación se encuentra directamente dada en la forma como la gente razona. (Forsyth, 1980) (Forsyth, 1992) menciona en su teoría que el número de filosofías morales personales es infinita, no obstante estas se pueden encasillar en el relativismo: definida esta como la medida en la cual el individuo rechaza las reglas morales universales o en el idealismo: definido como el grado en que los individuos asumen que las consecuencias deseables se obtienen con la acción correcta. (Ferrell & Gresham, 1985) (Forsyth, 1980) (Hunt & J. Vitell, 1986)

4.5 Ética empresarial

La teoría de la gestión empresarial integrada y moral carece de fundamentos según Goodpaster (Wesley, 2002), ya que la manera estratégica que debe abordar un gerente general su rol es maximizando las obligaciones para las partes interesadas. Es así como la definición

de la ética empresarial se vuelve compleja, ya que no solo depende de aspectos teóricos en los negocios sino de la condición humana (Wesley, 2002). El desafío se evidencia cuando se aplica cuál es el argumento para ser éticos en la toma de decisiones de una corporación, en lo inmoral o moral, puesto que nos enfrentamos a la forma correcta del cumplimiento de los objetivos y metas. Estas decisiones estratégicas determinan el valor de las partes interesadas, las cuales pueden aportar o no con el desempeño del propósito final de la empresa.

Según Wesley (2002) mencionó que la forma de actuar se califica como ético o no, cuando se cumplen y respetan las restricciones de la ley y la moralidad convencional, es aquí donde la ley cumple un rol en la ética empresarial, puesto que las obligaciones éticas de los gerentes debe ser con las partes interesadas.

Así mismo sostuvo que la teoría de las partes interesadas proporciona una estructura y una justificación para comprender y explicar por qué construir ética en la planificación y las operaciones es una estrategia de gestión sólida y por qué las empresas con registros de gestión "ética" pueden superar a los competidores que carecen de este enfoque en el medio o a largo plazo medido por pruebas de desempeño financieras y de mercado convencionales. (Wesley, 2002)

4.6 Educación empresarial

Mediante la educación empresarial, las universidades se han enfocado más en identificar las necesidades de las organizaciones, y así mismo, formar profesionales empresarios, capaces de crear culturas diferente, a partir de normas, éticas responsables, generando rentabilidad, valor y bienestar social en el país.

A partir de allí, el emprendimiento ha tenido mayor impulso a través de las diferentes herramientas, que se han facilitado desde la academia, Joseph Schumpeter (1971) establece un concepto moderno sobre el emprendedor, lo reconoce como una figura clave en la empresa y, a su vez resalta algunos de los valores de éste, tales como la necesidad de logro y su talento particular en la creación y el desarrollo de planes de negocio. “Para actuar con confianza se requieren aptitudes que solamente se dan en una pequeña fracción de la población y caracterizan tanto al tipo como a la función del empresario. Esta función no consiste,

esencialmente, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones que la empresa explota. Consiste en lograr realizaciones” (Tarapuez, Chamorro & Botero, 2007). El emprendimiento se ha ido manejando de una manera implícita, desde la academia, todas las personas desean generar nuevos negocios, nuevas oportunidades económicas para el país, generando esa necesidad y esas ganas de poder ser empresarios, podemos ver como la universidad EAN, ha contribuido en la formación de competencias empresariales en los estudiantes de las diversas carreras de pregrado y Especializaciones, donde promueve el emprendimiento desde una perspectiva de ética inculcando valores y responsabilidad empresarial.

Como se evidencia, en los conceptos anteriormente revisados, la gerencia de proyectos hace referencia a una de las más grandes herramientas para ejecutar proyectos de forma eficiente y efectiva. Y en el marco de esta, uno de los aspectos en los cuales el gerente de proyectos debe enfocar sus esfuerzos obedece a la orientación e identificación de esas partes interesadas o *Stakeholders*, dada la capacidad de estos últimos de afectar o potencializar las decisiones de una empresa. No obstante, en esta correcta orientación e identificación se requiere de una serie de habilidades empresariales, apareciendo entonces conceptos de ética y de idealismo entendido este último como la influencia de la moral para tomar una decisión.

5. METODOLOGÍA:

Para el cumplimiento de los objetivos que se plantearon en el presente proyecto, se requirió establecer un método cuantitativo secuencial y no probatorio, donde cada etapa precede a otra y donde por medio de un objetivo y una pregunta de investigación, se revisó la literatura y se construyó un marco o una perspectiva teórica lógica deductiva que inició de lo general a lo particular. Se estableció una hipótesis y se determinaron variables.

El planteamiento cuantitativo fue tipo exploratorio que pretendió examinar el fenómeno, evento, concepto o variable y se finalizó analizando las mediciones obtenidas por métodos estadísticos que permitieran obtener conclusiones y comprobar las hipótesis planteadas.

- **Primera fase:** Establecimiento de los criterios o aspectos primordiales que dieron lugar al análisis de datos de los requerimientos necesarios, inicialmente se buscó que las variables fueran examinadas en dos entornos: estudiantes enfocados en negocios

y directivos o profesionales que tuvieran experiencia en gestión de proyectos. Esto con el fin de obtener un comparativo de cómo afectaba la educación empresarial desde el crecimiento como profesionales y el impacto de los actuales profesionales, así mismo obtuvimos resultados que permitan el desarrollo de conocimiento en la importancia que tienen los *Stakeholders*.

- **Segunda Fase:** Se aplicó una encuesta a una población total de 70 personas: 35 de estas a estudiantes de pregrado y las 35 restantes a estudiantes de posgrado con experiencia en gestión de proyectos. Todos pertenecientes a los diferentes programas de pre/posgrado de la facultad de administración, finanzas y ciencias económicas de la Universidad EAN
- **Tercera Fase:** Los datos obtenidos mediante el diligenciamiento de la encuesta fueron digitados en una base de datos de Excel, para posterior análisis en el software estadístico SPSS mediante el cual se realizó el análisis descriptivo de la población participante y se buscó establecer la relación causa efecto de las variables estudiadas.

6. HIPÓTESIS:

- La educación empresarial tiene un efecto positivo en la orientación e identificación de los *Stakeholders*
- La educación empresarial tiene un efecto negativo en la orientación e identificación de los *Stakeholders*
- La educación empresarial tiene un efecto negativo en el idealismo: influencia de las filosofías morales personales

7. VARIABLES

- Variable dependiente: Son los factores, indicadores o elementos efecto. Para nuestro caso el efecto es la falta de orientación e identificación de las partes interesadas o *Stakeholders*
- Variable independiente: Son los factores, indicadores o elementos causa. Para nuestro caso la falta de educación empresarial.

- Otras variables: Luego de hacer una revisión de la literatura, se incluirán variables sociodemográficas significativas a ser medidas en el marco del presente trabajo de investigación. Tabla 1

Tabla 7-1. Variables

Variable	Definición Operativa	Relación de la variable	Tipo de variable	Unidad de medida
Sexo	Según su género.	Independiente	Cualitativa-nominal dicotómica	Femenino(F)- Masculino (M)
Edad	Años de vida	Independiente	Cuantitativa	Años cumplidos
Nivel de escolaridad	Hace referencia al grado de educación recibido	Independiente	Cualitativa ordinal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Primaria 2. Bachillerato 3. Pregrado 4. Especialización 5. Maestría 6. Doctorado
Cargo	Función de la cual una persona tiene la responsabilidad en una organización, un organismo o una empresa.	Independiente	Cualitativa Nominal Politomica	Directivo Gerencia Administrativo

Empresa	Es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los solicitantes.	Independiente	Cualitativa Nominal Politómica	Pregunta abierta
---------	---	---------------	--------------------------------------	------------------

Fuente: Propia (Preciado, 2019)

Las variables incluidas en la tabla 1, obedecieron a características de la población objeto de estudio y hace referencia a variables sociales y demográficas, que nos permitieran conocer preferencias o prevalencias de tipologías, rasgos, particularidades de las personas encuestadas y objeto del presente estudio

8. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

Por medio de esta herramienta se recolectaron las opiniones, conocimientos, y se buscó la exploración de nuestro objetivo. El instrumento utilizado fue de tipo cuantitativo: Encuesta con preguntas de selección múltiple y Escala tipo Likert utilizada y validada por (Godos et al., 2015) que consiste en un conjunto de datos presentados en forma de afirmaciones o juicios, antes los cuales se solicita la reacción de los participantes y a cada uno de los puntos se les asigna un valor numérico calificadas del 1 al 5. Las afirmaciones allí expresadas calificaron el objeto de la actitud que se estaba midiendo.

Datos primarios: Fueron los datos obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta a estudiantes y directivos.

Encuesta: Se estructuraron 8 preguntas de selección múltiple, 5 de las cuales obedecen a datos sociodemográficos como edad, sexo, nivel académico, tiempo de experiencia en gerencia de proyectos y cargo. Las tres preguntas de selección múltiple restantes se

encuentran directamente relacionadas a las variables de educación empresarial, y la toma de decisiones.

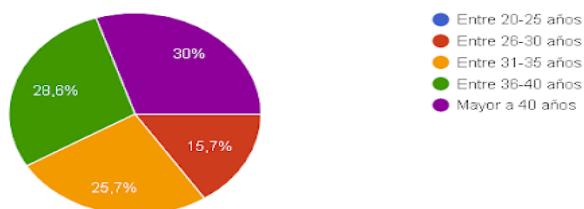
Escala tipo Likert: A lo largo del formato de recolección se diseñaron dos escalas tipo Likert, cada una con 4 afirmaciones ante las cuales se le solicitó a los participantes que asignen a su consideración el nivel de importancia y/o frecuencia.

9. RESULTADOS:

9.1 Análisis de las variables sociodemográficas:

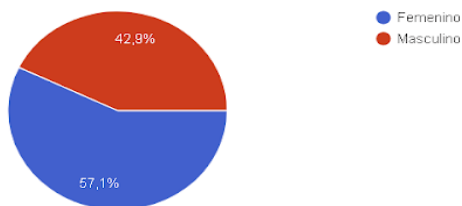
Como se evidencia en la figura 1, el 30 % de las personas encuestadas eran mayores de 40 años, seguido del 28,6% que tienen entre 36-40 años.

Gráfico 1. *Edad de la población encuestada*



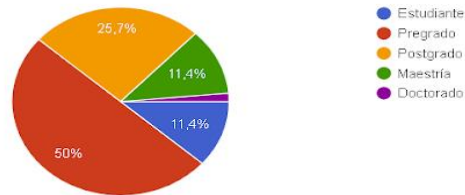
Respecto al sexo de la población encuestada, el 57,1% de la población encuestada son de género femenino y el 42,9% de género masculino.

Gráfico 2. *Sexo de la población encuestada*



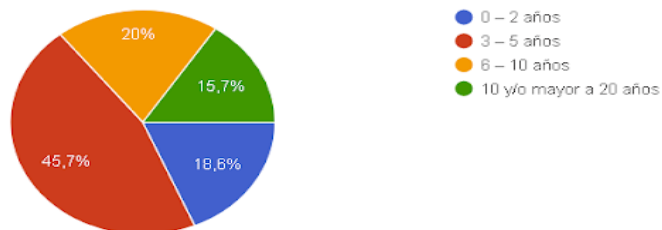
El 50% de las personas encuestadas afirman tener un nivel académico de pregrado, el 25,7% tienen nivel de postgrado.

Gráfico 3. Nivel académico de la población encuestada



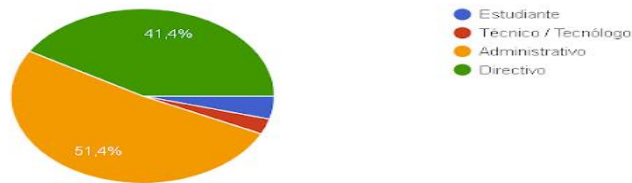
En relación con el tiempo estimado de experiencia en proyectos de los encuestados, el 45,7% refirió tener entre 3 a 5 años de experiencia en proyectos seguido del 20 % que refirió tener entre 6 a 10 años de experiencia

Gráfico 4. Experiencia en proyectos de la población encuestada



De la población encuestada el 51,4% ocupan cargos administrativos y el 41,4 % cargos directivos

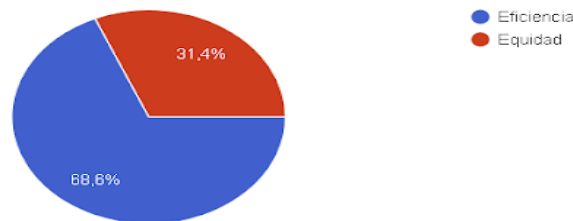
Gráfico 5. *Cargo de la población encuestada*



9.2 Análisis de variables específicas:

Se realizaron dos preguntas específicas directamente relacionadas con las variables de interés. La primera de ellas relacionada con las hipótesis planteada por Lula, Fernandez & Cabeza (2014), donde enfatizan que la educación empresarial parece haber puesto más énfasis en la eficiencia, que en la equidad, motivados por intereses propios.

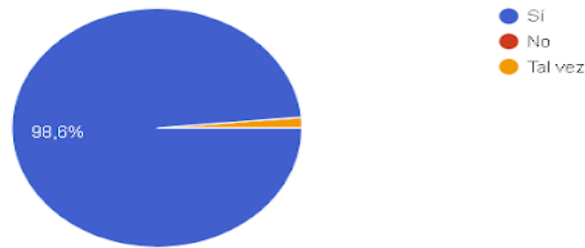
Gráfico 6. *En la toma de decisiones, ¿cuál considera que es prioridad?*



Se puede evidenciar que aproximadamente el 68% de los encuestados consideran como prioridad la eficiencia en la toma de decisiones.

En relación a la segunda pregunta realizada a los encuestados respecto a qué tan importante consideraban la orientación de la educación empresarial sobre las partes interesadas, se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfico 7. *Importancia de la educación empresarial sobre las partes interesadas*



Para esta pregunta el 98% de los encuestados consideraron que es importante la educación empresarial sobre las partes interesadas.

9.3 Análisis de correlación de datos

La encuesta tipo Likert, tuvo en cuenta aspectos relacionados a la influencia de la toma de decisiones en una organización, la importancia de la ética empresarial y de los *stakeholders*. Se tomaron las variables dependiente e independiente para el análisis de los datos, donde el involucramiento de los *Stakeholders* es la dependiente y la educación empresarial es la independiente. El idealismo se incluyó para evaluar el impacto que este tiene y corroborar la validez de la tercera hipótesis planteada.

Adicional, se analizaron las variables sobre el nivel académico, el sexo y la experiencia laboral, las cuales se consideraron fundamentales para probar las hipótesis y responder a la pregunta de investigación. Los modelos utilizados son:

1. Involucramiento de los *Stakeholders* + Educación empresarial + Nivel académico + Sexo + Experiencia laboral
2. Involucramiento de los *Stakeholders* - Educación empresarial + Nivel académico + Sexo + Experiencia laboral
3. Educación empresarial - Idealismo + Nivel académico + Sexo + Experiencia

Tabla 9-1. Estadísticas descriptivas y matriz de correlación

	Media	Desv. Est.	z	p	1	2	3	4	5	6
1. Involucramiento de los Stakeholders	4,59	0,49	0,84	0,20	1					
2. Educación empresarial	4,31	0,67	-0,47	0,68	0,35	1				
3. Idealismo	3,93	1,03	0,07	0,47	0,11	0,18	1			
4. Nivel académico	2,41	0,89	-0,47	0,68	0,43	0,07	-0,08	1		
5. Sexo				0,50	0,08	-0,06	0,00	0,21	1	
6. Experiencia	2,33	0,95	-0,35	0,64	0,08	0,29	-0,03	0,13	0,16	1

Fuente: Propia (Bardales, 2019)

En la Tabla 9-1, se da a conocer los datos estadísticos obtenidos de las principales variables. Primero que todo se puede inferir que la educación empresarial se encuentra por encima de valor p en el involucramiento de los *stakeholders*, con 0.68 y 0.20 respectivamente. Se afirma que el nivel académico es influyente y van de la mano con la educación.

El nivel de significancia se estableció $p \leq 0,05$ como rechazo de la Hipótesis nula, donde se evalúa el impacto en el valor que se obtuvo de la educación empresarial. Se pudo comprobar que la educación empresarial es indirectamente influyente y el resultado arrojó que es diferente de 0. Este análisis tiene como participación la Hipótesis 1 y 2, que aunque una evalúa el efecto positivo y la otra el negativo, de la educación empresarial en la orientación de los *Stakeholders*, el estudio indicó que la educación empresarial es independiente de los resultados arrojados.

Para Hipótesis 3 donde la educación empresarial genera un efecto negativo sobre el idealismo, el nivel de significancia es de $p \leq 0,1$, se obtuvo un valor de 0.11 muy cercano a la probabilidad estadística. Basándose en la teoría del idealismo es importante que se priorizan las decisiones morales y éticas e inculcando el beneficio para todos los involucrados; es decir que la educación si genera un efecto negativo en el idealismo en un entorno de gerencia de proyectos.

10. DESARROLLO PROPUESTA METODOLÓGICA

Si bien, nos encontramos que el idealismo es influyente en la educación empresarial, se considera que el involucramiento de temas éticos y morales en los estudiantes tanto de negocios como de no negocios, es fundamental para el desarrollo de competencias que permitan el apropiamiento de temas relevantes en una organización para la toma de decisiones involucrando la gerencia de proyectos.

Aunque, los resultados de las encuestas evidencian que el involucramiento de los *Stakeholders* no van de la mano con la educación empresarial, demuestran que existe una ausencia de introducción en la educación sobre la importancia de las partes interesadas en la gerencia de proyectos.

De esta manera los encuestados consideraron Muy importante e Importante; el involucramiento de las partes interesadas en la toma de decisiones, el aporte para la identificación de riesgos, el establecimiento de una comunicación clara y asertiva y la importancia de que los discursos y reuniones se ajusten a las necesidades de los *Stakeholders*.

Dado que se rechazaron las Hipótesis 1 y 2, donde se buscó relación entre el involucramiento de la educación empresarial y los efectos en la orientación e identificación de las partes interesadas, se pretende que se genere una Hipótesis alternativa donde se pueda indagar los efectos y relaciones entre estas dos variables. La educación empresarial se debe exigir a estudiantes de carreras de no negocios y de negocios para interactuar sobre la importancia de los *Stakeholders* en la gerencia de proyectos, en la toma de decisiones y en el desarrollo de nuevos productos, así estos no se vean afectados directamente, pero que se puede generar un aporte desde otro punto de vista. En futuros estudios se deben tomar muestras representativas de estudiantes que puedan dar una opinión sobre el enfoque de la educación empresarial, el enfoque de las partes interesadas y tener en cuenta una variable adicional, la experiencia laboral.

Para la creación de una propuesta metodológica, donde se implante la importancia de las partes interesadas en una organización, es necesario que se implante un módulo para carreras

de negocios y de no negocios donde se tengan en cuentas las teorías mencionadas en el marco teórico del presente proyecto; como lo son la teoría de los *Stakeholders* según Freeman, (1994), donde se aborden las temáticas de liderazgo, comunicación clara y asertiva, cultura organizacional y visión compartida. Además, es importante el involucramiento de la ética empresarial, códigos de conducta, y toma de decisiones que tengan como objetivo el bienestar de la compañía, evitando de esta forma que se generen apreciaciones individuales donde debe regir el lenguaje colectivo.

Igualmente, es importante el reconocimiento de la teoría del Idealismo, para identificar los errores más comunes que se pueden cometer en el involucramiento de las partes interesadas.

Observando que hoy en día, las organizaciones en su labor diaria manejan un gran número de partes interesadas que se encuentran inmersas directa o indirectamente con una meta fijada, los procedimientos e instructivos que rigen sus sistemas deben tener en cuenta las etapas en las cuales es importante que haya involucramiento de cada una de las áreas. Así, se puede llevar de lo teórico a lo práctico, instruyendo a cada integrante de los equipos.

11. DISCUSIÓN

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente este estudio buscó determinar la influencia de la educación empresarial en la orientación e identificación de los *Stakeholders* y si esta a su vez se encuentra influenciada por el idealismo.

Con los resultados obtenidos, se rechaza la hipótesis nula dado que el valor de la p asociado al resultado es igual o menor que el nivel de significancia establecido de 0.05, aceptando la alterna respecto al efecto positivo de la educación en la orientación e identificación de las partes interesadas y la toma de decisiones, así mismo se resalta la importancia de elementos como la habilidad en la resolución de conflictos. Respecto a esto, la literatura menciona que si bien en la toma de cualquier decisión influye las características de la persona, el principal determinante es la educación; lo anterior dado a que aunque un sujeto puede ser idealista, el mismo es el responsable en la toma de decisiones; situación que hace que sea mucho más propenso a construir relaciones basadas en la confianza.

Por otra parte a partir de los resultados obtenidos se observó que los encuestados tienden a exhibir una menor orientación instrumental basada en modelos de funcionamiento en los cuales se identifica y se administra la relación con los *Stakeholders*. Una posible explicación de ello podría ponerse en el contexto de la empresa y su relación con las partes interesadas en un modelo normativo donde se define conceptualmente el *Stakeholder* y lo que representa, situación que debe ser analizada a la luz de los contenidos de gerencia y educación, es necesario que las instituciones universitarias desarrollen programas que permitan a sus estudiantes el razonamiento costo beneficio y la importancia de la sana competencia empresarial. Uno de los modelos que explica la manera como la toma de decisiones morales se da según el grupo de interés y como según el tipo de enseñanza recibido es posible que se dirija a los sujetos a juzgar con cierta moralidad es el propuesto por (Rest & Barnett, 1986) allí se explica que actuar según las relaciones morales con un beneficio para la empresa, traerá consigo fidelidad para los accionistas.

Otra de nuestras hipótesis nulas se encontraba relacionada con el efecto negativo que pudiese tener la educación empresarial en el idealismo, específicamente relacionada a la influencia de las filosofías morales personales. La correlación para esta pregunta arrojó resultados no significativos por lo cual rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alterna que implicaría por ende el efecto positivo que tiene la educación empresarial en el idealismo que se reflejaría entonces en la afectación moral al momento de tomar cualquier tipo de decisión.

Respecto a los resultados obtenidos la literatura menciona que el idealismo en la toma de decisiones podría tener efecto económico negativo para las empresas dado que las compensaciones son bastantes comunes en los negocios. Un individuo idealista puede no estar dispuesto a tomar decisiones que podrían perjudicar a las partes interesadas y esa falta de decisión o de retraso en la misma traería como consecuencia una desventaja competitiva ante aquellos que lo hacen primero; es por ello que mediante la educación empresarial el individuo contaría con las herramientas necesarias que le permitieran rápidamente tomar una decisión de manera acertada.

Estos hallazgos sugieren que los estudiantes tienen un bajo nivel de idealismo, en línea con lo expuesto por algunos autores (Deering & Others, 1994) (Ibrahim, 2010). De relevancia

para nuestra investigación quienes consideran el idealismo como aquella preocupación por el bienestar de los demás y el evitar posibles consecuencias negativas para los demás, es precisamente esa preocupación por el otro en la que un gran número de teorías convergen con un componente de filosofía moral que involucra las conductas, los valores y las características; para los cuales la educación juega un papel determinante.

Específicamente respecto al tema, algunos maestros han venido proponiendo la capacitación de los futuros gerentes quienes gastan gran parte de su vida preocupado por la forma como aumenta sus ganancias incluso arriesgando el bienestar de otros (Ghoshal, 2005; Mitroff, 2004) propone que la capacitación de futuros gerentes está demasiado preocupado por aumentar las ganancias incluso a expensas del bienestar de otros, el resultado de esto son profesionales con convicciones firmes de no hacer daño a los demás independientemente de los resultados, preparándose de esta manera para enfrentar la toma de decisiones donde existen compensaciones negativas o positivas para otros, pero siempre garantizando la supervivencia de la empresa y promoviendo su éxito en un mundo impulsado por la competencia.

Es importante mencionar que el presente estudio tiene algunas limitaciones dado que es un estudio transversal por lo cual a partir de las conclusiones obtenidas no podremos explicar causalidad. A su vez es importante considerar que en razón al tema investigado algunos encuestados pudieron responder de una manera que fueran socialmente aceptados por otros (Valentine & Fleischman, 2008). Adicionalmente es necesario ser conscientes que el comportamiento de los estudiantes de pregrado y posgrado podría variar de alguna manera respecto a la forma real como estos pueden ser (Yezer, Goldfarb & Poppen, 1996) (Pfeffer, 2005), así mismo la selección de los estudiantes de negocios podría explicarse como un efecto de autoselección que implicaría que las personas que siguen este tipo de estudios son menos idealistas más orientados instrumentalmente, menos normativos y más interesados en promover el bienestar de los demás (Logsdon & Yuthas, 1997) (Martynov, 2009) (Trevino, 1992)

Cualquier propuesta metodológica a desarrollar en este tema deberá incluir teorías éticas y conceptos morales. En general cuando se enseña respecto a la teoría de las partes interesadas podría ser relevante enlazar los grupos de interés con la ética, con ideas enfocadas al cuidado de las personas con las que tenemos una relación y a los menos favorecidos (Burton & Dunn, 1996), la noción kantiana de "Hacer a los demás como quieres que te lo hagan a ti " (Jones, Felps, & Bigley, 2007) o las consideraciones de imparcialidad Rawlsiana sobre cómo Distribuir un resultado entre diferentes partes con Justicia (Jones et al., 2007) podrían ser relevantes. El enfoque a impartir debe ser relacionado con dos etapas que incluyen: el reconocimiento de una cuestión moral y un juicio moral en las decisiones de negocio que pueden afectar el bienestar de las partes interesadas

Finalmente, este mismo razonamiento podría ser empleado en nuevos estudios de investigación que permitan comprobar y corroborar con una mayor muestra si la educación influye en la gestión de las partes interesadas, pero también para comprobar si el establecer la intención y tomar la decisión realmente influye en las partes interesadas.

12. CONCLUSIONES

En el presente estudio donde se presentó la educación empresarial, como determinante en la orientación e identificación de las partes interesadas, se llega a la conclusión que es muy importante desde la academia tener una enseñanza sobre educación empresarial y para ello desarrollar una propuesta metodológica donde contengan los siguientes ítems.

- Promover un liderazgo participativo
- Establecer comunicación clara y asertiva
- Crear lugares de trabajo que motive a los interesados
- Promover el desempeño superior
- Aprender a evaluar la cultura organizacional
- Crear una visión compartida

Esta experiencia ha mostrado, cómo es posible diseñar y aplicar un aprendizaje basado en competencias en la educación organizacional aplicado en los *Stakeholder*; a partir de las orientaciones e identificación de las partes interesadas en un grupo de profesionales con conocimientos en proyectos, altamente motivados, trabajando de forma coordinada y colaborativa que ha podido generar proyectos con éxito.

Cabe destacar, que durante el estudio realizado a gerentes y administrativos de proyectos consideran que la educación empresarial, es muy importante debido que promueve la mejora en la toma de decisiones dentro de la organización.

Sin embargo, la influencia de las filosofías morales personales afectan de manera negativa en la toma de decisiones, por esto en este punto es importante que se tenga una educación previa para reconocer la importancia de los *Stakeholders* y que las decisiones deben tomarse para beneficio de una organización y no para beneficio individual. Se evidencia en el estudio que los encuestados que tienen una orientación en la educación empresarial, consideran que es fundamental el involucramiento de las partes interesadas en todos sus proyectos.

Según la teoría de Lula, Fernandez & Cabeza (2014), sobre la diferencia de la equidad y la eficiencia en la toma de decisiones, el estudio demostró que se toman decisiones basados en la eficiencia, donde se observa que consideran el involucramiento de las partes interesadas. Aproximadamente el 31% de los encuestados señalan que la equidad prevalece en la toma de decisiones, dejando en evidencia la teoría del idealismo, buscando lo mejor para todos los involucrados.

Por otra parte, la experiencia laboral tiene una influencia positiva con la orientación normativa hacia los interesados. Esto indica que los años de experiencia ofrecen un mejor razonamiento en la toma de decisiones y el involucramiento de las partes interesadas, teniendo en cuenta la comunicación clara y asertiva y su evaluación de riesgos.

Dado el dominio del idealismo entre las personas, se considera importante que los cursos sobre ética de negocios se deben incluir en la educación empresarial tanto de los estudiantes de negocios como en los de no negocios de esta manera se enseña el debido enfoque que se debe tener en el ámbito laboral y la toma de decisiones de los proyectos teniendo un mayor involucramiento de las partes interesadas. Adicional, estamos de acuerdo con (Logsdon & Yuthas, 1997) (Martynov, 2009) (Trevino, 1992); donde los individuos se guían por valores y principios fuertemente sostenidos, son leales a los humanos en general y promueven activamente el bienestar de los demás.

13. BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, A. P. (2012). LA GESTION DE LOS STAKEHOLDERS
- Análisis de los diferentes modelos1.
- Ameijide, G. L. (2016). *Gestión de proyectos según el PMI*. Retrieved from <https://www.coursehero.com/file/33858273/lameijideTFC0116memoriapdf/>
- Baro, M. (2012). *Jerarquización de stakeholders para la construcción del capital social de las organizaciones*.
- Betancourt, G. G. (2016). La organización, los stakeholders y la responsabilidad social. *Revista Dinero*. Retrieved from <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/la-organizacion-los-stakeholders-y-la-responsabilidad-social-por-gonzalo-gomez/220697>
- Brian, K. B., & Craig, P. D. (1996). Feminist Ethics as Moral Grounding for Stakeholder Theory. *Business Ethics Quarterly*, 6(2), 133. doi:10.2307/3857619
- Brigard, J. A. d.** (2017). Ranking de las mejores empresas en atracción y retención del talento. *Revista Dinero*. Retrieved from <https://www.dinero.com/edicion-impresa/informe-especial/articulo/mejores-empresas-en-gestion-del-talento-en-colombia-2017/246826>
- Burton, B. K., & Dunn, C. P. (1996). Feminist Ethics as Moral Grounding for Stakeholder Theory. *Business Ethics Quarterly*, 6(2), 133-147. doi:10.2307/3857619
- Caballero, F. G., García, V. J. M., & Quintás, C. M. A. (2007). LA IMPORTANCIA DE LOS STAKEHOLDERS DE LA ORGANIZACIÓN: UN ANÁLISIS EMPÍRICO APLICADO A LA EMPLEABILIDAD DEL ALUMNADO DE LA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 13(2), 13-32.
- Clemens, B. W., & Gallagher, S. R. (2003). Stakeholders for environmental strategies: The case of the emerging industry in radioactive scrap metal treatment. *Unfolding Stakeholder Thinking 2: Relationships, Communication, Reporting and Performance*, 128-144. doi:10.9774/GLEAF.978-1-909493-32-2_9
- Cubillos, C. C. H., Montealegre, G. J. V., & Delgado, C. A. (2016). Responsabilidad social empresarial y stakeholders en organizaciones de tamaños y actividades diferentes ; Corporate social responsibility and stakeholders in Tolima - Colombia organizations.
- Deering, T. S., & Others, A. (1994). Absolutism versus relativism: Philosophies of education and business Majors. *Educational Horizons*, 72 (3), 146-152.
- Ferrell, O. C., & Gresham, L. G. (1985). A Contingency Framework for Understanding Ethical Decision Making in Marketing. *Journal of Marketing*, 49(3), 87-96. doi:10.2307/1251618
- Ferré, P. C., & Orozco, T. J. A. (2011). El diálogo entre empresas de comunicación y sus stakeholders en América y Europa.
- Forsyth, D. R. (1980). A taxonomy of ethical ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(1), 175-184. doi:10.1037/0022-3514.39.1.175
- Forsyth, D. R. (1992). Judging the Morality of Business Practices: The Influence of Personal Moral Philosophies. *Journal of Business Ethics*, 11(5/6), 461-470.
- Freeman, R. E. (1994). The Politics of Stakeholder Theory: Some Future Directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409. doi:10.2307/3857340
- Ghoshal, S. (2005). *Bad Management Theories Are Destroying Good Management Practice* (Vol. 4).
- Godos, D. J. L., Fernández, G. R., & Cabeza, G. L. (2015). Normative stakeholder management orientation: Business vs. non-business students. *Society and Economy*, 37(4), 477-492. doi:10.1556/204.2015.37.4.4

- González, E. E. (2007). La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Veritas – Revista de Filosofía da Pucrs*, 52(2), 205-224.
- Hunt, S., & J. Vitell, S. (1986). *A General Theory of Marketing Ethics'* (Vol. 6).
- Ibrahim, N., Tomic, I., & Parsa, F. (2010). The impact of students' major area of study on their ethical ideology'. *Global Business Perspectives* 332-337.
- Jones, T. M., Felps, W., & Bigley, G. A. (2007). Ethical Theory and Stakeholder-Related Decisions: The Role of Stakeholder Culture. *Academy of Management Review*, 32(1), 137-155. doi:10.5465/amr.2007.23463924
- Logsdon, J. M., & Yuthas, K. (1997). Corporate Social Performance, Stakeholder Orientation, and Organizational Moral Development. *Journal of Business Ethics*, 16(12/13), 1213-1226.
- Martynov, A. (2009). *Agents or Stewards? Linking Managerial Behavior and Moral Development* (Vol. 90).
- Merco. (2018). Las 20 empresas que tienen mayor reputación en Colombia (actualmente). *Revista Pulso*. Retrieved from <https://www.pulzo.com/economia/empresas-con-reputacion-colombia-PP586552>
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853-886. doi:10.2307/259247
- Mitroff, I. I. (2004). An Open Letter to the Deans and the Faculties of American Business Schools. *Journal of Business Ethics*, 54(2), 185-189.
- Navarro, F. (2016). Clasificación de Stakeholders y su influencia en RSC. *Revistadigital INESEM*. Retrieved from <https://revistadigital.inesem.es/gestion-integrada/rsc-los-stakeholders-clasificacion/>
- Oldenburg, B. D. M. (2008). GERENCIA DE PROYECTOS. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 10(2).
- Pfeffer, J. (2005). *Why Do Bad Management Theories Persist? A Comment on Ghoshal* (Vol. 4).
- Rest, J. R., & Barnett, R. (1986). *Moral development : advances in research and theory*: New York (N.Y.) : Praeger.
- Schumpeter, A. (1971a), *Capitalismo, socialismo y democracia*, Madrid. Aguilar.
- Suárez, T. J. (2007). Relaciones entre organizaciones y stakeholders: necesidad de una interacción mutua entre los diversos grupos de interés. *Innovar*, 17, 153-158.
- Tarapuez Chamorro, E., & Botero Villa, J. J. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 20, 39-63.
- Trevino, L. K. (1992). Moral Reasoning and Business Ethics: Implications for Research, Education, and Management. *Journal of Business Ethics*, 11(5/6), 445-459.
- Valentine, S., & Fleischman, G. (2008). *Ethics programs, perceived corporate responsibility and job satisfaction* (Vol. 77).
- Wesley, C. (2002). Business Ethics and Stakeholder Theory. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 113. doi:10.2307/3857807
- Yezer, A. M., Goldfarb, R. S., & Poppen, P. J. (1996). Does Studying Economics Discourage Cooperation? Watch What we do, not what we say or How we Play. *The Journal of Economic Perspectives*, 10(1), 177-186.
- Zuluaga, J. J. Z., & Rueda, P. A. J. (2011). *Ética empresarial y códigos de buen gobierno*. (Ingeniero Administrador). Universidad de Antioquia, Web. Retrieved from https://repository.eia.edu.co/bitstream/11190/1506/7/ZuluagaJhon_2011_EticaEmpresarialCodigos.pdf
- Ángel P, J. E. (2010). Manejo de stakeholders como estrategia para la administración de proyectos de desarrollo en territorios rurales. *Agronomía Colombiana*, 28(3), 491-499.

