





2015

Compendios Empresariales

DESCRIPCIÓN Y EXPLICACIÓN DEL DISEÑO DE INSTRUMENTOS QUE MIDEN LA COMPETENCIA TRADUCTORA Y TERMINOLOGÍA EN TRADUCTORES PROFESIONALES

Olga Umaña Corrales/Mercedes Suárez de la Torre

El artículo titulado “descripción y explicación del diseño de instrumentos que miden la competencia traductora y terminológica en traductores profesionales”, constituye el resultado de un trabajo de investigación más amplio titulado: relación y sentido de las subcompetencias traductorales y la práctica terminológica, realizado en el marco de la Maestría en Traducción de la Universidad Autónoma de Manizales – Colombia (UAM).

La Maestría en Traducción de la UAM, desde su componente macro-curricular, tiene como objetivo formar Magísteres en traducción con espíritu no sólo investigativo, sino empresarial, ya que éste es uno de los cometidos principales que fundamentan la misión de la Universidad. Teniendo en cuenta esta perspectiva empresarial, este trabajo, fruto de la investigación realizada en el marco de la Maestría, aporta elementos que en la actualidad son pertinentes para el desarrollo y la innovación de las empresas o agencias de traducción y para el intercambio empresarial como resultado de la globalización.

La competencia traductora entendida como el sistema subyacente de conocimientos, aptitudes y habilidades necesarias para traducir y la competencia terminológica entendida como la habilidad del traductor para adquirir el conocimiento representado por los términos son dos conceptos que cobran relevancia en la actualidad, por cuanto permiten fortalecer dinámicas de comunicación en el mundo de los intercambios globalizados.

La globalización, vista como la integración de las diversas sociedades internacionales en un único mercado mundial, ha ocasionado una gran eclusión de textos en el ámbito comercial, económico y técnico, los cuales tienen, hoy en día, una mayor demanda de traducción. Lo anterior hace que los traductores sean cada vez más indispensables en empresas de diversa índole para resolver conflictos, traducir documentos y permitir que las negociaciones y los intercambios empresariales puedan realizarse sin ninguna dificultad. Para ello, es necesario que los traductores sean profesionales bien cualificados y tengan en su haber el desarrollo de una competencia no sólo traductora, sino también terminológica.

Hablar de terminología, por su parte, equivale a profundizar en terrenos propios tanto de la ciencia, como de la tecnología. Las empresas son, en múltiples situaciones, las llamadas a beneficiarse de los desarrollos científicos y tecnológicos. Dichos desarrollos generalmente vienen acompañados de nuevos conceptos y, por ende, de nuevas denominaciones que contribuyen a la comprensión de dichos conceptos; en otras palabras, son los términos los que permiten que la ciencia fluya, porque son ellos los que permiten generar y transferir nuevos conocimientos. Con las nuevas denominaciones, los individuos se familiarizan, las empresas comienzan a gestionar su propio conocimiento y a intercambiar con otras empresas, bien sea cercanas o distantes. Cuando son cercanas, los términos tienden a tornarse precisos, sistemáticos y, en algunos casos, concisos. Cuando

son distantes, las empresas comienzan a experimentar no sólo transformaciones en sus actividades más cotidianas, sino a propiciar intercambios culturales que por supuesto, requieren del conocimiento terminológico en otras lenguas. Al respecto, Picht (1994) señala:

“No cabe duda, la empresa es uno de los productores y consumidores más importantes de terminologías. Estas a su vez entran como constituyente en la comunicación interna y externa de la empresa. Así, la terminología es una herramienta en el conjunto del proceso productivo y debe considerarse como factor de producción *sui generis*. Producir y vender un producto sin documentación es impensable; hoy día, la documentación forma parte integrante del producto, y en muchos sectores de servicio y consulta, la documentación misma representa el producto. De ahí se puede deducir que el descuido de la terminología equivale a una disminución a priori del producto” (Picht, 1994:91-97).

Lo anterior ocasiona otras dinámicas empresariales que están a cargo de personas que se convierten en recursos humanos casi invisibles para las empresas: nos referimos, o bien a los traductores, o bien a los terminólogos; estos últimos, por lo general, desconocidos en el ámbito empresarial. Cuando esto sucede, las empresas requieren traductores competentes, profesionales que sepan realizar su trabajo sin mayor dificultad, porque, además, de su labor depende que las negociaciones sean o no exitosas. Un traductor competente contará con la experticia para resolver, no sólo problemas de tipo lingüístico, sino aquellos que están estrechamente relacionados con los saberes especializados propios de las empresas.

Consulte la página 22 de esta revista para ver el artículo científico que amplía esta información

HACIA UN PERFIL PROFESIONAL DEL TRADUCTOR EN COLOMBIA

Gabriel Quiroz Herrera
Liliana Patricia Franco Uribe

En el presente artículo, se presentan los resultados de una investigación en la que se buscaba determinar el perfil del traductor en Colombia. Para ello, se empleó una encuesta que respondieron 45 traductores de consultados. El perfil del traductor en Colombia se resume como un profesional de entre 36 y 45 años de edad, que vive y trabaja principalmente en Medellín o Bogotá, con estudios universitarios de pregrado y posgrado principalmente en traducción, que trabaja como traductor independiente entre tiempo completo y medio tiempo del inglés al español, y que emplea herramientas informáticas.

Partiendo de los resultados de la encuesta y de las categorías empleadas para la redacción de la misma, podemos definir de forma breve hacia dónde va el perfil del traductor en Colombia. Estos datos pueden ser utilizados por los empresarios a la hora de contratar a traductores competentes y, así mejorar sus procesos de comunicación bilingüe dentro de la empresa u organización.

A continuación, se describen las tendencias de las características de los

traductores en Colombia, de acuerdo con los datos personales, la formación profesional, la información laboral y los aspectos profesionales.

Datos personales

Los traductores en Colombia son generalmente hombres y mujeres de nacionalidad colombiana de entre 36 y 45 años que viven principalmente en Medellín y Bogotá.

Formación profesional

Por lo general, los traductores en Colombia gozan de una buena formación profesional, ya que la mayoría de ellos estudiaron algún pregrado en traducción y además realizaron postgrados y maestrías en el mismo tema. Sin embargo, por lo general no cuentan con tarjetas profesionales que los acrediten como miembros de asociaciones de traducción importantes como la ACTI, el CCT, la ATA o la FIT.

Información laboral

Los traductores en Colombia trabajan como traductores independientes y

más de la mitad se dedican a la profesión entre traductores a tiempo completo y medio tiempo. Un buen número se dedica a la profesional de manera ocasional; incluso realizan otra actividad laboral paralela, generalmente la docencia.

Aunque son muchos los idiomas que se traducen en Colombia, por lo general se realizan traducciones directas, del inglés al español, seguido del francés al español y los tipos de textos más traducidos son los técnicos y científicos en los formatos de MS Office y PDF aunque el formato papel sigue jugando un rol importante.

Aspectos profesionales

Los traductores en Colombia tienen buenas competencias a la hora de usar un computador. Los formatos que más traducen son los de Office y las herramientas más usadas son *Transit* y *Trados*.

Respecto de la forma de cobrar, prefieren hacerlo por palabra con respecto al texto de partida si bien el cobro por página sigue siendo una práctica común.

Aunque este es el primer estudio en Colombia de este tipo, es importante resaltar que tiene sus limitaciones no solo en cuanto a la muestra sino a los resultados, como ya se ha comentado antes.

Consulte la página 42 de esta revista para ver el artículo científico que amplía esta información.

ALGUNOS APARTES DE LA TRADUCCIÓN JURÍDICA Y OFICIAL EN COLOMBIA

Bibiana Clavijo Olmos

El artículo “Algunos apartes de la traducción jurídica y oficial en Colombia” destaca la traducción jurídica como un lenguaje especializado con demanda creciente, por su importancia en la globalización de los negocios y en aspectos de cooperación internacional. El artículo aclara a los empresarios los conceptos de traductor jurídico y de traductor oficial, con el fin de destacar la formación como aspecto clave para el

desarrollo de competencias especializadas. del traductor jurídico, que no necesariamente son las mismas del traductor oficial.

De esta forma, un empresario que requiera servicios de traducción conocerá mediante este artículo la diferencia entre certificar la idoneidad de candidatos que no han desarrollado sus competencias como traductores jurídicos, y la necesidad real de preparar a los traductores en este

ámbito de especialidad. Por otra parte, los empresarios de servicios de traducción podrán conocer las competencias específicas que requieren los traductores jurídicos que buscan satisfacer la demanda local y competir en el mercado global.

Consulte la página 58 de esta revista para ver el artículo científico que amplía esta información

UNA PROPUESTA QUE APUNTA A LA INTEGRACIÓN DE TRADUCCIÓN Y EMPRESA

Wilson Hernando García Trujillo

Traducción y empresa: una fusión para el crecimiento interdisciplinar en los dos campos

Esta investigación se desarrolló con el fin de realizar una propuesta de servicio de traducción para una empresa dedicada al sector de publicidad: TV3 LTDA. En el momento en que se llevó a cabo la investigación la empresa no contaba con un proceso estándar de traducción, gracias a esta evidencia que fue arrojada en la primera fase de la elaboración del proyecto, se logró evidenciar la pertinencia de la creación de una propuesta de servicio que supiera las necesidades específicas de traducción y negociación internacional al interior de TV3 LTDA. Esto debido a que, a medida que el sector de la publicidad continúa consolidán-

dose, las organizaciones y empresas del área deben investigar formas innovadoras de servir a los clientes más allá de las fronteras regionales y culturales

Desde esta perspectiva en un principio se persiguió el objetivo de introducir la figura del traductor dentro de los procesos de traducción y negociación de la empresa como un ente interactivo, que no fuera ajeno a los procesos de la empresa como tal, sino que se desarrollara como ente dinámico capaz de interactuar en los procesos de negociación y traducción de la empresa. Todo esto debido a que en la observación que se realizó en la empresa TV3 LTDA se evi-

denció que la figura del traductor se presentaba como un figura aislada, externa y no participante dentro de los procesos de la empresa y además que en algunas ocasiones la empresa ha perdido contratos o negociaciones de carácter internacional debido a la falta de un traductor especializado que intervenga en dichos procesos.

De esta manera por medio de la investigación se logró plantear, no solo una propuesta de servicio que integrara al traductor en los procesos de la empresa, sino que se establecieron las ventajas y los beneficios que surgirían en la empresa a partir de la aplicación de esta propuesta.

Dentro de los beneficios más relevantes que surgen al aplicar la propuesta de servicio planteada en la investigación se consideran los siguientes: a) la propuesta de servicio está elaborada teniendo en cuenta los estándares de calidad planteados en la norma CEN 15038 de la ISO y la propuesta teórica de Montes acerca de la relación entre globalización, publicidad y traducción, esto garantiza una propuesta respaldada por la calidad, lo cual posibilita procesos de traducción de altos estándares y responde a un servicio ligado a la calidad y la eficacia; b) la propuesta desarrollada en la investigación contribuye de manera simultánea al sector empresarial y al campo de la traducción. Teniendo en cuenta que el proyecto está encaminado a integrar los procesos de traducción en las dinámicas de la empresa, con el fin de que traductor y empresa funcionen de manera integrada. A partir de

los hallazgos obtenidos en la investigación se logró evidenciar que si la figura del traductor se desempeña de manera no integrada o indirecta con la empresa, es posible que esta pierda dinero y tiempo al no tener conocimiento de manera permanente del proceso de traducción que se lleva a cabo; c) este proyecto apunta a posicionar a la empresa dentro de un mundo globalizado y así mismo al traductor dentro del sector empresarial. En este sentido los dos se ven significativamente beneficiados, por una parte, la inclusión del traductor o de un departamento de traducción en la empresa le garantizaría a ésta procesos estándar de traducción y eficacia en los mismos, y por otra parte la empresa adquiere capacidad de competitividad.

De esta manera al contar con un sistema estándar de traducción y con la inclusión de un departamento de

traducción dentro de la empresa se garantiza un mejor posicionamiento a nivel de calidad y una ventaja competitiva en el sector. En ese sentido, las agencias de publicidad, en este caso particular la empresa TV3 LTDA, y aquellos que captan dinero para la promoción en cualquier medio de comunicación deben estar dispuestos a prestar el servicio en varios idiomas y además deben asegurar un servicio de calidad que responda a los parámetros que exige un mundo globalizado, así las cosas se podría tomar como referencia una propuesta como la que plantea en este proyecto de investigación.

Consulte la página 68 de esta revista para ver el artículo científico que amplía esta información.

COMMON DIFFICULTIES OBSERVED IN ABSTRACTS WRITTEN IN ENGLISH BY PEOPLE HAVING SPANISH AS MOTHER TONGUE

Gustavo Adolfo Meneses Benavides

Actualmente la mayoría de publicaciones especializadas de nuestro país publican parte o, en algunos casos, la totalidad de sus artículos en idiomas diferentes al español. El inglés es el idioma más común en el que aparecen los resúmenes o *abstracts* y algunos artículos completos. No obstante el alto grado de profesionalización de los autores que hacen las contribuciones, sus competencias en segunda lengua para la escritura y redacción de

textos científico-técnicos no son siempre óptimas. El trabajo de traducción inversa, que a juicio de los entendidos, es una de las más difíciles de realizar, se emprende por parte de muchos autores de manera no planificada ni mucho menos, profesional. Prácticas como esta en algún momento pueden convertirse en un factor contraproducente para los mismos investigadores, para las revistas y para el país en tanto que desdice de la calidad de sus profesionales.

Una mala traducción puede perjudicar la visibilidad y poder comunicativo de los artículos, el público extranjero que lee en lenguas diferentes al español, buscará aproximarse a los textos a través de sus resúmenes en inglés, pero si la información que encuentra resulta confusa, ambigua, inconexa o en discordancia con el nivel textual específico, simplemente se alejará o no tomará en serio el trabajo realizado. De ahí la importancia de realizar labores juiciosas de revisión y traducción, por parte

de profesionales del lenguaje, de los textos que ya han sido aprobados por las revistas y que verán la luz a nivel nacional e internacional.

Dado el ambiente de globalización en el cual nos encontramos inmersos hace ya varios años, se ha hecho muy común que lleguen a nosotros textos en otros idiomas, principalmente en inglés. En los últimos años también se ha hecho evidente la aparición de textos que son llevados del español hacia la lengua inglesa. Estas traducciones inversas se dan como consecuencia de los esfuerzos de diferentes estamentos, para la difusión a nivel internacional de las actividades, intereses y logros de las personas e instituciones de nuestro país en los ámbitos científicos, académicos, productivos, comerciales, turísticos, entre otros. Estas tareas traductivas son de escala considerable ya que, en muchos casos, se trata de verter hacia otras lenguas casi la totalidad de la información de empresas, universidades, agencias estatales y otras instituciones. El volumen de contenidos a traducir no es despreciable, pero si, además de esto, también se tienen en cuenta los textos que se traducen, que no son tan voluminosos,

pero que si tienen una periodicidad y dinámica importante, se concluye que en nuestro país se están desarrollando traducciones inversas en una cantidad muy significativa.

Los problemas comienzan cuando se hace un análisis de la calidad textual de los escritos que se están publicando en las otras lenguas. Un hallazgo importante es que muchas veces las tareas de traducción no son realizadas por profesionales del área, sino por personas con conocimientos generales pero que no poseen una formación complementaria que les permita desempeñarse a un alto nivel en competencias escritas. Quienes tienen poder de decisión sobre lo que es publicado, como los empresarios, directores de medios escritos y en algún grado, los profesionales mismos, deben hacerse más conscientes de aspectos que son fundamentales, como los retos que impone la traducción inversa, los niveles y tipologías textuales, los aspectos socioculturales ligados a las lenguas, etc., para comprender el nivel de compromiso y de profesionalismo necesario para traducir contenidos del español a otros idiomas.

Servicios de asesoría y corrección de estilo en la lengua materna o extranjera, de traducción especializada, de interpretación, de localización de contenidos y otros similares, actualmente se encuentran disponibles en el mercado nacional a nivel de agentes independientes o asociados como en el caso de la Asociación Colombiana de Traductores e Intérpretes – ACTI, entidad que trabaja por la profesionalización de la traducción en Colombia. Estos servicios se prestan con diferentes niveles de especificidad y pueden ser el factor determinante, para el éxito de una labor de difusión a nivel internacional asumida por una empresa, institución o persona. Por lo tanto, a nivel de producción textual en otras lenguas, es hora de establecer trabajos integrados e interdisciplinarios, entre profesionales específicos de cada área y profesionales en lenguas, que potencien la capacidad de divulgación de nuestras empresas, universidades, investigadores, profesionales y estudiantes.

Consulte la página 78 de esta revista para ver el artículo científico que amplía esta información.

LA FORMACIÓN DEL LENGUAJE JURÍDICO-ECONÓMICO EMPRESARIAL Y DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES DESDE EL *COMMON LAW*

Jahir Alexander Gutiérrez Ossa

Las empresas también están expuestas a la necesidad de sintonizar para sí mismas el bagaje en que se dispensa el lenguaje jurídico – económico internacional a través de los Act Law Reports, para efectos de asimilar la estructura que guía en ambos marcos el mundo de los negocios internacionales, como es el common law. Los Act Law Reports, contienen no sólo el abstract en los que se basan los casos, sino toda la composición conceptual y discursiva en que se presentan para una amplia comprensión de lo que tratan.

Una de las razones por las cuales las organizaciones deben interesarse en este tema, es debido a la poca oferta de profesionales expertos en lenguajes especializados y técnico, y más aún en el idioma inglés, que normalmente rodean las áreas en las que las empresas deben ser totalmente conocedoras. No solamente, es el vacío al que está expuesta el área jurídica que necesariamente debe adquirir el peso de una gerencia internacional, sino, de todas las áreas en que deben dar cuenta en términos internacionales, pero en las que sus profesionales no están preparados para ello.

Los costos de transacción que hoy están soportando las empresas que

no aplican o ponen en marcha programa de capacitación en lenguaje técnico internacional en sus áreas neurales, muestra la poca integración que existe entre entender la forma de hacer negocios con la realización de estos. Son todas las divisiones de las empresas las que deben iniciar a través de capacitación y formación la aprehensión sobre el lenguaje de sus respectivas áreas de responsabilidad, claro está, para empresas cuyo carácter entiendan la relevancia de superar el estado de comprensión gramatical y léxica para llevarlo al afloramiento técnico.

Bajo esta perspectiva, todos los directivos, encargados y empleados de las áreas de mención, deben pasar por un sondeo interno y claro está toda la empresa sobre lo que significa atender una organización ya no para el entendimiento cotidiano de las conversaciones del día a día, a una que sobreentiende que una alternativa para crear condiciones de competencias y competitividad en el mercado es abonar terreno en la adaptación del lenguaje técnico en sus actividades. Los Act Law Reports, se convierten en un buen ejercicio de análisis, por cuanto no solo subyacen en el derecho, sino que amplían su presentación a otros campos.

Una de las problemáticas que más acusan los empresarios a la hora de poner en marcha alguna iniciativa de carácter internacional, es que en esencia, reina un amplio desconocimiento sobre las directrices jurídicas y económicas que constituyen el marco de referencia contextual para abordar acuerdos, contratos o proyectos en países cuyo sistema jurídico está determinado por el common law. Situación, que representa para las empresas asumir gastos, por el desconocimiento del lenguaje en las minutas y del manejo de tecnicismos a que estas conllevan.

En ocasiones, las empresas deben recurrir a fuentes internacionales, normalmente (pulls) de abogados y economistas especializados, expertos y con amplia trayectoria, para los cuales la elaboración y estructuración de un acuerdo económico depende más de los vacíos conceptuales y léxicos de las partes, que de la naturaleza argumentativa y constructiva sobre la cual estos son creados. Circunstancia que muestra la extensa desconexión que tienen las empresas, sobre todos en países no anglófonos para definir y disponer los elementos contextuales para el abordaje técnico en lenguaje específico de casos.

Consulte la página 88 de esta revista para ver el artículo científico que amplía esta información.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS INSTRUMENTO DE NEGOCIACIÓN Y DESARROLLO SOSTENIBLE MIRADO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA INTERCULTURALIDAD

Lydia Arabaiza Fermini

La inteligencia emocional está tomada de la Aplicación Empresarial del Lenguaje jurídico-económico de los *Act Law Reports desde el common law*.

Las empresas también están expuestas a la necesidad de sintonizar para sí mismas el bagaje en que se dispensa el lenguaje jurídico-económico internacional a través de los *Act Law Reports*, para efectos de asimilar la estructura que guía en ambos marcos el mundo de los negocios internacionales, como es el *common law*. Los *Act Law Reports*, contienen no sólo el abstract en los que se basan los casos, sino toda la composición conceptual y discursiva en que se presentan para una amplia comprensión de lo que tratan.

Una de las razones por las cuales las organizaciones deben interesarse en este tema, es debido a la poca oferta de profesionales expertos en lenguajes especializados y técnico, y más aún en el idioma inglés, que normalmente rodean las áreas en las que las empresas deben ser totalmente conocedoras. No solamente, es el vacío al que está expuesta el área jurídica que necesariamente debe adquirir el peso de una gerencia internacional, sino, de todas las áreas en que deben dar cuenta en términos internacionales, pero en las que sus profesionales no están preparados para ello.

Los costos de transacción que hoy están soportando las empresas que no aplican o ponen en marcha programa de capacitación en lenguaje técnico internacional en sus áreas neurales, muestra la poca integración que existe entre entender la forma de hacer negocios con la realización de estos. Son todas las divisiones de las empresas las que deben iniciar a través de capacitación y formación la aprehensión sobre el lenguaje de sus respectivas áreas de responsabilidad, claro está, para empresas cuyo carácter entiendan la relevancia de superar el estado de comprensión gramatical y léxica para llevarlo al afloramiento técnico.

Bajo esta perspectiva, todos los directivos, encargados y empleados de las áreas de mención, deben pasar por un sondeo interno y claro está toda la empresa sobre lo que significa atender una organización ya no para el entendimiento cotidiano de las conversaciones del día a día, a una que sobreentiende que una alternativa para crear condiciones de competencias y competitividad en el mercado es abonar terreno en la adaptación del lenguaje técnico en sus actividades. Los *Act Law Reports*, se convierten en un buen ejercicio de análisis, por cuanto no solo subyacen en el derecho, sino que amplían su presentación a otros campos.

Una de las problemáticas que más acusan los empresarios a la hora de

poner en marcha alguna iniciativa de carácter internacional, es que en esencia, reina un amplio desconocimiento sobre las directrices jurídicas y económicas que constituyen el marco de referencia contextual para abordar acuerdos, contratos o proyectos en países cuyo sistema jurídico está determinado por el *common law*. Situación, que representa para las empresas asumir gastos, por el desconocimiento del lenguaje en las minutas y del manejo de tecnicismos a que estas conllevan.

En ocasiones, las empresas deben recurrir a fuentes internacionales, normalmente (pulls) de abogados y economistas especializados, expertos y con amplia trayectoria, para los cuales la elaboración y estructuración de un acuerdo económico depende más de los vacíos conceptuales y léxicos de las partes, que de la naturaleza argumentativa y constructiva sobre la cual estos son creados. Circunstancia que muestra la extensa desconexión que tienen las empresas, sobre todos en países no anglófonos para definir y disponer los elementos contextuales para el abordaje técnico en lenguaje específico de casos.

Consulte la página 102 de esta revista para ver el artículo científico que amplía esta información.

LA FINANCIACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS EN COLOMBIA. UNA MIRADA DESDE LA DEMANDA

Francisco Javier Matíz- Germán Fracica Naranjo

Claramente la generación de nuevas empresas es día a día más que una tendencia una realidad de gran importancia para las diferentes economías a nivel mundial y en este contexto Colombia por su parte desde hace ya más de una década ha venido cobrando un papel de gran protagonismo a nivel regional en el apoyo y fomento a la actividad emprendedora; el artículo “La Financiación de Nuevas Empresas en Colombia, Una Mirada desde la Demanda” no solo permite al lector bien sea un emprendedor en el proceso de generación de su iniciativa empresarial, sino igualmente a empresarios ya constituidos desarrollar una clara reflexión sobre la problemática general a la que se enfrentan los nuevos empresarios en nuestro entorno identificando inicial-

mente los principales aspectos sobre los que se podría definir son los factores claves de éxito para la creación, crecimiento y desarrollo de sus empresas, así como la identificación de los diferentes instrumentos y mecanismos de financiación a los que pueden acudir a lo largo de su vida empresarial.

Abordar las características y algunas percepciones de los nuevos empresarios ante la financiación de sus propuestas no solo reafirma y comprueba algunas ideas que durante años se han ido construyendo en el colectivo de la comunidad empresarial, sino que permite por otra parte la toma de decisiones y la construcción de estrategias a la hora de pensar en el desarrollo de nuevas propuestas tanto de empresas como de unidades de negocio o productos.

Por otra parte, los resultados de este artículo buscan convertirse en un insumo claro y pertinente para el debate y la reflexión que sobre el proceso de creación de nuevas empresas y porque no de la modernización de las existentes, puedan desarrollar tanto los responsables de entidades gubernamentales, académicas y privadas vinculados al apoyo, formación y fomento de nuevas empresas en el país.

En este sentido, emprendedores, empresarios, asesores, facilitadores, académicos y formuladores de políticas de apoyo a la creación de empresas, podrán a la luz de los conceptos y resultados presentados en este artículo, plantear estrategias y acciones encaminadas a la toma de decisiones frente al proceso de financiación empresarial que favorezcan de manera contundente un mejor desempeño y evolución del ecosistema emprendedor.



Consulte la página 118 de esta revista para ver el artículo científico que amplía esta información.