



Revista EAN
ISSN: 0120-8160
Universidad EAN

Diez Silva, H. Mauricio
Editorial
Revista EAN, núm. 89, 2020, Julio-Diciembre, pp. 7-8
Universidad EAN

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20669889001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEM 

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Editorial

Los últimos meses transcurridos han determinado profundos cambios en todos los órdenes posibles: en lo empresarial, lo familiar y lo personal; nadie, en ningún lugar del mundo, ha tenido una cotidianidad igual, o tan siquiera similar, a la que tenía antes de que se dispersará el Covid-19 por todos los lugares del planeta. Todo este fenómeno ha traído consigo también profundos cambios en la forma de entender el contexto organizacional, porque las empresas y las personas que las conforman debieron afrontar retos que hubiesen parecido inimaginables y que de un momento a otro estaban a la vuelta de la esquina, lo cual ha hecho que se constituya una nueva forma de entender los comportamientos humanos y de las organizaciones. Sin duda alguna, nada volverá a ser como antes y esto establece una dinámica, que vista desde el contexto empresarial, plantea profundas transformaciones de todos los marcos de referencia actuales y de todos los elementos que conforman la dinámica de una organización, el marketing, las finanzas, la innovación, la competitividad y la cultura, entre otros.

Por esta razón, esta nueva edición de la revista Escuela de Administración de Negocios, la número 89, tiene por ruta la divulgación de aportes que estén enmarcados en nuevas perspectivas de pensamiento o de aplicación, y que puedan representar una forma innovadora de afrontar todos los aspectos que se involucran en el accionar empresarial. Resulta claro que la única forma de abordar la nueva realidad es a través de una manera novedosa de repensar las organizaciones, en las que sus colaboradores asumen ahora el reto de liderar desde su rol, sin importar si tienen o no un cargo de referencia, sino simplemente desde la perspectiva de hacer el mejor trabajo posible. Es por esto que esta nueva edición aborda factores clave para el éxito en las organizaciones, en diferentes temáticas y áreas de impacto, que, a partir del aprendizaje organizacional como elemento diferenciador, permitan que todos nuestros lectores encuentren formas concretas de aplicar métodos o procedimientos fácilmente replicables en sus contextos particulares.

Según lo descrito, en esta edición encontraremos un primer elemento diferenciador conformado por el abordaje del capital humano como factor clave para gerenciar las mipymes, porque, sin lugar a dudas, los grandes cambios en las organizaciones se llevan a cabo gracias al capital humano, y esa es la primer gran lección que nos deja todo el contexto de estos últimos meses. Así mismo, se plantean otros elementos referenciales de las organizaciones que pueden influir en la forma en que se gestiona bajo el contexto exitoso, como el neo marketing, el diseño de indicadores económico-sociales, las nuevas conductas financieras, los negocios con enfoque verde, y las nuevas motivaciones de compra, todos ellos igual de relevantes dentro del contexto empresarial. Por último, aspectos como la innovación, la propiedad intelectual, el aprendizaje organizacional y los proyectos de innovación tecnológica, se incorporan como referentes de la actual edición, dando cuenta de la forma en que al interior de las compañías se pueden generar iniciativas de gestión de cambio y adaptación a nuevas rutinas laborales.

Muchos son los retos de futuro para todas las organizaciones, y para todas las personas, y la diferencia será marcada por aquellos que después de un contexto de crisis no solo logren de forma resiliente mantenerse a flote, sino por aquellas empresas y personas que logren salir más fuertes y con ventaja competitiva diferenciada respecto a los demás. Por lo anterior, los escenarios de divulgación científica, como nuestra revista, serán herramientas muy útiles para llegar a muchas personas y profesionales que, en muchos lugares, están esperando por aplicaciones inspiradoras de cambio en todas las áreas posibles, y en todos los sectores, y esto precisamente marca el reto para nuestra revista EAN, en los próximos años. Por ello, somos plenamente conscientes que todo aquello que divulgamos con gran sentido de responsabilidad, puede significar una opción de cambio y transformación para muchas personas, y ese espíritu de transformación social que nos inspira, implica también nuestro profundo compromiso con transformar la vida de las personas a partir de todo aquello que divulgamos y logramos visibilizar.

Disfruten la lectura.

H. Mauricio Diez Silva
Editor Revista Escuela de Administración de Negocios