



Revista Venezolana de Gerencia
ISSN: 1315-9984
rvgluz@fces.luz.edu.ve
Universidad del Zulia
Venezuela

Editorial

Arellano Rodríguez, Madelein
Editorial

Revista Venezolana de Gerencia, vol. 22, núm. 79, 2017

Universidad del Zulia, Venezuela

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055964001>

Editorial

Madelein Arellano Rodríguez

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055964001>

Esta revista Volumen 22 No. 79, correspondiente al periodo julio-septiembre 2017, centra la atención en dos elementos clave para la gerencia, como son la estrategia y la innovación, conceptos disímiles para algunos y complementarios para otros. Estas concepciones se encuentran inmersas en una economía de mercado, donde las empresas establecen relaciones dentro y fuera de sus fronteras, estableciendo redes verticales y horizontales, con miras a la formulación de alianzas. En un entorno compuesto de incertidumbres, la gerencia se enfrenta con la contingencia, y debería estar regida por equipos multidisciplinarios, a los fines de diseñar alternativas de dirección. Como siempre ha resultado más fácil decirlo que hacerlo, se requieren líderes dispuestos a innovar, a colaborar hacia el intercambio de conocimientos y con perspectiva para confrontar a los competidores.

Sería cuestionable pensar en la innovación, ¿en qué sentido? Dado que, en este entorno del siglo XXI, se encuentra instaurada una revolución tecnocientífica en las organizaciones, regida por una demanda de innovación... y donde los trabajadores deben contar con autoridad para ella. En esta era predomina una curva exponencial de innovaciones, lo cual hace que la permanencia de una nueva tecnología en el mercado resulte ser, en poco tiempo, muy corta. La vida útil pareciese devenir con la obsolescencia cada día más, junto a su componente implícito asociado al consumismo.

Por su parte, la estrategia, al tener su origen en la ciencia militar, se encuentra asociada a precisar una oposición hacia las acciones de los adversarios. En este sentido, las estrategias, en el ámbito organizacional, resultan ser medios para obtener ventajas comparativas, que permitan lograr objetivos de cambio a mediano y largo plazo. Por consiguiente, la innovación puede concebirse como una estrategia, dado que ella en sí misma debe generar un cambio hacia el interior de la organización, en términos del sujeto de gestión.

Luego, una cultura de innovación se manifiesta como una estrategia permanente, que pretende coordinar e integrar esfuerzos en forma coherente, sujeta a la imposibilidad de improvisar, pero si es posible una contingencia caracterizada por la flexibilidad y no apegada a una planificación específica, que permita la formulación de estrategias alternativas coherentes con la visión de cambio, y cuyo potencial se asocie a la capacidad de los líderes en prever posibles cursos de acción. Al asumir este concepto de estrategia desde sus características esenciales se precisa que el sujeto de gestión será un factor clave para los procesos de innovación y el diseño de estrategias.

EN LA MIRA comprende cinco (5) artículos, orientados por Estrategia e Innovación, como parte de la direccionalidad de la temática de esta sección. Cada uno de los trabajos refiere particularidades de estos conceptos que se asumen de manera integrada para la gerencia de diversos tipos de organizaciones.

El primer trabajo de Estrategias de negocio en pymes familiares del norte de México, desde Universidad Autónoma de Tamaulipas – México, fue elaborado por Yesenia Sánchez, Nallely Hernández y Mariana Zerón, y se adentra en las pequeñas y medianas empresas mexicanas, inmersas en un proceso de globalización, con miras a identificar los tipos de estrategias implementadas por estas empresas. A partir de un estudio comparativo entre dos ciudades del norte de México, se obtienen diferencias significativas en la selección de la estrategia, acorde a las condiciones del entorno.

NOTAS DE AUTOR

Dra. Madelein Arellano Rodríguez
Miembro del Comité Editorial

Desde este mismo ámbito internacional, Antonio Galván, Francisco García y José Serna, presentan su investigación *Estrategia de diversificación empresarial en México, relacionada con un análisis del valor de mercado, respecto al grado y tipo de diversificación empresarial*. Este trabajo incluye la construcción de un modelo mediante la metodología de datos de panel, en aras de medir el tipo de diversificación, expresando variaciones según las actividades en segmentos múltiples.

Por su parte, Javier Barreto y Elsa Petit, desde la Universidad del Zulia – Venezuela, desarrollan su investigación *Modelos explicativos del proceso de innovación tecnológica en las organizaciones, a los fines de analizar los modelos explicativos del proceso de innovación más difundidos en los últimos años e identificar sus características y aportes*. Los autores establecen que no existe un consenso en el discurso científico para definir las etapas del proceso de innovación tecnológica, acotando, además, que las innovaciones no siguen un patrón único sistémico.

El artículo elaborado por Byron Acosta, Iván Rueda, Fabián Cueva y Paúl Ibrobo, se titula *Innovaciones introducidas en las empresas: identificación y comprensión*, de la Universidad Católica del Ecuador, comprende la aplicación de innovaciones en productos, procesos, prácticas organizacionales y mercadeo. Se categorizan las empresas acorde al reporte y ejecución de las innovaciones. Se presenta así, una discusión sobre la comprensión de la innovación organizacional, en términos de criterios para clasificar si la aplicación de procesos o prácticas organizacionales diferentes se corresponden con verdaderas innovaciones.

Finalmente, esta sección incluye la *Sustentabilidad y competitividad en empresas familiares restauranteras*, estudio realizado desde Universidad Autónoma de Ciudad Juárez – México, por Carlos González y Isaac Sánchez, quienes presentan los resultados de una investigación llevada a cabo en dos ciudades mexicanas (Ciudad Juárez en la frontera norte y San Cristóbal de las Casas en la frontera sur), con el objetivo de analizar el enfoque de sustentabilidad y competitividad en empresas familiares restauranteras. Mediante grupos focales en catorce empresas, se evidencia que los propietarios-responsables, en su mayoría, mantienen una actitud tradicionalista y toman decisiones de forma autocrática; limitando la competitividad y permanencia de la empresa. La elaboración de un sistema de categorización de estas empresas permitió explicar su éxito o fracaso, en función de su visión y grado de satisfacción por parte de los propietarios-responsables.

La sección *TRIMESTRE* contiene cuatro (4) artículos los cuales presentan diversas modalidades de la gerencia como práctica social desarrollada en las organizaciones.

Las autoras Amina De La Hoz, Yanine Revilla y Betty De La Hoz Suárez (Universidad del Zulia – Venezuela), presentan *Reconocimiento, medición contable y presentación en los estados financieros del capital intelectual, que comprende un análisis del capital intelectual según los criterios de Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)*. Seguidamente, William Avendaño, Luisa Paz y Gerson Rueda de la Universidad Francisco de Paula Santander – Colombia, plantean su contribución en el artículo *Políticas públicas y educación superior: análisis conceptual del contexto colombiano*, quienes muestran una caracterización de la política pública de educación superior colombiana.

Por su parte, Juan Oliveros y Nelyda Vargas (Universidad Nacional Experimental del Táchira- Venezuela), titulan su trabajo *Diagnóstico financiero de la pequeña y la mediana empresa aplicando gerencia de valor*. Mediante una aproximación empírica, realizan un aporte acerca de la gerencia de valor, como herramienta alternativa y vanguardista, para evaluar la gestión financiera. Finalmente, se cierra esta sección con el trabajo elaborado por Joan Hasper, Juan Correa, Martha Benjumea y Alejandro Valencia (Institución Universitaria Escolme – Colombia; Universidad de Medellín – Colombia), intitulado *Tendencias en la investigación sobre gestión del riesgo empresarial: un análisis bibliométrico*, donde los autores examinan las tendencias investigativas en el área de gestión del riesgo empresarial, mostrando que la literatura al respecto se ha venido especializando y focalizando a partir de las nuevas necesidades del mercado.

El cierre de este número presenta la tendencia hacia nuevas formas gerencia, con apoyo de técnicas y mecanismos aportados por diferentes disciplinas, construyendo así realidades desde diversas perspectivas, que contribuyen a enriquecer la dirección de las organizaciones.

