

EDITORIAL

Es grato iniciar con buenas noticias. *Cuadernos de Administración* ascendió al tercer cuartil (Q3) de Scopus, según scimagojr.com. Este logro es significativo pues es difícil ingresar a estos sistemas de indexación, más difícil permanecer en ellos y, más aún, ascender en sus escalafones de las mejores revistas. Para dimensionar esas dificultades baste recordar las limitaciones que para efectos de la citación de los artículos publicados por revistas como *Cuadernos* provienen de publicar en español, de la poca cantidad de revistas iberoamericanas admitidas en estos sistemas de indexación, o del escaso número de autores de nuestros contextos que publican en revistas en inglés con alto factor de impacto, y que por afinidad e interés con las problemáticas derivadas de una realidad común citen los artículos publicados por revistas latinoamericanas.

El ascenso de *Cuadernos* muestra que pese a las limitaciones mencionadas es posible ganar reconocimiento internacional y espacios

entre las revistas de mayor prestigio. Continuar ascendiendo en estos índices trasciende, sin embargo, el ámbito individual. Será la expresión del desarrollo y articulación de una comunidad académica que produzca conocimiento de relevancia internacional.

Mejoras significativas de los contenidos de una revista dependerán, en mucho, del avance en la calidad de la investigación en los países iberoamericanos y del diálogo entre los autores de la región, sostenido a través de los artículos publicados en revistas como *Cuadernos de Administración* y sus similares, y esto supone contar con una masa crítica de revistas de la región que ingrese a esos sistemas de indexación. Dependerá, además, del diálogo de la producción de esos investigadores con los que están moviendo el conocimiento de frontera, a fin de ampliar los interlocutores y, de contera, la citación. Este ascenso dependerá, en síntesis, del desarrollo conjunto de la investigación y de los medios

(revistas) de divulgación que *Cuadernos* está interesada en promover.

La segunda noticia que queremos dar a nuestros lectores está relacionada con la publicación en este fascículo de un especial sobre innovación, que es el producto de una alianza entre *Cuadernos de Administración* y los organizadores del Tercer Congreso Internacional de Gestión Tecnológica e Innovación 2012: Competitividad en los mercados abiertos - *Cogestec III*. Acuerdo que hace parte del esfuerzo renovado de *Cuadernos* por convertirse en un medio para fortalecer los lazos entre los investigadores latinoiberoamericanos.

De ese modo, este fascículo se compone de dos secciones, una con los artículos fruto del devenir normal de la Revista y otra con artículos provenientes del mencionado acuerdo con los organizadores de *Cogestec III*.

Primera parte

La primera sección del fascículo inicia con el artículo de los profesores Esteban López, Fernando García y Susana García, en el cual efectúan una estimulante revisión de la evolución de la noción de aprendizaje organizacional, vinculándola con la discusión más reciente sobre las capacidades dinámicas, la gestión del conocimiento y la innovación, para recoger un desafío que —de acuerdo con la discusión académica— enfrenta hoy la organización: fortalecer simultáneamente el aprendizaje de exploración y el de explotación, es decir, convertirse en una organización ambidiestra. A partir de allí se

plantea un sugerente modelo que integra factores organizacionales (estructura, cultura, equipo directivo), del entorno (complejidad, rivalidad, dinamismo) y de carácter estratégico (decisiones sobre diversificación o modos de crecimiento) que determinan la capacidad de la empresa para desarrollar dichos aprendizajes, y que inciden en el desempeño organizacional.

En el segundo artículo, María Verónica Alderete construye un índice compuesto del impacto (en la productividad) de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el desempeño de las empresas. Para ello propone un modelo que más allá de la dotación de equipos, considera el índice de uso, preparación e impacto de las TIC en las organizaciones, el cual se valida mediante un análisis multivariado aplicado a la información de la Encuesta Anual de Servicios, realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Tal como lo señala la autora, el avance en la construcción de este tipo de indicadores será de mucha utilidad, tanto para los empresarios como para los decisores de política pública.

A partir de una juiciosa revisión de la literatura sobre las motivaciones de compra, centrada en el comercio justo y el consumo responsable, David Servera, Teresa Fayos, Francisco Arteaga y Martina Gallarza crean un índice global para describir la motivación de la compra de los consumidores en establecimientos de productos de comercio justo, que es probado y validado en un estudio realizado en la Comunidad Valenciana. Esto se hace mediante un análisis de componentes

principales en el cual se exploran, además, las diferencias en el comportamiento por edad y sexo, niveles de estudios y de ingresos. En esta combinación de motivaciones de compra, en que se conjugan “beneficios (sociales) adicionales o el rechazo de costes subjetivos (éticos)” hay filones promisorios de investigación, tanto en el ámbito del *marketing* como en el del consumo responsable y de la responsabilidad social empresarial.

Desde la perspectiva de la economía de la cultura, y más específicamente de las preferencias reveladas, Juan Brida, Pablo Monterubbianesi y Sandra Zapata analizan los factores que inciden en la repetición de la visita al Museo de Antioquia. Utilizando un modelo de costo de viaje y del grado de atracción del recurso cultural (y de Poisson truncado en 0) para estimar la probabilidad de repetición, se diseñó y aplicó una encuesta a 533 visitantes del Museo. Los resultados, además de su aporte académico, son útiles para la evaluación del valor turístico de una oferta cultural, para las estrategias de promoción, de comunicación y de gestión cultural en general.

Segunda parte: especial sobre innovación

La segunda sección de este número de *Cuadernos* está compuesta por artículos provenientes del devenir de la Revista y una selección de los mejores trabajos presentados a Cogestec III, que pasó por los filtros del Congreso y de los ajustes producidos por la revisión por pares de nuestra publicación.

La sección inicia con una revisión de la literatura sobre el desarrollo de nuevos productos (DNP) visto no sólo como fuente de innovaciones, sino también como un mecanismo eficaz de renovación de las capacidades (operativas) tecnológicas y comerciales existentes en la empresa. Para ello, sus autoras Ana Ortega, Teresa García y María Valle Santos se introducen en la discusión sobre las capacidades dinámicas y la extienden al ámbito del DNP, y allí plantean que éste puede constituirse, efectivamente, en un mecanismo de transformación de las capacidades de la organización, pero a condición de que a través de procesos abiertos y flexibles, como los de exploración, el DNP cumpla una función de dinamización y renovación. Aquí, sin duda, son muchas las discusiones y avances pendientes.

Los dos últimos artículos del fascículo abordan perspectivas de análisis que enriquecen las miradas más convencionales sobre el estímulo al emprendimiento y a los sistemas de innovación. En el penúltimo, Luisa Mayoral, Helder Pontes, Paulo Thiago Nunes y Fernando Errandosoro estudian 21 de las 23 empresas que conforman el Polo de Informática de Tandil, Argentina, para identificar, en la intersección entre redes y mentoría, cómo los emprendedores de TIC se apoyan para desarrollar sus carreras en redes de relaciones (*networks*) y los contenidos transaccionados (amistad, confianza, información, consejo) en ellas. Los resultados muestran que el apoyo de la red de mentoría está basado en los roles de los mentores, a través de lazos débiles — contactos no frecuentes o que no son inherentes a un cargo — y que ello estimula la

innovación. Así, se muestra la importancia de la construcción de ambientes que propicien la conformación de redes informales de apoyo a los emprendedores.

En el último artículo, Maribel Fera, María Rodríguez y Sasi Herrera parten de una premisa: que los sistemas nacionales o regionales de innovación (SNI, o SRI, respectivamente) están conformados por redes de actores e instituciones que interactúan, y entre más intensa sea esa interacción mayor será su desarrollo, pues habrá mayor circulación de información, de conocimiento codificado y tácito, de aprendizajes formales e informales. En este contexto, las interdependencias no comerciales (que incluyen las inter-dicciones periodísticas) son elemento central de

la cohesión, de la confianza, de la fuerza de las interrelaciones entre los actores. De allí la importancia de identificar la pertinencia y la variedad de los códigos lingüísticos que los actores del sistema emplean en dichas inter-dicciones. Los resultados muestran que si bien se avanza en la conformación de un campo semántico compartido en Aguascalientes, México, éste es compartido de manera desigual por los actores del sistema y no garantiza que actúen en la misma dirección: desarrollar capacidades para innovar.

José Javier Aguilar Zambrano

Editor invitado

Florentino Malaver Rodríguez

Editor