

PRESENTACIÓN

El presente número de **Estudios Gerenciales** contribuye a nuestro objetivo de recopilar artículos que profundicen en la economía y la administración desde sus diferentes ramas. En este sentido, se encuentran artículos en finanzas, mercadeo, emprendimiento, análisis estratégico, entre otros; los cuales surgen de diversas inquietudes de los investigadores nacionales e internacionales.

En este orden de ideas, Nelson Darío Díaz presenta un artículo de tipo financiero en donde ha explorado y desarrollado un modelo para la medición de la productividad de las empresas a través de su situación financiera, el cual ha aplicado a algunas compañías de comercialización de energía eléctrica de Venezuela. Para ello, define variables de productividad que contribuyen a la creación del ranking. Luego, se aplica el ranking por estados y por departamentos, lo que permite reconocer las diferencias en productividad en diferentes niveles. Como conclusión, el modelo constituye una herramienta útil en la determinación de la productividad entre empresas y al interior de los departamentos de las mismas.

A su vez, las autoras María Ángeles Navarro, María Sicilia Piñero y Elena Delgado, muestran los resultados de su investigación sobre la comuni-

cación integrada de marketing. En primer lugar, exponen cómo hasta ahora se ha hablado suficientemente de la importancia de la consistencia en la comunicación desde el punto de vista económico pero no desde el punto de vista de sus efectos en el consumidor. Como resultado, la investigación provee nuevos argumentos para sustentar la consistencia en la comunicación integrada como el mejor y más efectivo método para alcanzar los objetivos estratégicos del área de mercadeo. Además, las autoras proponen una metodología para garantizar la consistencia en una campaña publicitaria, la cual puede ser fácilmente replicada en otros productos y empresas.

Continuando con los aportes al área financiera, Ignacio Vélez-Pareja realiza una importante contribución con su artículo: *Which cost of debt should be used in forecasting cash flows?* En este, el autor expone los modelos utilizados para pronosticar los flujos de caja futuros, señalando sus respectivas ventajas y desventajas. Para ello, escoge los cuatro modelos más utilizados y los aplica a un caso hipotético. Esto le permite desarrollar un modelo simple en donde se logran los mayores ahorros en impuestos a través de la disminución en los errores en el cálculo de la tasa de descuento.

El cuarto artículo, por su parte, recoge los resultados de la investigación “El empresario bogotano y su acción” del grupo de investigación “Cultura Emprendedora” de la Universidad de la Sabana. Sus recopiladores, María del Pilar Sepúlveda, Patricia Vaca y Germán Fracica, muestran los principales resultados de este trabajo, en donde se hacen evidentes las motivaciones, percepciones y crisis de cada uno de los empresarios entrevistados, lo que permite hacer un bosquejo de las fases de la actividad emprendedora en esta ciudad. Llama la atención cómo cada una de estas fases termina con una crisis que pone a prueba la capacidad del empresario para cambiar su estilo de liderazgo y de esta forma lleva a la empresa hacia una nueva fase de mayor crecimiento, o por lo contrario, hacia una etapa de desaceleración o desaparición.

El quinto artículo busca marcar un punto de diferencia en la valoración de proyectos de inversión. Se trata del trabajo de Ana María Calle y Víctor Manuel Tamayo, en donde cuestionaron los métodos tradicionales para la valoración de inversiones al notar que muchas veces estos no tienen en cuenta los intangibles y por tanto, terminan rechazando proyectos que potencialmente tendrían un buen resultado. Dicho esto, utilizan el caso de la construcción en Colombia para mostrar que el método de valoración de inversión por medio de opciones reales, ha sido utilizado empíricamente llevando a mejores resultados que los de los métodos tradicionales.

El último artículo, *Direccionamiento estratégico apoyado en las TIC*, de Adriana Aguilera y Sandra Cristina

Riascos, resalta el papel que juegan las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la consecución de los objetivos a largo plazo de las empresas. Las TIC contribuyen en todo el proceso administrativo, el cual incluye desde el análisis estratégico de la compañía, hasta la formulación e implementación estratégica. Desde este punto de vista, las autoras sugieren que para el dirigente actual, no es suficiente tener los conocimientos necesarios para llevar a la empresa a alcanzar sus objetivos, sino que debe integrar estos conocimientos a la actual era de la información, lo que implica una alta utilización de herramientas como el internet y la implementación de software especializado para afianzar sus estrategias al nivel interno y externo de la organización.

Finalmente, el caso de estudio muestra el resumen del trabajo de grado de dos estudiantes de la especialización en mercadeo de la Universidad Icesi, Claudia Viviana Rodríguez y Juan Pablo Valencia, bajo la dirección de la profesora Ana María Arboleda. El caso muestra cómo la utilización de múltiples estrategias publicitarias puede confundir y saturar al consumidor, haciendo que los resultados sean negativos (pérdidas) para la empresa. El caso muestra la manera en que las diferentes áreas de la empresa HOP, convergen y divergen sobre el problema, señalando la necesidad de pasar de una estrategia de corto plazo a una de largo plazo en donde además se identifique plenamente el público objetivo de cada evento publicitario. Como es usual en **Estudios Gerenciales**, los casos de estudio dejan unas preguntas de reflexión en el lector con el objetivo de orientar la solución.

Esperamos que esta entrega sea de su agrado y gustosos escucharemos todos los comentarios en el correo: estgerencial@icesi.edu.co o en nuestra página web: www.icesi.edu.co/estudios_gerenciales/. Por último, queremos extender la invitación a inscribirse y a participar con artículos para el **Simposio “Análisis y propuestas creativas ante los retos del nuevo entorno empresarial”**,

el cual se realizará en el marco de la celebración de los 25 años de la Revista y los 30 años de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Para mayor información, visite: http://www.icesi.edu.co/estudios_gerenciales/seminario_nuevas_propuestas_creativas.php

El Editor