

EDITORIAL

Guido Vignoli¹

La Revista Argentina de Investigación en Negocios (RAIN) es la publicación científica del Instituto Universitario Escuela Argentina de Negocios (EAN) en la que se presentan los resultados de investigaciones vinculadas a temas de Administración, Economía, Finanzas y Gestión de la Educación, entre otros.

Desde el año 2015 RAIN se publica de manera ininterrumpida, llegando al presente número que se compone de diez artículos de investigación. Las temáticas que se abordan en la presente edición se refieren comercio internacional, sostenibilidad, análisis de riesgos, ética, pandemia del COVID 19, gestión universitaria liderazgo y la necesidad de delegar.

El primer trabajo de investigación es de Alfredo Guzmán Rincón, Ruby Lorena Carrillo Barbosa, Lira Isis Valencia Quecano y Ester Martín-Caro Álamo, analizan la percepción de empresarios, principalmente, sobre el impacto de los riesgos en la actividad de la construcción en Colombia. Se establece como una clave para el éxito de toda empresa la gestión de los riesgos, puesto que a partir de allí es donde se pueden tomar las decisiones pertinentes para lograr resultados eficientes.

A continuación, Héctor Vicente Coy Beltrán analiza el impacto que puede generar en el comercio internacional de Colombia la no ratificación del tratado de Kyoto ni de otros acuerdos vinculados al cuidado ambiental. Dada la importancia del enfoque medio ambiental y de sostenibilidad, estas actitudes contradicen la mayor agilidad y flexibilización para las transacciones entre países. La ratificación del protocolo, de hecho, generaría beneficios económicos en sectores estratégicos, tal como lo muestran para el caso de Chile.

Cristina Mishel Herrera Reyes y Escarleth Lineth Mena Armas son las autoras del siguiente trabajo de investigación. El artículo se concentra en el rol de contador desde una visión ética al momento de brindar información a los entes reguladores. Existe una asimetría que, junto a la selección adversa y el riesgo moral, pueden desencadenar casos de fraude por parte de las empresas a los organismos de control. Se estudia así, unas de las características más sobresaliente de la ética profesional aplicada a profesionales de ciencias económicas.

Por otra parte, el artículo de Ledy Torcoroma Gómez Bayona, Juan Fernando Díaz, Juan Pablo Arrubla Zapata, estudia cómo establecer una relación de largo plazo a través del mercadeo entre empresa y cliente. Posicionar esta herramienta como una clave para generar identidad hacia el consumidor, quien encuentra de esta forma seguridad y fidelidad en la marca. Para ello se destacan las conductas comunicacionales, lenguaje, impacto de la empresa y estructura de acompañamiento hacia los clientes a fin de lograr una relación de largo plazo beneficiosa para ambas partes.

La sección de artículos de investigación continúa con el trabajo de Julián D'Ángelo quien, a partir de la crisis provocada por la pandemia, analiza no solo un riesgo que tenía muy poca probabilidad de suceso en los últimos años, sino también la adaptabilidad que tanto gobiernos como empresas tuvieron que mostrar ante el nuevo escenario global. Uno de los corolarios más importantes para pensar a futuro será cómo el propósito de las empresas se vincula a los ODS haciendo hincapié en la sostenibilidad que requieren las organizaciones.

¹ Secretario de Investigación del Instituto Universitario Escuela Argentina de Negocios (EAN). Director de RAIN. Investigador dedicado a temas de macroeconomía aplicada y capital humano. Profesor de grado y posgrado en cursos de Microeconomía, Macroeconomía, Economía General, Finanzas de Empresas, Riesgo y Rentabilidad en Inversiones Financieras y Reales. Contacto: guido.vignoli@ean.edu.ar

Jorge Arturo Velázquez Hernández, Rosalía Alonso Chombo y Jorge Adán Romero Zepeda estudian cómo a través de una declaración cultural de una festividad local se puede potenciar el turismo y, consecuentemente, la actividad económica en la zona, lo cual se traduce en la posibilidad de un mayor crecimiento en infraestructura, gastronomía y hotelería. Este efecto derrame para los emprendedores y pequeños comerciantes locales y artesanos, es sinónimo de menos desempleo y crecimiento económico presente y futuro.

La investigación de Cesar Medina Salgado se refiere a la innovación como herramienta clave para el éxito de las empresas. La inversión de investigación y desarrollo de s una de las fuentes principales de generación de ideas innovadoras. El rol de los incentivos aplicables este tipo de inversión busca lograr una mayor producción de calidad. También se analiza el impacto social de una idea, tanto para los agentes vinculados directamente como para todos los que pueden verse involucrados tanto dentro como fuera de las organizaciones.

Oscar Navós es el autor del siguiente artículo en donde la gestión de las universidades privadas se concentra en la innovación y el vínculo con empresarios. En este sentido, se buscan estrategias para lograr impacto en las nuevas generaciones de alumnos al momento de ser receptores de conocimientos académicos. Esto se alcanza mediante una serie de instrumentos innovadores que tuvieron importantes resultados en la mejora de la experiencia del alumno. Asimismo, se destaca que los buenos resultados deben estar enfocados a la institución como un todo, reconociendo los esfuerzos y logros de sus empleados y actuando de modo inmediato en aquellos aspectos que requieran una pronta atención.

A continuación, Fernando Grosso nos presenta una investigación donde se pone a prueba un modelo enfocado en las competencias que deben tener los líderes, ejecutado en diferentes organizaciones. La esencia de este trabajo es en respuesta a cuando no se cuenta con un patrón claramente

identificado como guía. Luego del estudio de campo realizado, los resultados son alentadores para profundizar los enfoques de competencias que tienden a revertir incipientes resultados negativos o frustrantes en los líderes.

Finalizando, Jairo Emiro Cuenú Cabezas analiza el rol de la delegación para la resolución de conflictos en las organizaciones, empoderar a quien recibe un requerimiento y darle responsabilidad en la estructura jerárquica. Pero también se destaca que delegar es una acción compleja, dado que el grado de compromiso que se requiere de la persona en quien recae esta acción, por lo que los miembros en una organización que deseen delegar deben tener un amplio conocimiento del receptor. La delegación para lograr el cumplimiento de los objetivos de cada empresa, teniendo en cuenta las dificultades que puede acarrear, es una de las responsabilidades organizacionales de quienes toman decisiones en cargos ejecutivos.

De esta manera, EAN promueve la reflexión y el análisis crítico de temas vinculados a problemáticas tanto empresariales como sociales en un contexto de continuo cambio en la forma de vivir y pensar los negocios. Entendiendo el rol protagonista que la investigación debe tener en la sociedad, resaltando el rigor científico y la calidad universitaria, RAIN busca consolidarse como un nexo para los temas prioritarios en el contexto económico y social actual.

Este documento se encuentra disponible en línea para su descarga en: <http://ppct.caicyt.gov.ar/rain/article/view/v6n2a01>

ISSN 2422-7609 eISSN 2422-5282 – Escuela Argentina de Negocios. Este es un artículo de Acceso Abierto bajo la licencia CC BY-NC-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

