

EDITORIAL

Guido Vignoli¹

Las temáticas que se abordan en la presente edición se refieren al comercio minorista, el sector turismo y al vínculo de la educación en cuanto aprovechamiento de la tecnología como así también su relación con la sociedad.

La sección de los trabajos de investigación comienza con el trabajo de Karla María Nava-Aguirre, Alba Alejandra Salazar-Zozaya, Andrea Melisa González-Castillo, Valeria Alejandra Rodríguez-Saldivar y Yarheni Giselle Leyton-Rodríguez, donde se analiza el fenómeno de la globalización en el retail sustentado en dos teorías: la Teoría de Recursos y Capacidades y la Teoría de Capacidades Dinámicas. El trabajo destaca como hecho relevante la experiencia de la alemana Aldi y la chilena Falabella, para luego adentrarse en el caso de la mexicana Cadena Comercial OXXO, teniendo como objetivo principal estudiar los factores que contribuyan al éxito de esta compañía en su proceso de internalización en América Latina.

Siguiendo con esta misma temática, el trabajo de Hernán Toniut busca emplear de manera efectiva los indicadores de gestión (KPIs) aplicados a retail, con el objetivo fundamental de no solo brindar información sino también ser orientadores en las actividades que la organización debe desarrollar. Los indicadores de productividad son instrumentos muy utilizados por las empresas para evaluar el rendimiento el nivel de eficiencia en los procesos. El autor presenta el estudio de caso de un comercio minorista tradicional de la ciudad de Mar del Plata, en el cual en una primera etapa se realizaron entrevistas a informantes claves de la organización y en una segunda etapa, junto a los indicadores propuestos, se utilizaron documentos provistos por la organización. Los tres pilares en los que concentra los indicadores de productividad son: perfil del cliente, productividad de surtido y productividad a nivel de servicio.

El trabajo de María Beatriz Ricci, Juan Manuel Benegas Prado Loyo, Laura David y Horacio Demo busca determinar cuáles son los factores principales que influyen en la elección de un consumidor en base a las marcas de distribución en hipermercados de la ciudad de Córdoba. La investigación denota las fuentes que influyen en la conducta del consumidor hacia las marcas de distribuidores (MDD) en contraposición a la marca de fabricantes (MDF). El estudio estuvo concentrado en la marca propia elaborada por las principales cadenas de hipermercados situadas en la ciudad de Córdoba. Entre las principales conclusiones a las que llega la investigación se destacan que, el éxito en las ventas se vincula con el nivel de exposición del producto.

El siguiente artículo es de Marco Paul Tipanluisa el cual tiene como principal objetivo realizar la valoración financiera de la empresa Santa Isabel Farms. Para ello, el autor emplea el análisis vertical, horizontal y, una muy detallada descripción, de ratios financieros utilizados tradicionalmente en la literatura financiera. El análisis vertical permite al analista precisar la situación de propiedad que existe en la empresa Santa Isabel Farms y al mismo tiempo determinar cuan riesgosa o segura es, pues una participación cercana, igual o mayor al 50% de los acreedores supondrá que terceros poseen, o casi poseen, con deudas a corto, mediano o largo plazo. Por otra parte, el análisis horizontal es menos sistemático que el vertical, pues las comparaciones que establece son de la evolución de una partida en particular, en determinados períodos, y para interpretarla adecuadamente se requiere hacer una valoración vertical para poder completar su comprensión.

Estelbina Esteche, Yanina Gerhard Wasmuth y Marcelino Venialgo Figueredo son los autores del quinto artículo de investigación. En el mismo se plantea cómo los emprendimientos innovadores han ido produciéndose a lo largo

1 Director de RAIN. Secretario de Investigación del Instituto Universitario Escuela Argentina de Negocios (EAN). 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

de la historia; sin embargo, en Paraguay se han convertido en un tema reciente para la educación superior. Entre los aspectos más relevantes, se enfatiza que los jóvenes manifiestan la existencia de variables económicas y sociales que dificultan estos procesos, como ser, la falta de información sobre financiamiento, educación en emprendimiento, marco legal y tributario, tradiciones organizacionales y culturales propias del país.

Abordando el segundo tema de esta edición, referido al turismo, Maribel Adriana Carrasco y Mauro Beltrami tratan la implementación de la Emergencia Turística como uno de los instrumentos de gestión e intervención en destinos turísticos emergentes para minimizar los efectos negativos de las crisis macroeconómicas en la actividad turística. Los autores enfatizan que se requiere profundizar instrumentalmente en la definición del objeto, del alcance y de los mecanismos regulatorios de una declaración de emergencia turística, entendiendo a este concepto en un sentido más amplio e instrumentalmente diseñado para dar respuesta y solución rápida a los municipios bonaerenses.

El próximo artículo es de Brenda Arechederra y Marina Zanfardini quienes analizan el valor de marca de los hoteles de 4 y 5 estrellas en la Ciudad de Buenos Aires a través de los comentarios realizados en redes sociales por parte de los consumidores de dichos servicios. El procedimiento aplicado es el de minería de textos, que permite analizar este tipo de información no estructurada. Sobre la premisa que los turistas utilizan cada vez más la información obtenida por el eWOM (electronic Word-of-mouth) para tomar decisiones de viajes y configurar sus percepciones e imágenes sobre los servicios turísticos, éstos pueden reflejar abiertamente sus opiniones sobre los servicios o buscar información a partir de comentarios de otros usuarios. Las autoras indica que una de las tendencias en el marketing digital del sector hotelero es que los potenciales compradores visitan cada vez más las páginas de viajeros durante el proceso de compra, para hacer revisiones de los comentarios y obtener información brindada por otros usuarios. En particular, las variables que más destacan son la imagen percibida, la calidad y la lealtad hacia la marca.

Sobre la tercera temática vinculado a la educación, Alfredo Guzmán Rincón presenta su trabajo sobre la gamificación como estrategia didáctica en el contexto de la Educación Superior. La literatura evidencia tres líneas de investigación ampliamente documentadas sobre la gamificación en el escenario de la educación superior. Como puntos destacables de la investigación se observan el fortalecimiento de competencias disciplinares de las áreas económicas y administrativas y la reducción del nivel de estrés en escenarios de evaluación y la formación de nuevos hábitos.

La sección de artículos de divulgación inicia con Mirna Sanabria Zotelo quien expone en su trabajo el rol de las comunidades de prácticas. En este contexto han surgido varias teorías sobre el aprendizaje y entre ellas se encuentra una teoría de aprendizaje social muy interesante: las comunidades de práctica. La finalidad de una comunidad de práctica es la de hacer explícita la transferencia informal de conocimiento, ofreciendo una estructura formal que permite adquirir más conocimientos a través de las experiencias compartidas dentro del grupo.

Finalizando el actual número de RAIN se presenta el trabajo de Cristian Marcantonio el cual presenta el proyecto Deposolidario realizado en el marco de los proyectos de acción comunitaria de EAN en alianza con la Fundación Argentina del Deporte (FUNADEP). Se destaca la participación de los alumnos en el proyecto que han podido modelar actitudes prosociales e incluso reflexionar en los valores de FUNADEP permitiéndoles formarse de manera integral como futuros profesionales de recursos humanos.

Este documento se encuentra disponible en línea para su descarga en: <http://ppct.caicyt.gov.ar/rain/article/view/v6n1a11>

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/>)

