

Editorial

Uno de los retos estratégicos de nuestra economía, y dentro de ella, de todos los agentes que intervienen en su dinámica, es el acceso a nuevos espacios globales que permitan poner a disposición del entorno internacional todas las nuevas ideas, productos, servicios, procesos, entre otros, que son generados en un contexto interno marcado por la creatividad o innovación propia de la idiosincrasia local. Dentro de esa dinámica, y con el propósito de que esas nuevas ideas tengan una aplicabilidad que pueda asegurar su escalabilidad sostenida, resulta trascendente que respondan a procesos sistemáticos y proyectos de investigación y desarrollo, que por situación natural, tienen como unidad gestora de base a las instituciones de educación superior. En ese sentido, la Universidad EAN ha entendido, desde hace varios años, la importancia de incorporar dentro de su accionar espacios que permitan que todo el conocimiento que se genera en su interior pueda estar disponible o ser sometido a consideración, en escenarios internacionales que brindan cada vez mayor acceso a toda la comunidad académica.

Según lo descrito, resulta relevante también, generar herramientas de divulgación que permitan conocer nuevas posturas, opiniones y resultados de investigación, que estén relacionados con la forma en que se puede intervenir en el escenario competitivo internacional o con las estrategias que pueden ser aplicadas en el entorno PyME nacional para mejorar el acceso a espacios de carácter global. En línea con lo anterior, esta nueva edición de la Revista EAN ha concentrado su esfuerzo en divulgar análisis relacionados con la competitividad internacional, por ejemplo, de países estratégicos como China y Estados Unidos, y en variables que pueden resultar determinantes en el desarrollo de un entorno competitivo y de impacto, con lecciones aprendidas para nuestro conglomerado empresarial PyME local.

Para este número, en una primera parte, se han incluido discusiones sobre china y su importancia como socio estratégico para Latinoamérica, así como perspectivas sobre el desarrollo de su modelo competitivo desde un enfoque PyME en un ámbito como el colombiano. Por otra parte, pero en la misma línea de divulgación, se evalúan las características diferenciales entre Estados Unidos y Colombia a la luz de variables que también resultan importantes dentro del entorno de competitividad internacional.

Otro de los elementos que se destaca en esta edición es el contexto PyME colombiano, tema de interés permanente para la universidad, sus investigadores y la comunidad académica en general, mediante textos que analizan factores como la formación y potencialización de habilidades blandas o el componente de género..

Para cerrar, y como sello característico de esta publicación, son presentados algunos casos de estudio, que se concentran en revisar la importancia que tienen elementos como la economía digital, la innovación, o la gestión de conocimiento, en la mejora de la actividad competitiva del tejido empresarial, tanto local, como global, teniendo en cuenta el interés que se tiene en encontrar las rutas y variables de mayor impacto, que a través de un trabajo especializado, puedan ser el punto de quiebre de la mejora en la competitividad internacional, dando potencia a la particularidad local.

Como es costumbre, el equipo editorial de la revista pretende que este espacio de divulgación se mantenga como un instrumento para expresar nuevas ideas y líneas de trabajo, que marquen rutas reales de solución para los investigadores y empresarios que hacen fiel lectura de las ediciones. Así mismo, se invita a toda la comunidad académica y científica a continuar postulando a consideración editorial todos sus resultados de procesos de investigación y desarrollo, que dentro el enfoque gerencial de la revista, puedan contribuir a mejorar procesos o a generar nuevas ideas, que al final se constituyen en la esencia de la actividad académica, y en la misión de todas las instituciones de educación superior, que buscan generar nuevo conocimiento aplicado, útil y que tenga impacto real, es decir que produzca transformación.

H. Mauricio Diez Silva
Editor Revista EAN