

# Editorial

Dentro del ámbito empresarial, el concepto de sinergia empresarial se puede asociar con la idea de trabajo cooperativo, llevado a cabo por dos o más empresas, que buscan un objetivo común y un efectivo aprovechamiento de los recursos disponibles, en pro de la consecución de metas compartidas. En ese sentido, se podría afirmar que dichas actividades cooperativas estimulan a que las organizaciones que deciden unir esfuerzos, también deban generar estrategias innovadoras de gestión, para que el trabajo conjunto resulte mucho más efectivo que el accionar individual.

No obstante, dado lo amplio e interesante de este concepto, y las diversas aplicaciones que con su implementación podrían generarse, pueden plantearse a partir de él una serie de inquietudes que conduzcan a una meditación más compleja acerca de la exploración de formas alternativas de aplicación de esta noción. Es por lo anterior que en esta nueva edición de la Revista EAN se ha pretendido recoger un conjunto de estudios y reflexiones en los que se puedan evidenciar diferentes elementos, teóricos o de aplicación, del concepto de sinergia empresarial, revisada desde distintos puntos de vista y estudiada en contextos diversos.

De esta manera, en esta nueva edición de la revista, el lector podrá encontrar algunos referentes de sinergia como elemento base dentro del entorno competitivo, tales como un análisis del desempeño de algunas empresas españolas en el ámbito de la economía informal; la aplicación de la metodología *Lean Startup* con el fin de emprender, y así mismo evitar el desperdicio de recursos, tiempo y esfuerzo; la revisión de la aplicación de tácticas ante las fuerzas competitivas en el sector de las mipymes en Santa Marta —Colombia—; un análisis comparativo del desempeño financiero de los sectores agropecuarios de Colombia y Brasil; el uso de la lógica difusa para evaluar la viabilidad de las empresas y finalmente, el empleo de modelos estadísticos que midan la eficacia del marketing digital.

Por otra parte, se pueden apreciar también en esta edición, algunos trabajos de investigación que relacionan el concepto de sinergia con dinámica propia de la empresa, pero también con el entorno social, entre los que se cuentan un análisis del clima organizacional y el ambiente laboral, como factores determinantes dentro del desarrollo del emprendimiento; la puesta en marcha de emprendimientos sociales a través del desarrollo de comunidades colaborativas y la adquisición de habilidades gerenciales por parte de madres cabeza de familia dedicadas al comercio.

Como siempre, el equipo de la Revista EAN, y de la unidad de publicaciones de la Universidad EAN, espera que el material de esta nueva edición se constituya en un aporte que resulte significativo, y aplicado, no sólo para el ámbito académico, sino para el empresarial, y que sea a su vez una contribución a los temas de actualidad en el campo de la economía y los negocios.

Bienvenidos y que disfruten su lectura.

H. Mauricio Diez Silva  
Editor Revista EAN