

EDITORIAL

Jorge Isaac Lechuga Cardozo
Magister en Administración de Organizaciones
Universidad Simón Bolívar

En la actualidad la educación en Colombia, está dando un giro significativo en los diferentes niveles de formación y contextos de nuestro país, lo cual se refleja en unas competencias que han pasado a un carácter transversal como: Emprendimiento, investigación, e inglés, las cuales se han constituido un factor de interés y estudio, para la obtención de acreditaciones y registros calificados de los programas académicos, de modo que la Universidad Simón Bolívar, ha enfatizado e involucrado dichas competencias en el modelo de formación profesional integral, tomando como referente la pertinencia con el sector productivo. En este volumen tres (3), correspondiente a 2013, los estudiantes en orientación con los docentes investigadores han aunado esfuerzos presentando productos de investigación, fomentando la cultura científica e investigativa, mostrando resultados de sus experiencias en diferentes áreas de conocimiento de las ciencias económicas.

Ahora bien se presenta el primer artículo resultado de revisión bibliográfica, en torno a la definición y conceptualización del Marketing, se fundamentó en la revisión documental de fuentes secundarias como artículos de revistas indexadas, para extraer argumentos que permitieran desarrollar un análisis de los diferentes conceptos, se obtuvo como resultado la identificación de una noción de marketing; como “los actos necesarios que permiten introducir un producto en el mercado, existen técnicas que se utilizan dentro

de este aspecto como son las de la comercialización y la distribución, ya sea de un producto o un servicio que se le ofertan a los diferentes consumidores o demandantes”.

Seguidamente se presenta un segundo artículo derivado de una investigación desarrollada en marco del programa de semilleros de Investigación, que tuvo como objetivo la postulación de estrategias que permitieran desarrollar la investigación formativa dentro del programa de Administración de empresas de una institución de educación superior en Barranquilla. Se obtuvo como resultado la definición de cinco líneas estratégicas puntuales (pedagogía, publicidad, motivación, recursos y vínculos), para fomentar e instaurar una cultura investigativa es a través de la relación docente-estudiante-entorno.

Por otro lado se presenta el tercer y cuarto artículo de investigación, productos de un estudio del Modelo de Negocio tiendas de barrios en la ciudad de Barranquilla. Donde se realizó una comparación de la tienda de barrio tradicional versus el formato de tienda de barrio de una cadena comercial, en el sector norte de la ciudad de Barranquilla. Se encontró que uno de los principales motivos de compra son los precios económicos y accesibles igual que los productos fraccionados, los puntos de venta estudiados coinciden en que los consumidores se encuentran satisfechos con el servicio. No obstante las cadenas gozan de mayor competitividad en términos de capacidad para contar con marcas propias, mientras que las tiendas de barrios direccionan sus esfuerzos de marketing hacia el servicio. Del

mismo modo se analiza la implementación de las estrategias de marketing de los tenderos utilizadas para mantener y fidelizar a sus clientes.

A continuación se muestra el quinto artículo producto de una investigación cuyo objetivo es diseñar un programa de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial amparado bajo la norma de Responsabilidad Social SGE 21: 2008. El diseño de investigación fue no experimental, transaccional descriptivo, la técnica de recolección de datos fue la encuesta. La población corresponde a trabajadores de la compañía Inspectorate Colombia Ltda., de Barranquilla, se demuestra que la responsabilidad social constituye un factor decisivo para demostrar el cumplimiento de los compromisos adquiridos por la organización, con miras al mejoramiento e implementación de programas y actividades socialmente responsables.

Así pues en el sexto artículo de investigación cuyo objetivo estuvo enfocado en analizar la participación del talento humano en el sistema de gestión de calidad (SGC) de una empresa dedicada a la prestación de servicios en el sector de las telecomunicaciones, aplicados en la prestación del servicio al cliente, se tiene como resultado una serie de nuevos conceptos básicos que funcionan como base para la gestión de cambios en los modelos gerenciales referentes a la gestión de las relaciones con el cliente interno.

Luego en el séptimo trabajo, se expone un ensayo de los estudiantes del programa de contaduría pública que tuvo por objetivo, analizar al contador público y sus acciones de responsabilidad social en las empresas, de Colombia, a través de un análisis con apoyo

en teorías y experiencias de contadores de diferentes empresas de servicios, en Colombia, se consultó, en fuentes secundarias, (Libros, artículos, y bases de datos), bajo la perspectiva personal de los autores, se concluyó que los contadores Públicos, además su formación profesional, deben ceñirse a las políticas empresariales y al código de ética, lo es primordial para su desempeño en una Organización.

Finalmente se muestra un ensayo argumentativo de un estudiante del programa de Comercio y Negocios Internacionales cuyo objetivo fue analizar las prácticas de responsabilidad social en la empresa Coca Cola Femsa, de Colombia, a través de un análisis de la revisión teórica y estudio de las acciones y prácticas de responsabilidad social, se encontró como resultados que la empresa cumple todos los requerimientos de la norma CEMEFI, además que han recibido reconocimientos por su labor en RSE durante varios años consecutivos. Se concluyó que existen empresas que se han adherido voluntariamente a los principios y valores de la RSE, dando así cuenta de los avances realizados en los distintos componentes de la RSE a través de la integración de metas e indicadores.

EDITORIAL

Jorge Isaac Lechuga Cardozo
Master Business Administration
Universidad Simón Bolívar

Nowadays education in Colombia, is giving a significant shift in the different training levels and contexts of our country, which is reflected in skills which have become a transversal character: Entrepreneurship, research, and English, which is reflected in skills which have become a transversal nature like: Entrepreneurship, research, and English, which have been a factor of interest and study, to obtain credentials and records of qualified academic programs, so the Universidad Simon Bolivar, has emphasized and those powers involved in the model of integrated vocational training, taking as reference the relevance to the industry.

This volume three (3) corresponding to 2013, students in guidance teachers have joined researchers presenting research products, fostering efforts scientific and research culture, showing results of their experiences in different areas of knowledge of economics.

However it presents the first article results of literature review, about the definition and conceptualization of Marketing. It was based on the document review of secondary sources like articles indexed journals, to extract arguments that would enable an analysis of the different concepts, It was obtained as a result the identification of a concept of marketing; like "Acts necessary to allow placing a product on the market, there are

techniques that are used in this, they are the marketing and distribution, whether a product or service being offered to different consumers ".

Then a second article derived from research conducted in framework of semilleros de investigación is presented, we aimed the application of strategies that would develop formative research within the Business Administration program of an institution of higher education in Barranquilla.

It defining five points' strategic lines (pedagogy, advertising, motivation, resources and links) are obtained as a result, to promote and establish a research culture it is through the teacher-student-environment relationship.

On the other hand the third and fourth research paper products, a study of the Business Model shopping districts in the city of Barranquilla is presented. Where a comparison of the traditional neighborhood store versus a neighborhood store retail chain in the northern sector of the city of Barranquilla was performed.

On the other hand the third and fourth research paper products, a study of the Business Model shopping districts in the city of Barranquilla is presented. Where a comparison of the traditional neighborhood store format versus a neighborhood store retail chain in the northern sector of the city of Barranquilla was performed. It was found that one

of the main reasons for buying are the economic and affordable products like the split, the outlets surveyed agree that consumers are satisfied with the service. Yet the chains have greater competitiveness in terms of ability to have own brands, while neighborhood stores addressed their marketing efforts toward service. Likewise the implementation of the marketing strategies of the shopkeepers used to maintain and retain customers is analyzed.

Then the fifth article is the result of research shows that aims to develop a program of Corporate Social Responsibility Management covered under Social Responsibility standard SGE 21: 2008. The research design was non-experimental, transactional descriptive collection technique data was the survey. The population corresponds to company workers Inspectorate Colombia Ltda., Barranquilla, shows that social responsibility is a critical demonstrate compliance with the commitments made by the organization for the improvement and implementation of programs and socially responsible activities factor.

So in the sixth research article whose objective was focused on analyzing the participation of human resources in the management system (QMS) of a company dedicated to providing services in the telecommunications sector, applied in the provision of customer service has resulted in a series of new basic concepts that serve as the foundation for the management of changes in management models concerning the management of relations with internal customers.

Then in the seventh work, an essay by students in the program public accounting that aimed to analyze the CPA and actions of social responsibility in business, of Colombia, through an analysis based on theories exposed and experiences counters of different utilities in Colombia, was consulted on secondary sources (books, articles, and databases), under the personal perspective of the authors, it was concluded that public accountants, also their professional training, must adhere to corporate policies and code of ethics, it is essential for their performance in an organization.