



Editorial

Escanea en tu dispositivo móvil
o revisa este artículo en:

<http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v7i27.167>

En la actualidad el área administrativa viene trayendo grandes cambios sociales dentro del aspecto laboral y organizacional. Muchas empresas, organizaciones e instituciones están adoptando tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia, la productividad y la experiencia del cliente. Esto puede implicar la implementación de nuevas plataformas de software, la automatización de procesos y la adopción de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y el análisis de datos. Las empresas están prestando más atención a la experiencia del empleado para retener talento y mejorar la productividad. Esto incluye la atención a la cultura organizacional, el bienestar de los empleados y la capacitación y desarrollo continuo.

En cuanto a la RSC, las organizaciones están tomando medidas para ser más sostenibles y socialmente responsables. Esto puede incluir la reducción de la huella de carbono, la adopción de prácticas comerciales éticas y la participación en iniciativas comunitarias. Además, están buscando ser más ágiles y adaptables a los cambios del mercado. Esto implica la adopción de metodologías ágiles, estructuras organizativas más flexibles y procesos de toma de decisiones más rápidos. Se reconoce también la importancia de la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo. Están implementando medidas para garantizar la igualdad de oportunidades y la representación equitativa en todos los niveles de la organización. Sumando y ajustando sus modelos de negocio se encuentran las organizaciones para adaptarse a las cambiantes demandas del mercado. Esto puede incluir la transición hacia modelos basados en suscripciones, la introducción de nuevos canales de venta o la diversificación de productos y servicios.

Por estas razones, la universidad presenta grandes desafíos en las aulas en cuanto a la formación y capacitación del futuro profesional de las áreas administrativas, en sentido, la edición número de la revista Enfoques destaca en su edición número 27, investigaciones relacionadas con el emprendimiento, la influencia del marketing digital y la rentabilidad de las organizaciones, este aspecto son necesario evaluarlos, para ir adaptándose a la nueva realidad organizacional.

Editorial

Por ello, iniciamos la edición con el estudio presentado por Morocho y Flores acerca de las competencias que fomentan el emprendimiento en la educación superior, los autores propusieron determinar la orientación al mercado a través de las actividades de producción y comercialización de microproductores artesanales de nieves en la localidad de Dolores Hidalgo en Guanajuato en México. Donde pudieron establecer que la orientación al mercado en el caso de los fabricantes de nieves se basa en la diferenciación y la producción de sabores exóticos a través de la innovación de los productos como resultado de la comunicación y estrategias elaboradas entre los miembros del negocio familiar.

Seguidamente presentamos el estudio de Rojas, acerca del inventario de las sociedades farmacéuticas para mantener la rentabilidad en Ecuador, aquí se analiza la incidencia de los inventarios para mantener la rentabilidad de las empresas farmacéuticas de la ciudad de Machala específicamente, donde el autor pudo establecer que la rentabilidad de estas empresas indica que son altamente rentable y sus ratios pueden mejorar si se toman estrategias para mejorar los indicadores bajos, el buen manejo, control y capacitación podrá mejorar la gestión de los inventarios y sus resultados serán rentables.

En cuanto al último artículo que se presenta en esta edición tenemos al Purizaca quien realizó un estudio acerca de la Influencia del marketing digital en el comercio internacional del área de ventas de una empresa. planteando como objetivo analizar la influencia del marketing digital en el comercio internacional del área de ventas de la empresa Topi Top S.A, en este estudio se pudo constatar que la influencia del marketing es significativa y juega un papel crucial en la expansión y posicionamiento de la marca en mercados globales.

La edición cierra con un número más a su colección, y satisfecha de poder seguir alcanzando las metas propuestas en cada trimestre con cada publicación. Nos sentimos muy agradecido con los investigadores que hace posible cada edición partiendo de sus contribuciones a esta ciencia. No nos queda más que continuar invitándoles a enviar, compartir y promocionar esta edición dentro de la comunidad administrativa.


Dr. Roger Prado Lafuente
Editor de Revista Enfoque


Centro de Estudios
Transdisciplinarios Bolivia
CET-BOLIVIA