SUMA DE NEGOCIOS

www.elsevier.es/sumanegocios

Editorial

Adaptación de las organizaciones a los cambios del entorno

Adjustment to changes in the environment by organisations

En los últimos años hemos presenciado fuertes trasformaciones del entorno, en distintos ámbitos. En particular, el desarrollo de las TIC que, de forma gradual y creciente, potencia la aparición de redes digitales y procesos que sustituyen las redes sociales tradicionales, por estructuras sociales y actividades alrededor de las redes digitales.

Pasamos de una estructura social que se basaba principalmente en el desarrollo industrial, a una sociedad mediada por TIC, donde el conocimiento y la información toman un papel predominante, denominada por algunos autores, como Castells o Van Dijk, como "sociedad de la información".

Consecuencia de este proceso y del rol fundamental que adquiere la información como un recurso estratégico, las organizaciones como construcción social deben adaptarse. Lo cual puede impulsar cambios en los modelos de negocio, estructuras organizacionales y relaciones con el entorno, entre otros, en procura de identificar estrategias para insertarse de manera exitosa dentro de la economía de la información

En tal sentido, es necesario considerar la influencia de las diferentes variables del entorno para el desarrollo de las organizaciones. Es así que en este número de Suma de Negocios se abordan estas variables desde diferentes perspectivas.

Los distintos puntos de vista de los autores, mediados por su formación y experiencia, permiten al lector aproximarse a la realidad organizacional a través de artículos de investigación, reflexión y revisión, con una postura crítica y rigor metodológico, los cuales pretenden ampliar la visión de fenómenos de actualidad e interés tanto para académicos como para empresarios.

Este número aborda tres secciones. El primer grupo, conformado por artículos de investigación que cubren diferentes temas relacionados con el entorno de las organizaciones. Se presenta un estudio exploratorio respecto a las redes interorganizacionales como un mecanismo de cooperación que permite mayores oportunidades de desarrollo. Por otro lado, se examina la percepción del clima organizacional de instituciones de salud desde la perspectiva de género y su influencia en la satisfacción de los empleados. Finalmente, se hace alusión a los efectos de las variables financieras en las pequeñas y medianas empresas en Colombia.

La sección de artículos de reflexión, cubre variados temas. Desde la perspectiva económica, se presentan las bases para una propuesta de análisis económico en los territorios sujetos a metropolización. Desde la política, se hace un análisis de los elementos críticos de la política turística en Colombia. Asimismo se hace una reflexión sobre el impacto del teletrabajo en la gestión sostenible de las organizaciones y las agrupaciones corales como estrategia de formación de competencias para trabajo en equipo.

En el tercer grupo se encuentran los artículos de revisión, que abordan desde la perspectiva teórica el análisis de conceptos de interés. Para este número se hace alusión al concepto de emprendedor y empresario, la relación entre especialización e innovación en las organizaciones, la identidad organizacional y su influencia en la imagen.

Edison Jair Duque Oliva[a,*]
y Claudia Alexandra Garzón[b]

[a]*Director y Editor en Jefe Suma de Negocios*
Ph.D en Marketing.
Profesor, Universidad Nacional de Colombia
y Universidad Espíritu Santo, Ecuador.
[b]*Editora Asistente Suma de Negocios, Profesora/Investigadora,*
Fundación Universitaria Konrad Lorenz, Colombia

*Autor para correspondencia.
Correo electrónico: ejduqueo@unal.edu.co (E.J. Duque).

2215-910X Copyright © 2015, Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/).
http://dx.doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.001