

El potencial para crear valor



En el editorial del número anterior de Gestión Joven, reflexionábamos sobre el potencial de los modelos de innovación abierta para las empresas en el difícil contexto actual. Entre otros argumentos, apuntábamos que innovar no es sólo llevar al mercado nuevos productos, también es importante la innovación en procesos, en metodologías de trabajo, en prácticas y estructuras organizativas.

Al hilo de estas premisas, os invitamos, una vez más, a reflexionar sobre cuestiones centrales en la economía de la empresa (y entiéndase ésta en sentido amplio) ¿Por qué es tan importante la innovación? En general, si la innovación se torna como un pilar básico para las empresas es por su potencial para crear valor. Las empresas, para sobrevivir con éxito, necesitan crear valor de forma continuada en el tiempo.

Ahora bien, son muchos los interrogantes que emergen al hilo de esta cuestión. ¿Todas las empresas han de preocuparse igualmente por la creación de valor? ¿Hay diferencias en cuanto a las vías posibles de crear valor por tamaño, antigüedad, sector de actividad, localización geográfica? ¿Cómo pueden las empresas de las industrias maduras aumentar el potencial de crecimiento de sus negocios? ¿Con qué bazas juegan las empresas de las economías emergentes para competir en los mercados globales? ¿Cómo pueden los emprendedores conquistar nuevos mercados? ¿Cómo valorar contable y financieramente el valor de una nueva idea o estrategia? ¿Cómo podemos mejorar la medición de aspectos intangibles altamente importantes para la creación de valor, como la reputación o el capital intelectual?

Algunos aspectos contemplados en estas cuestiones han sido abordados por las diferentes contribuciones incluidas en este número. Por ejemplo, uno de los estudios empíricos analiza el impacto de las actividades de producción, organización e innovación en la creación de valor de las empresas. Los autores encuentran claras diferencias entre aquellas empresas centradas en crear valor a través de la producción y aquellas que priorizan la organización y la innovación. Eso sí, la antigüedad y el tamaño empresarial no parecen ser relevantes. Desde el equipo de dirección de Gestión Joven, hemos querido poner de manifiesto estos interrogantes. Creemos que representan algunas líneas clave para los investigadores en contabilidad y administración de empresas y, así, pretendemos inspirar nuevas contribuciones. Por su parte, el equipo de edición de Gestión Joven, en su empeño por mejorar la

accesibilidad y calidad de la revista, ha conseguido la inclusión de la misma en una conocida base de datos, en breve disponible: El Directory of Open Access Journals (DOAJ).

No queremos despedirnos sin agradecer todas las contribuciones recibidas y animaros a disfrutar de las diferentes secciones de este número.

Isabel Estrada
Co-Directora

Alejandro Martínez
Co-Director