

## EDITORIAL

**Carlos de Jesús Fábregas Rodado\***  
**Universidad Simón Bolívar, sede Barranquilla**

En su interés por divulgar los conocimientos científicos de carácter interdisciplinar, la revista *Desarrollo Gerencial* se ha aliado con un grupo de autores comprometidos con la producción de artículos sobre temas de interés actual para el área disciplinar de las ciencias económicas, administrativas y contables, y en desarrollo de ese compromiso ha mantenido la calidad científica y editorial requerida por los lineamientos del Índice Nacional de Publicaciones Seriadas-Publindex. De manera general, la revista ha fortalecido la calidad en la publicación de los resultados de investigación, contribuyendo así a la generación de nuevo conocimiento y al desarrollo de la comunidad científica y de la sociedad.

Acorde con todo ello, en este volumen, el lector se encontrará con diversas temáticas de interés, especialmente en las áreas de Organización y Marketing.

Entre los artículos que integran el área organizacional, se encuentran:

- “Histografía del empresariado en el Alto Magdalena Girardot”, que tuvo como objetivo explorar la historiografía de los empresarios que arribaron a Girardot, provenientes de diversas regiones del país y del mundo a finales del siglo XIX y principios del siglo XX. El conflicto interno que vivió el país para esa época, especialmente en la segunda mitad del siglo XIX, entre liberales y conservadores,

---

\* Coordinador de Investigación del Programa Comercio y Negocios Internacionales.

provocó consecuencias económicas y sociales de incalculable dimensión, pues, no solo atrasó el país en su desarrollo económico sino que causó masivos desplazamientos poblacionales. La ubicación geográfica de Girardot (Colombia) propició la incursión de extranjeros, quienes la percibieron como un territorio de oportunidades y dieron origen a una mezcla cultural que propició una diversidad de prácticas comerciales y marcaron el futuro del municipio.

- “Impacto de los tratados de libre comercio en la economía colombiana”. Artículo de investigación cuyo objetivo consistió en determinar los efectos que han producido los TLC en la economía colombiana. En él se identifican los aspectos positivos, negativos y las acciones que se deben desarrollar a fin de cumplir los propósitos para los cuales fueron firmados estos tratados. La técnica utilizada, que fue la revisión documental, permitió la evaluación de los resultados de la política de libre comercio desarrollada en el país durante la última década. Los resultados muestran que algunos tratados han sido beneficiosos para el país, como el realizado con Chile. Otros, aunque no han sido muy beneficiosos, fueron necesarios, como ocurre con México y Estados Unidos. Algunos otros no han surtido efecto, como la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), Canadá, o han quedado obsoletos como la Comunidad Andina de Naciones (CAN). El artículo concluyó que el país no se encuentra preparado para aprovechar plenamente estos tratados, por lo cual conviene estudiar con mayor detalle la conveniencia de firmar nuevos acuerdos con otros países.

- “Principios en el sector cooperativo de El Espinal-Tolima”, trabajo que parte de la idea de que la nueva sociedad globalizada ha permitido la incursión de nuevos modelos de negocio basados en la asociatividad de sus integrantes y que el desarrollo del modelo cooperativo ha poseído una profunda y emblemática historia que lo ha distinguido desde el mismo momento de su creación. Es así como el desarrollo del pensamiento filosófico propuesto para este sector se enfoca en el desarrollo y arraigamiento de valores y principios pensados en un ideario cooperativo, ya que estos orientan el comportamiento de las personas y las organizaciones cooperativas. El artículo tuvo como objetivo determinar si las entidades del sector cooperativo en El Espinal, departamento de El Tolima (Colombia) cumplen con la aplicación de los principios del cooperativismo. Lamentablemente, sus resultados informan de la escasa formación que reciben los asociados acerca de los principios y gestión cooperativa. Por ello, el equipo investigador consideró necesario fomentar la cultura de formación y apropiación de estos principios, a través de estrategias de divulgación oportunas que fortalezcan la interiorización y aplicación de los mismos, de manera que se produzca un crecimiento económico y social al interior de la empresa.
- “Las estrategias de marketing ecológico en cadenas minoristas: revisión de casos colombianos e internacionales” es un artículo de revisión, en el que se identifican distintas estrategias de mercadeo ecológico que un grupo de cadenas comerciales minoristas con sedes en Colombia han implementado en el plano internacional. Dichas estrategias giran en torno a la forma en que las organizaciones de cadenas minoristas comunican a los consumidores y clientes sus compromisos

medioambientales y la oferta de productos y/o servicios amigables para el medio ambiente. El análisis permitió establecer que las cadenas minoristas pertenecientes a grupos económicos internacionales presentes en Colombia realizan una excelente labor de mercadeo ecológico, mediante una estrategia clara de comunicación a través de sus direcciones electrónicas, labor que muy tímidamente realizan las cadenas comerciales de capital colombiano. De esta manera, se hace evidente que el marketing ecológico es un reto para el consumidor y para las empresas, ya que los dos actores deben emprender en conjunto soluciones para la conservación del ambiente y las sociedades. Además, quedó claro que esta herramienta no sólo consiste en diseñar campañas de comunicación con mensajes ecológicos, sino que, ante todo, debe ser una filosofía que debe impregnar todo el funcionamiento de la organización.

- “Herramientas Computacionales como apoyo a la Gerencia en la estimación del Valor de Financiación para una Utilidad Neta de Capital Deseada. El presente artículo de reflexión de una investigación. Su objetivo fue resaltar la importancia y utilidad que tienen las herramientas computacionales, como alternativa en el análisis y optimización de las utilidades netas de capital. En la actualidad se ha venido presentando un crecimiento acelerado de las PYME en Colombia debido a su participación en el producto interno bruto y a que este tipo de organizaciones ha aportado de manera significativa a la generación de empleos, por lo que resulta vital educar a los gerentes de las pymes y a la banca en el uso de herramientas y metodologías que faciliten el análisis y cálculo de la utilidad deseada y además

ayuden a determinar de acuerdo con los costos y gastos el endeudamiento requerido para el sostenimiento de las mismas.

- “Modelo de gestión estratégica de responsabilidad social organizacional”, cuyo objetivo consistió en diseñar un modelo de gestión estratégica como herramienta administrativa para mejorar la calidad de los procesos y procedimientos en una organización, bajo la perspectiva de la responsabilidad social. El enfoque de responsabilidad social organizacional, apoyado en los *stakeholders* (grupos interesados) y en la teoría del bien común, ha tomado gran un auge en las organizaciones, las cuales han venido articulando los procesos y procedimientos de calidad establecidos por las normas ISO con los postulados de la responsabilidad social. El resultado de la investigación fue la creación de un modelo de sistema de gestión y de responsabilidad social, concluyéndose que los enfoques actuales relacionados con responsabilidad social organizacional están enfatizando en la búsqueda de puntos de convergencia de intereses, de tal manera que los beneficios económicos y sociales no solo lleguen a los inversionistas, los propietarios de las empresas o los directivos, sino que también toquen las expectativas de los usuarios, beneficiarios, clientes (internos y externos), la comunidad y, en última instancia, la sociedad del planeta, si en realidad se quiere lograr un desarrollo sostenible

En el área de Marketing, está incluido el artículo:

- Relación proveedor de servicios farmacéuticos con sus clientes: una mirada desde el marketing relacional en el departamento de sucre. En la actualidad la relación con el cliente se ha convertido en elemento imprescindible en la competitividad de

las organizaciones. El artículo en mención consideró la percepción que el cliente tiene con respecto a los productos y servicios prestados por el sector farmacéutico dejándose evidenciar los valores diferenciadores ofrecidos a los clientes y como estos contribuyen a brindar un servicio de calidad.

Invitamos a los lectores, investigadores, colaboradores, empresarios y a la comunidad científica en general a consultar y referenciar en sus investigaciones y publicaciones los artículos de la revista *Desarrollo Gerencial* de esta edición, esperando que las temáticas expuestas aporten elementos para nuevas investigaciones.

## EDITORIAL

**Carlos de Jesús Fábregas Rodado\***  
**Universidad Simón Bolívar, sede Barranquilla**

*Desarrollo Gerencial journal*, which seeks to disseminate scientific knowledge of interdisciplinary character, has partnered with a group of authors that are committed, as it is, to the production of research papers about topics of current interest in the field of the economic, administrative and countable sciences; and in the development of that commitment, this scientific journal has maintained its scientific and editorial quality required by “Índice Nacional de Publicaciones Seriadas-Publindex” guidelines. In a general way, *Desarrollo Gerencial journal* has strengthened quality in the publication of the results of the research, contributing this way to the generation of new knowledge and to the development of the scientific community and society.

Accordingly, in this volume, the reader will find diverse interesting topics, especially in the areas of Organization and Marketing.

Among the research articles on the organizational area are:

- “The history of the business community in “el Alto Magdalena Girardot”. The aim of this research project was to delve into the history of businessmen who settled in Girardot, coming from different regions of the country and the world, at the end of the 19th century and the beginning of the 20th century. The internal conflict that the country lived at that time between Liberals and Conservatives, especially in the second half of the 19th century, between liberal and conservative, caused economic

---

\* Coordinador de Investigación del Programa Comercio y Negocios Internacionales.

and social consequences of incalculable dimension, since it does not only set back the economic development of the country, but it also caused massive population displacements. The geographical location of Girardot (Colombia) contributed to the incursion of foreigners, who perceived it as a territory of opportunities; this fact gave rise to a cultural mixture which led to a diversity of business practices and shaped the future of the municipality.

- “Impact of the agreements of free commerce in the Colombian economy”. Article of investigation which target consisted of determining the effects that the TLC have produced in the Colombian economy. In him there are identified the positive, negative aspects and the actions that must develop in order to fulfill the intentions for which were signed these agreements. The used skill, which was the documentary review, allowed the evaluation of the results of the politics of free commerce developed in the country during the last decade. The results show that some agreements have been beneficial for the country, as the realized one with Chile. Others, although they have not been very beneficial, they were necessary, since it happens with Mexico and the United States. Some others there is no mixed effect, as the European free trade association (EFTA), Canada, or has remained obsolete as the Andean Community of Nations (DOG). The article concluded that the country is not prepared to make use fully of these agreements, for which it is convenient to study with major detail the expediency of signing new agreements with other countries.



- “Principles of the co-operative sector in the municipality of “El Espinal” in Colombia”. This project is based on the idea that the new globalized society has allowed the incursion of new business models founded on the association of the co-operative members and that the development of the cooperative model has a deep and emblematic history that has distinguished it from the same moment of his creation. That is how the development of the philosophical thought proposed for this sector focuses on the evolution and rooting of values, as well as co-operative principles, since they guide peoples’ behavior and the co-operative organizations.
- “The strategies of ecological marketing in retail chains: review of Colombian and international cases ” is an article of review, in which there are identified different strategies of ecological marketing that a group of commercial retail chains with head offices in Colombia have implemented in the international plane. The above mentioned strategies turn concerning the form in which the organizations of retail chains communicate to the consumers and clients his environmental commitments and the offer of products and/or amicable services for the environment. The analysis allowed establish that the retail chains belonging to international present holdings in Colombia realize an excellent work of ecological marketing, by means of a clear strategy of communication across his electronic directions, work that very timidly the commercial chains of Colombian capital realize. . This way, it makes to him clear that the ecological marketing is a challenge for the consumer and for the companies, since two actors must tackle as a whole solution for the conservation of the ambience and the societies. Also, it remained clear that this tool

not only consists of designing campaigns of communication with ecological messages, but, first of all, it must be a philosophy that must impregnate all the functioning of the organization.

- Computational tools as support for Management in the estimation of the Value of Funding for a net income of assets expected. The aim of this research article of reflection was to highlight the importance and utility of computational tools as an alternative in the analysis and optimization of net income assets. At present, Small and Medium-sized enterprises (PYMES) in Colombia have shown an accelerated growth, due to their participation in the gross domestic product and that this type of organizations have contributed in a significant way to the creation of employments. For this reason, it is vital to educate managers of Small and Medium-sized enterprises as well as the banking in the use of computational tools and methodologies which facilitate analysis and calculation of the expected income; in addition, that they help to determine the debt required for their maintenance in accordance with costs and expenses.
- “Model of strategic management of corporate social responsibility”. It aimed at designing a model of strategic management as an administrative tool to improve the quality of the processes and procedures in a company, under the perspective of social responsibility. The approach to corporate social responsibility has acquired significant relevance within the organizations, supported on stakeholders and based on the theory of the Common Good; due of this, the organizations have been articulating quality processes and procedures established by ISO guidelines with the principles of social responsibility. The result of the research project was the

realization of a management system and corporate social responsibility model. It was concluded that the current approaches related to corporate social responsibility are emphasizing on the search of points of convergence of interests, in such a way that economic and social benefits are not unique to investors, owners of companies or managers, but also to users, beneficiaries, clients (internal and external), the community and, ultimately, to the world's society, if a sustainable development really wants to be achieved.

- The relationship between pharmaceutical services providers and their clients: a look from relationship marketing in Department de Sucre. At present, the relationship between pharmaceutical services providers and their clients has turned into an essential element in the competitiveness of the organizations. This research article considered the customer's perception with regard to products and services provided by the pharmaceutical sector, showing the differential values offered, as well as the way these contribute to offer a quality service.

We invite the readership, investigators, collaborators, businessmen and the scientific community in general to consult and to index in his investigations and publications the articles of the magazine Managerial Development of this edition, hoping that the exposed subject-matters should contribute elements for new investigations.