

PRESENTACIÓN

En este número de la revista *Gestión y Estrategia* se condensan los esfuerzos de quince años del Departamento de Administración y de la voluntad cardinal de los profesores Luis Inostroza Fernández, Jaime Ramírez Faundez y Víctor Cuevas Ahumada. También en esta larga lista de colaboradores destaca la labor de Elvia Espinosa Infante y de Arturo Sánchez Martínez, como pilares de este proyecto de investigación y difusión del conocimiento administrativo y organizacional. No se puede soslayar en este recuento, el apoyo brindado por los jefes de Departamento y de los órganos de decisión unipersonal de la UAM-Azcapotzalco, sin los cuales esta obra nunca habría visto la luz. Por último, pero no de menor importancia, es preciso agradecer a los dictaminadores anónimos y a los distintos colaboradores, gracias a los cuales se consolidaron tres lustros de trabajo.

El primer artículo, a cargo de Julián Pablo Laski –consultor argentino–, aborda una modalidad contemporánea del control interno, conocida como el “Modelo COSO”, y sus implicaciones para América Latina. Como reconoce el propio autor, el control ha transitado por diversas conceptualizaciones y maneras de llevarlo a cabo. El recorrido arranca desde la supervisión directa, hasta llegar a versiones muy sutiles en las cuales el elemento central son los valores y la determinación de una serie de no-conformidades con los procesos administrativo y organizacional. Pero el rasgo característico del control en todas las épocas consiste en la reducción de la discrecionalidad del accionar individual. En otros términos, poner una camisa de fuerza a la voluntad de los individuos integrantes de una organización, para consolidar los objetivos estratégicos y tácticos emprendidos por sus poseedores y administradores.

La colaboración subsiguiente, desarrollada por la profesora Cristina Penso D’Albenzio, indaga en torno a la sociedad civil y las relaciones establecidas entre ella y el gobierno vía sus instituciones y organizaciones. La profesora Penso intenta dibujar cuál es el entramado de los actores, los pesos y contrapesos existentes en las relaciones establecidas entre ellos; y sobre todo, hace hincapié en los valores y las actitudes que generan la responsabilidad compartida. El esquema se complementa con la precisión de las reglas de interacción, los mecanismos de gestión y la distribución de recursos. En suma, las relaciones de poder y las capacidades de los actores involucrados en las políticas públicas dirigidas desde el Gobierno se revelan en una especie de ejercicio hermenéutico, con un impacto muy definido hacia determinadas organizaciones promovidas por la sociedad civil. Para probar sus afirmaciones, esta profesora relata algunas experiencias acaecidas en el Distrito Federal de México.

El artículo siguiente, a cargo de quien suscribe la presente, acomete el análisis de una forma de control organizacional sustentada en una serie de avances tecnológicos producidos por la microelectrónica, y etiquetados genéricamente como sistemas de identificación biométrica. Mediante estos mecanismos, se preserva la seguridad y la integridad de los integrantes de una determinada entidad. Quizá, lo más interesante de estos equipos sea el uso dado por ellos a las características antropométricas unívocas del ser humano para validar quién pertenece o no a una organización. De esta forma, se controla el acceso físico a las instalaciones de una empresa y a la información generada en ella. Ahora las claves de acceso se tornan en prácticas extrañas, donde las huellas dactilares se combinan con datos reticulares provistos por el iris del ojo y el tono de voz para permitir el ingreso a una oficina o laboratorio. Estos hechos otrora se pensaban como una buena trama de una cinta de ciencia ficción, pero ahora ya son una realidad. Baste recordar en este sentido, la asignación dada a la tecnología en el ámbito

organizacional, como garante y portadora impecable de un conjunto de reglas, que ya no son cuestionadas, sino simplemente acatadas y reproducidas.

A continuación, el profesor Jorge Rodríguez Martínez adscrito al Departamento de Procesos de la División de Ciencias y Artes para el Diseño (CyAD) lanza un conjunto de ideas orientadas al esclarecimiento de las dificultades implicadas en el desarrollo de nuevos productos. Para tal efecto traza dos ejes analíticos, uno proveniente de la actividad innovadora *per se* y otro de la perspectiva del diseño industrial. Además, cierra el conjunto al plantear dos niveles de análisis, uno de alcance global y otro sustentado en la evolución histórica del diseño y del desarrollo de nuevos productos. El autor conduce el análisis hacia el terreno de la praxis, comparando los casos de Italia y Alemania con el de México. Haciendo énfasis en las debilidades y limitaciones presentadas en este último caso, este investigador destaca el peso preponderante dado a los consumidores en el texto de los estudios de mercado y la consulta, como elementos decodificadores de los distintos lenguajes implicados en el diseño. Así, la tarea del diseñador consiste en interpretar la información proveniente de los clientes de manera correcta y traducirla en uno o más productos tangibles.

Las dos colaboraciones finales de la revista dan continuidad a los planteamientos dados por el profesor Rodríguez. Ambas se mantienen dentro del ámbito de la mercadotecnia, pero con una aplicación distinta. El profesor Murilo Kuschick muestra las distintas fotografías del proceso de transición de herramientas mercadotécnicas propias del sector privado en su incorporación hacia el ámbito político y de Gobierno. El elemento nodal observado por Kuschick es la construcción de estrategias con el objetivo final de abatir la incertidumbre presentada por el contexto. Aunque aquí conviene matizar la propuesta del autor, porque no se pueden asimilar como iguales a los clientes y a los electores o ciudadanos. Cada una de estas categorías tiene sus propias especificidades, que no obstante comparten el ser personas y consumidores de mercados físicos y simbólicos. Las estrategias de atracción y las ofertas -comercial y política- deben ser diferenciadas.

El colofón, lo realizan los profesores Patricia Gudiño Pérez y Arturo Sánchez Martínez, en un documento de naturaleza técnica, pero de especial importancia en el ambiente de los negocios actuales; en este mundo donde lo global y lo local conviven de distintas y extrañas maneras. El tema central apunta hacia el reconocimiento de técnicas provenientes de la antropología y su aplicación acotada en la primera etapa del proceso de mercadotecnia: la investigación de mercados; porque esta fase nutre de información a todos los procesos subsecuentes, desde el diseño hasta la comercialización y el servicio al cliente. En este sentido, se convierte en un ariete estratégico para las organizaciones y especialmente en aquéllas dedicadas al intercambio de bienes y servicios.

Por último, es preciso agradecer a todos aquellos compañeros que de una u otra manera han permitido que este proyecto editorial se mantenga vigente y en una búsqueda permanente de las necesidades de información de empresarios, ejecutivos, académicos, estudiantes y de todas las personas ligadas al ámbito administrativo y organizacional.

Dr. César Medina Salgado
Editor de la revista Gestión y estrategia