

Presentación

Rocío Blanco-Gregory

Las organizaciones se presentan como unidades de carácter social coordinadas, están compuestas por dos o más personas, y funcionan con relativa constancia a efecto de alcanzar una meta o una serie de objetivos comunes. A partir de esta premisa, las empresas productoras y de servicios se configuran como organizaciones. Las personas en las cuales recae la función de supervisar las actividades de otras, teniendo la responsabilidad de que las organizaciones alcancen estas metas, son sus administradores (también llamados gerentes, en concreto, en organizaciones no lucrativas).

El propósito de cualquier organización es ayudar a lograr que los objetivos tengan significado y contribuyan a la eficiencia organizacional. Para el desarrollo de la eficiencia organizacional, con el fin de llevar a cabo los objetivos de la mejor manera posible para alcanzarlos de forma más fácil y eficaz, se tienen en cuenta diversos factores que contribuyen al mejor desempeño de la actividad organizacional.

Los objetivos organizacionales, por tanto, son aquellos que persigue la organización y que surgen de la unión de las personas interesadas en esta. La empresa, como organización, tiene múltiples objetivos, siempre orientando su actividad hacia la calidad total. Dicha calidad total está fundamentada en el comportamiento de la organización dirigido a satisfacer a los clientes a través del uso de un sistema integral de recursos materiales, técnicos y humanos, dando como resultado una serie de productos y de servicios de gran calidad.

Por otra parte, y cuando se habla de microemprendimientos o pequeñas unidades productivas, las políticas públicas de desarrollo local de carácter social y económico están generalmente orientadas a transformar las comunidades en condiciones de pobreza o exclusión, incentivando, a través de proyectos o programas, este tipo de iniciativas en las comunidades más desfavorecidas, como ocurre

en muchos territorios de España e Iberoamérica. Además, el asociacionismo, en este sentido, se entiende crucial y desempeña un papel estratégico como uno de los elementos contribuyentes a la consolidación de los microemprendimientos y a la gestión de organizaciones sociales.

Por último, es importante señalar que la comunicación interna en las organizaciones es una poderosa herramienta cuya principal capacidad es la de integrar a los empleados en la organización, en su desarrollo estratégico y en la consecución de los objetivos que se marcan desde los órganos de la dirección. Es un hecho innegable que la comunicación interna existe siempre entre personas que comparten espacio e intereses comunes. Por lo tanto, cuando desde la dirección de la empresa no se estructura y planifica la comunicación interna, esta se despliega informalmente con el consiguiente perjuicio para el buen funcionamiento de la empresa. Implementar y gestionar los procesos de comunicación interna proporciona la ventaja de manejar una de las herramientas más interesantes para la gestión empresarial.

Este volumen, la *Revista Internacional de Organizaciones* nos ofrece un elenco de artículos científicos de temática muy variada pero cuyo foco particular radica en la creación de pequeñas organizaciones, o lo que conocemos como microemprendimientos, el proceso de creación de empresas y su posterior gestión y la relación de estos procedimientos con un elemento crucial en el funcionamiento y desarrollo de las organizaciones en el siglo XXI como es la comunicación. En concreto, se han abordado temáticas desde diferentes perspectivas metodológicas en torno a aspectos como microemprendimientos e innovación en las organizaciones (empresas familiares, pequeñas empresas...), formas de gestión organizacional en pequeñas y medianas empresas, el valor de la comunicación en el entorno organizacional, empleo de la comunicación y las TIC para el éxito de las empresas, la innovación y la gestión del conocimiento en las organizaciones, o las iniciativas emprendedoras de desarrollo local para la sostenibilidad de las organizaciones, entre otros.

Entre la serie de artículos internacionales que se incluyen en este monográfico, contamos con diferentes temáticas, todas ellas relacionadas con la creación de empresas y su gestión a través, fundamentalmente, de la comunicación. La monografía comienza con un estudio cualitativo de Rocío Blanco y Leonor López («Proceso de creación de empresas de productos agroecológicos y consumo responsable en Yucatán») que plantea la cuestión de que, frente al fenómeno de la globalización y a los evidentes estragos causados al medio ambiente y a las economías locales por las acciones depredadoras de las grandes corporaciones, han surgido en las últimas décadas iniciativas en diferentes países que se presentan como una alternativa que ha encontrado un nicho de mercado, representado por un

tipo de consumidores con un perfil diferente de los consumidores tradicionales, y que se inscriben dentro de la corriente del denominado «consumo responsable», exponiéndose el caso acontecido en el estado mexicano de Yucatán. El segundo artículo, de Ángel José Olaz y Pilar Ortiz («Discapacidad y emprendimiento. Un estudio cualitativo desde una perspectiva competencial»), trata de identificar las dimensiones y los aspectos competenciales que favorecen y/o limitan la actividad emprendedora de las personas con discapacidad desde una perspectiva metodológica cualitativa. El tercer artículo, de Rafael Robina y Libertad Moreno («Gestión de políticas de sostenibilidad en organizaciones académicas: el caso de la Universidad de Extremadura»), trata de poner de manifiesto la gestión de políticas de sostenibilidad en las organizaciones académicas, utilizando como caso de estudio la Universidad de Extremadura, e identificando los factores más relevantes al desarrollar la conciencia medioambiental de los estudiantes en las áreas concretas de empresa, finanzas, economía y turismo, analizando, para ello, tres factores concretos: la formación de profesores (FP), las actividades de concienciación medioambiental (ACM) y la incorporación de competencias medioambientales transversales (CMT). El siguiente artículo («Las emprendedoras en el medio rural. El caso de estudio del Somontano aragonés»), realizado por Celia Serrano, Diana Valero y Carlos Gómez, se centra en el aumento del autoempleo femenino como una alternativa de incorporación al mercado laboral, proponiéndose como objetivo conocer las posibilidades y experiencias laborales de las mujeres de la zona rural del Somontano (Aragón, España), a través de las voces de quince empresarias. En quinto lugar, Marcelo Sánchez-Oro, José Antonio Pérez y Héctor V. Jiménez presentan una reflexión teórica («Elementos de la gestión organizacional: la racionalidad instrumental y sus límites. Algunos modelos explicativos») basada en una revisión bibliográfica sobre una aproximación a los diferentes órdenes que se promocionan al socaire de los cambios y las «modas» intelectuales, tratando de dar satisfacción a la curiosidad científica acerca de cuestiones epistemológicas relacionadas con las orientaciones que condicionan las organizaciones dentro del sistema socioeconómico dominante. El sexto artículo de este monográfico («La migración y el desarrollo de emprendimientos: migrantes en familias transnacionales de la Sierra Queretana, México»), de Alejandra Elíizabeth Urbiola, nos traslada al centro de México, haciéndonos ver cómo la migración desde la región de Amealco de Bonfil y Huimilpan hacia los Estados Unidos es un fenómeno que se ha venido observando en forma continuada desde mediados del siglo xx, y que dicho fenómeno ha modificado la división del trabajo en las familias transnacionales. El artículo tiene como objetivo conocer las condiciones de vida de los grupos en familias transnacionales, en particular de las mujeres y los parientes que no migran, y el desarrollo de emprendimientos y em-

presas familiares como alternativas posibles para el uso de remesas. En séptimo lugar, se presenta un trabajo de carácter cualitativo («Microemprendimientos en agricultura ecológica y mercado Slow Food»), de Rocío Blanco, Violante Martínez y M.^a Victoria Sanagustín, sobre emprendedores que, motivados por el consumo de productos saludables y de carácter orgánico en el campo de la agroecología, se han iniciado en sus negocios, basados, principalmente, en la producción y comercialización de este tipo de productos de origen ganadero o agrícola, para conocer la opinión que tienen sobre los productores de su entorno, es decir, sobre la *competencia* en el mercado, indagando sobre la existencia o no de redes sociales e interacción social entre ellos para el desarrollo de sus empresas en el sector de los productos ecológicos, así como mercados o ferias dentro del estado mexicano de Yucatán; El octavo artículo («Análisis del impacto de la innovación, las TIC y el clima empresarial sobre los ingresos de las pymes»), realizado por Antonio Fernández, Mari Cruz Sánchez y Manuel Almodóvar, analiza si la innovación y las TIC apoyan el incremento de los ingresos, a través de las ventas, teniendo en cuenta la percepción sobre el entorno que tienen los responsables de las pymes, considerando la literatura que versa sobre el tema, e implementando un estudio cuantitativo a través de una encuesta realizada a 250 pymes de la región española de Extremadura, concluyendo, entre otras cuestiones, que la innovación y las TIC tienen un impacto positivo en el incremento de las ventas de las pymes y, por lo tanto, las empresas deben incluirlas como parte fundamental de su estructura. El siguiente artículo, elaborado por Sara González y Ángeles Rubio («Gestión del conocimiento y creación de valor a través de *big data* en el sector turístico»), pone en valor las oportunidades que presentan las herramientas digitales para el conjunto de las organizaciones, especialmente las turísticas, y trata de realizar un análisis bibliométrico para conocer el estado de la cuestión en el ámbito académico, para lo que se realiza la combinación de términos como «*big data*», «turismo», «valor» y «conocimiento», referenciados en bases de datos como Scopus, Web of Science y Science Direct, durante el período de 2015 a 2018. El décimo artículo del volumen, de Juan Herrera y Carlos J. de las Heras («Contrato psicológico y compromiso organizacional: un estudio bibliométrico»), realiza un estudio bibliométrico analizando en profundidad un total de 372 artículos procedentes de revistas catalogadas en el Social Science Citation Index (SSCI), Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED) y Scopus. Estas técnicas bibliométricas han permitido analizar y presentar la evolución de las publicaciones de este ámbito mediante indicadores de actividad y de relación. Los resultados obtenidos sugieren que el interés por el estudio sobre el contrato psicológico y el compromiso organizacional se mantiene vigente, aunque no se prevé un incremento importante. Además, se comprueba que la literatura ha abordado las cuestiones

más importantes sobre el contrato psicológico y compromiso organizacional en las organizaciones empresariales, aunque temas tan sensibles como la gestión de la diversidad, repercusión en la igualdad de género o aspectos sobre la cultura organizacional son prácticamente testimoniales. Y, en último y undécimo lugar, se cierra la presente monografía con un trabajo de Laura Martínez, María Ripollés y Andreu Blesa («Una propuesta didáctica para la creación de microempresas. La Escuela para Emprender»), que incide en la importancia del papel de la formación para el éxito de los microemprendimientos, donde se argumenta la importancia no solamente de la formación en emprendimiento, sino de la metodología didáctica utilizada siempre y cuando contribuya al desarrollo de la habilidad de reevaluación del emprendedor, que es la que tiene una influencia significativa en el desarrollo de la capacidad dinámica de adaptación. En este sentido, se expone cómo las metodologías didácticas basadas en la experimentación de procesos que permiten diseñar, validar, medir y aprender del mercado facilitan en los emprendedores el desarrollo de la habilidad de reevaluación.