

La revista INNOVAR inicia el año 2013 presentando cinco secciones: Investigación colombiana, Gestión y organización, Marketing, Economía y desarrollo, y finaliza este número con dos casos de enseñanza.

El artículo titulado "Aportes teóricos para la gestión y política de innovación en función de la ciudadanía", que compone la primera sección, intenta resolver, mediante un proceso de investigación reflexiva –y teniendo como premisa que la innovación es tanto un fenómeno económico como social– el siguiente interrogante: ¿Cómo hacer que la innovación se deba a la ciudadanía? Para responderlo, accede a una perspectiva filosófica y realiza un conjunto de reflexiones respecto a la gestión y a la política de innovación.

En la segunda sección se incluyen dos artículos. El primero de ellos sugiere como conclusión que en países en desarrollo en los cuales se enfrentan a diferentes tipos de limitaciones, las empresas grandes y las medianas se pueden fortalecer gracias a procesos de extracción de conocimientos provenientes de la competencia y de aquellas organizaciones que no pertenecen a su mismo sector, pero con las cuales hacen intercambios. Respecto al segundo artículo, este analiza los efectos generados por diferentes recomendaciones orientadas a aumentar la información previsional proveniente de las diferentes

empresas, dado que se presuponía que esta circunstancia conllevaría beneficios mutuos para todas las organizaciones involucradas en este proceso.

En la sección de Marketing se presenta a la consideración de los lectores una investigación que incursiona en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas, en un contexto de evaluación de diferentes efectos en diversos escenarios, como visitas de clientes potenciales al sitio web adherido y volumen de ventas, entre otros.

Se genera una valiosa combinación de artículos incluidos en este número con el titulado "Causalidad entre turismo y crecimiento económico de largo plazo: una revisión crítica de la literatura econométrica", un buen aporte para la sección Economía y desarrollo, en el cual se analiza un grupo de estudios econométricos que abordan la problemática de la relación de causalidad existente entre el turismo y el crecimiento económico visto desde el largo plazo.

Reafirmando lo interesante del conjunto elegido para este número, se exponen dos casos de enseñanza: "Subaru XV: una estrategia de comunicación y mercadeo para la organización Y", al igual que "El Parque Nacional del Café", temas sobre los cuales no queda la menor duda de la importancia que tendrán en las aulas de clase.

GLORIA I. RODRÍGUEZ L. Ph. D.

Directora y editora general - INNOVAR

*Profesora asociada de tiempo completo
Escuela de Administración y Contaduría Pública
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá*

INNOVAR Journal begins 2013 by presenting five sections: Colombian Research, Management and Organization, Marketing, Economics and Development, and ends this issue by including two teaching cases.

The article in the first section entitled "Theoretical Contributions for Innovation Policy and Management in Terms of the Citizenry" aims to resolve the following question, by means of a reflexive research process and based on the premise that innovation is both an economic as well as social phenomenon: how to make innovation originate with the citizenry? To respond to this question, the article makes use of a philosophical perspective and sets forth a series of reflections on management and innovation policy.

The second section includes two articles. The first suggests as a conclusion that in developing countries faced with different types of limitations, large and medium-sized enterprises can be strengthened through processes for extracting knowledge from the competition and from organizations that do not belong to the same sector but with which there is an exchange of information. The second article analyzes the effects from diverse recommendations aimed at increasing forecasting information from

the different companies, given the supposition that this would create mutual benefits for all of the organizations involved in this process.

The Marketing section presents research on corporate social responsibility, in the context of the evaluation of different effects in diverse scenarios, such as visits by potential customers to the associated website and sales volume, among others.

This issue includes the article entitled "Causality between Tourism and Long-term Economic Growth: a Critical Review of the Econometric Literature", which constitutes a valuable contribution to the economics and development section, and in which a group of econometric studies is analyzed dealing with the problem of the causal relationship between tourism and economic growth as viewed over the long term.

Reaffirming what is interesting about the set of articles selected for this issue, two teaching cases are presented: "Subaru XV: a Communication and Marketing Strategy for Generation Y" and "El Parque Nacional del Café" (The National Coffee Park), topics that will be of undeniable importance in the classroom.

GLORIA I. RODRÍGUEZ L. Ph. D.

Director and General Editor - INNOVAR

Full-time Associate Professor

School of Administration and Public Accounting

Economic Sciences Faculty

Universidad Nacional de Colombia, Bogotá campus