

UNIVERSIA BusinessReview

CARTA DEL DIRECTOR

La Revista UNIVERSIA BUSINESS REVIEW en su primer año ha logrado un relevante nivel de calidad en sus trabajos y una gran aceptación -con una tirada de mas de 34.000 ejemplares- consecuencia del trabajo de los autores que tratan de trasladar a quienes tienen la responsabilidad de dirigir empresas ideas y desarrollos innovadores ,al mismo tiempo que se ha conseguido la participación de directivos y empresarios, con trabajos que bien analizan un problema o presentan un caso que es de gran utilidad para el mundo de la docencia e investigación.

Los resultados alcanzados nos animan a profundizar en los objetivos de la revista, el hacer que las investigaciones en las áreas de empresa lleguen a los responsables de ésta y que los directivos y empresarios transmitan sus experiencias e inquietudes.

El vigor y desarrollo de la empresa española, en los últimos años, nos permite superar una visión pesimista sobre nuestras capacidades empresariales y directivas. Ello se ha reflejado tanto en el rápido y creciente proceso de internacionalización, como en la innovación llevada a cabo por la empresa española en los últimos años. En este punto se hace necesario centrar la atención no tanto en las demandas de aumentos de inversiones publicas en I+D , sino en revisar los sistemas de transferencia de conocimientos a innovación, en cómo transformar los resultados de la investigación en actividad económica. Las empresas deben ser el agente dinamizador del proceso de investigación, desarrollo e innovación de nuestra economía.

El reto de la Revista para el próximo año es conseguir una mayor participación del mundo Iberoamericano, de sus profesores y directivos. Para ello en fecha próxima se editara un número de la revista en Portugal, contando con profesores y empresarios de dicho país. Con ello se pretende reconocer la relevancia para la empresa del gran espacio del mundo que habla portugués y/o español, integrando la visión ibérica en el mundo iberoamericano.

En la carta de presentación del número, José Ignacio López Sánchez -Subdirector de la Revista- hace una breve historia del primer año de la misma, de los logros, inquietudes y proyectos. José Ignacio López Sánchez ha desarrollado un excelente trabajo que se refleja en los resultados alcanzados y en los proyectos de futuro. Responsable del desarrollo de la Revista, de su realización material, a él se deben las mejoras de calidad, los materiales en la presentación de la misma y en su divulgación. Impulsados por la presión de las exigencias de calidad de los evaluadores, hemos sentido la necesidad de animar mejoras en los trabajos, de mantener unos niveles de exigencia, aunque muchas veces no se acierte plenamente. Es para mí una gran satisfacción agradecer el trabajo bien hecho del Subdirector siempre dispuesto a desarrollar iniciativas que hagan posible la mejora del producto Universia Business Review.

En este número se recogen trabajos relevantes para nuestras empresas, y de forma especial para las que se han desarrollado en Iberoamérica. El profesor Enrique Bigne coordina un trabajo que analiza la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para el consumidor. Se estudia tanto la

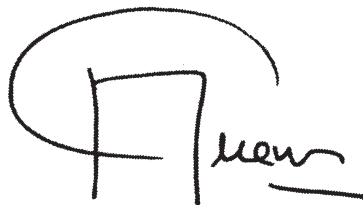
posible influencia de la RSC en la decisión de compra como las variables que determinan una actitud positiva del consumidor hacia la RSC. El estudio se ha realizado en cuatro países: Argentina, Chile, España y Portugal. Anabella Davila y Marta Elvira nos presentan un trabajo que constata que la cultura de trabajo latinoamericana es el producto de un proceso histórico, derivado de una estructura económica, política y social, que afecta al desarrollo de la administración de los recursos humanos en la región. El estudio identifica los valores culturales del trabajo que influyen en las prácticas de recursos humanos para mejorar su administración.

Un trabajo centra la atención en el liderazgo empresarial. Los profesores Custodia Cabanas y Mauro Guillen analizan, un caso relevante, la crisis de Galletas Fontaneda, las dificultades de los directivos para gestionar las relaciones de la empresa con su entorno económico, político y social. En nuestra opinión la solución a la crisis fue posible al contar con excelente empresario capaz de generar confianza, hablo de Juan Manuel González Serna, modelo y ejemplo de iniciativa emprendedora.

El eje de la estrategia competitiva lo constituyen las fusiones y adquisiciones -consolidación sectorial- y la innovación, lo que lleva al profesor Cassiman a analizar el impacto de las fusiones y adquisiciones en la I+D e innovación para sostener que dicho impacto depende de la afinidad tecnológica y de mercado entre la adquirida y adquirente. En este campo de la innovación, de los cambios tecnológicos radicales de uso generalizado, como internet, el profesor Ángel Luis Meroño analiza el empleo del correo electrónico en las Pymes como herramienta de comunicación y gestión del conocimiento, considerando los beneficios de su uso y los problemas a superar en las organizaciones. Las profesoras Mercedes Marzo, Marta Pedraja y Pilar Rivera, del excelente grupo investigador de marketing de la Universidad de Zaragoza, nos presentan un trabajo de la perspectiva relacional en Marketing -mantenimiento de relaciones continuas entre una organización y sus clientes- y la relación beneficiosa mutua que genera. Analizada para el caso del comercio minorista de su tierra.

Finalmente, los Profesores Javier y Oscar González Benito abordan el carácter multidimensional de la implantación de prácticas medioambientales en el ámbito empresarial, identificando distintos perfiles o estrategias de pro actividad empresarial. El Profesor Santiago Barba analiza la crisis que genera la sucesión del máximo directivo en la empresa y como se debe gestionar la misma. Tema central en el sobrevivir de muchas empresas.

Una vez más debemos agradecer el esfuerzo de los autores, la colaboración desinteresada de los evaluadores y la favorable acogida de los lectores que nos animan a enfrentarnos al nuevo año con renovado optimismo para lograr la aceptación por el mercado de Universia Business Review.



Álvaro Cuervo García
Director de Universia Business Review