

## CARTA DEL DIRECTOR

Universia Business Review, en su segundo año, ha alcanzado una tirada de más de 50.000 ejemplares, fruto de la participación de profesores, directivos y empresarios, quienes con sus trabajos analizan problemas o presentan casos de utilidad para el mundo de la empresa, la docencia e investigación. La aceptación alcanzada nos anima 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, al mismo tiempo que los investigadores puedan publicar sus trabajos con un elevado nivel de exigencia y rigor pero pensando en el componente de ciencia aplicada

Desde el inicio quisimos cumplir con los criterios de calidad, internacionalmente aceptados, para contribuir a la supervivencia de la Revista, desde aspectos relativos a la calidad formal (edición e impresión, normalización, organización científica, mecanismos de evaluación de originales, periodicidad) como aspectos indirectos de la misma (naturaleza de las contribuciones, difusión editorial, difusión en bases de datos, pervivencia, apertura institucional) o aspectos de contenido científico (porcentaje de aceptación de originales, colaboraciones, etc.). La revista tiene una página web ([www.universia.es/ubr](http://www.universia.es/ubr)).

Queremos agradecer, muy sinceramente, la labor de los más de 180 profesores doctores que con su trabajo como evaluadores, son la mejor garantía formal del rigor y utilidad de los trabajos de la revista. En este número hemos querido personalizar este agradecimiento en los profesores que han participado en 2005, proponiendo mejoras en los trabajos y garantizando el mantenimiento de los niveles de exigencia, aunque muchas veces no se acierte plenamente. Actualmente la tasa de aceptación de los trabajos presentados es del 44 % de los mismos.

Actualmente UBR está en un proceso de incorporación a las principales bases de datos internacionales para dar mayor

visibilidad a la revista y que esta pueda llegar tanto a los académicos como a cualquier lector que pueda estar interesado en los artículos que se publican. Tenemos que seguir trabajando para mejorar la revista, no podemos olvidar que el fenómeno nacimiento-muerte en proyectos editoriales representa una de las características de las revistas científicas españolas, convirtiéndose la supervivencia en un indicador indirecto de calidad. El lanzamiento de *Universia Business Review Portugal*, el Premio UBR, la incorporación a bases de datos internacionales, la indexación de UBR en los índices de impacto y la mayor difusión en Latinoamérica contribuyen a trabajar en esta línea.

Los trabajos que presentan este número tratan de temas relevantes y actuales. Así, Alonso Mosquera, Lampón Caride y Vázquez describen las principales características del "aprovisionamiento ajustado", y examinan su nivel de implantación en España a partir de varios estudios de caso, analizando cuáles son sus principales retos en el medio plazo a la luz de ciertos factores clave que están modificando el entorno económico.

Los profesores Solé, Eguiguren, Llinás y Pons nos describen la situación de la formación en las grandes y medianas empresas de Cataluña desde el punto de vista organizativo y económico. Como conclusiones cabe destacar la consolidación del departamento de formación en la estructura organizativa, la importancia de la dimensión de las organizaciones y la procedencia de su capital, destacando la importancia de la formación subvencionada como catalizador de las inversiones en formación y el escaso esfuerzo que realizan las empresas para evaluar el impacto económico de dichas inversiones.

La evaluación de la fuerza de ventas es una importante tarea de los jefes de venta, sin embargo poco se sabe respecto a las variables utilizadas, los profesores Kuster y Canales pretenden analizar estas variables en la gran empresa española, poniendo de manifiesto un mayor control de los aspectos cuantitativos y de los aspectos relacionados con el contacto directo vendedor-cliente que en otros estudios analizados.

Los profesores Bravo, Fraj y Matute analizan el grado de aplicación de la estrategia de "Ecologismo de empresa" en el sector de bienes de consumo, así como, las razones que

impulsan a las empresas a ello. Los resultados alcanzados ponen de manifiesto que el grado de aplicación de esta estrategia no es muy elevado. Y destaca el compromiso de la dirección como el principal impulsor de la adopción de las decisiones medioambientales en la empresa.

La norma ISO 9000:2000 sugiere ocho principios para la gestión de la calidad, los profesores Marimon, Casadesús y Heras analizan, a través de un estudio empírico, de qué manera el trabajo del consultor especializado en implantar la norma hace que sus clientes asuman estos principios. Se ha encontrado que aquellos consultores que transmiten mejor el espíritu de la norma son los que más beneficios aportan a sus clientes. Por otra parte, también ellos mismos quedan beneficiados ya que obtienen un alto grado de recomendación.

Con el fin de aumentar la confianza de usuarios y compradores electrónicos se está desarrollando un marco regulador protagonizado por la LSSI (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico) y la LOPD (Ley de Protección de Datos. Los profesores Meroño y Soto analizan el cumplimiento de estas leyes en materia de la información que debe presentarse en el sitio web empresarial.

Muchas empresas españolas están apostando por el outsourcing como herramienta para incrementar su competitividad. Juan A. Zufiria, director general del área de servicios de IBM España, expone las claves para conseguir que esta integración sea un éxito.

Esperamos seguir contando con la confianza de todos: miembros del Comité Científico, Consejo Editorial, evaluadores, autores-colaboradores, empresas y sobre todo de los lectores, tanto de la Universidad como del mundo empresarial. El espíritu de superación continua está y estará presente en nuestro trabajo diario.

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'A' followed by the name 'Cuervo' in a cursive script.

Álvaro Cuervo García  
Director de Universia Business Review