

CARTA DEL DIRECTOR

En este número de Universia Business Review los profesores María Pilar Martínez Ruiz y Alejandro Mollá Descals analizan los efectos intra-categoría de los descuentos de precio promocionales que pueden responder a diversos patrones en función de las características de las categorías de producto promocionadas así como de los descuentos ofrecidos en las mismas. Para ello, estudian la evolución de las ventas de tres categorías de productos de gran consumo durante un año, mostrando cómo los descuentos favorecen el incremento de las ventas de la propia marca, produciendo complejas interacciones sobre las ventas de la categoría. Estos resultados son de gran relevancia para la gestión de precios y descuentos por parte del comercio detallista.

Las Opciones Reales permiten evaluar proyectos en los que el inversor, a lo largo de la vida del mismo y a través de sus decisiones, puede variar el resultado obtenido de la inversión según recibe nueva información. Los profesores Prosper Lamothe y Mariano Méndez, valoran el proyecto de inversión en un Parque Eólico como una Opción Real Compuesta. A través de la combinación de las distintas incertidumbres presentes hallan la volatilidad del proyecto. Concluyendo que independientemente del método de OR usado, recomiendan centrar el análisis en la modelización y captura de las incertidumbres del proyecto, ya que estas son sus principales fuentes de valor.

El trabajo realizado por la profesora Elena Vázquez Inchausti analiza el diseño de los sistemas de evaluación del desempeño de directivos de grandes empresas españolas. A partir de la consideración de las principales decisiones consideradas estratégicas, identifica tres clusters de empresas. Aunque la clasificación recoge la distinción tradicional entre sistemas más basados en comportamientos o en resultados, encuentra algunas peculiaridades del contexto español.

La integración de los proveedores en el ámbito de las decisiones estratégicas de las empresas es un factor fundamental en la consecución de ventajas competitivas. José Antonio Alfaro Tanco, Luis Arturo Rábade Herrero y José Luis Álvarez, analizan cómo la implementación de sistemas de trazabilidad, es decir aquellos procedimientos preestablecidos y autosuficientes que permiten conocer el histórico, la ubicación y la trayectoria de un producto a lo largo de la cadena de suministros en un momento dado, influye en la industria agroalimentaria en las relaciones de integración empresa-proveedor, concluyendo que la trazabilidad actúa como un mecanismo de integración en las relaciones entre la empresa y sus proveedores: si no existen las crea, y si ya existen, las potencia.