

CARTA DEL DIRECTOR

En este número de Universia Business Review Rafael Mateu de Ros analiza como la figura de los consejeros dominicales debe ser no sólo ampliamente reconocida sino potenciada por el ordenamiento jurídico como fórmula de singular eficacia -allí donde sea posible aplicarla- para alcanzar los fines máximos del buen gobierno: la creación de valor, el control de los ejecutivos y la prevención de abusos de poder. Su trabajo pone de manifiesto como el peso de los grandes inversores institucionales -reacios con frecuencia a comprometerse en las funciones del Consejo- es muy elevado, pero en España, además de producirse ese fenómeno de forma similar al de las demás economías occidentales desarrolladas- existe un grado elevado de concentración de participaciones en el capital de las grandes sociedades, en un nivel que es posiblemente el más alto de Europa

Las marcas de distribuidor y las promociones de ventas han experimentado un auge importante en nuestros mercados como consecuencia de una evolución en el consumidor. Las profesoras Isabel Buil, Eva Martínez y Teresa Montaner analizan, a partir de una encuesta, el comportamiento de los consumidores ante las promociones y las marcas de distribuidor y se identifican cuatro grupos con diferentes niveles de respuesta. Los datos del estudio muestran como la utilización de promociones y la compra de marca de distribuidor están relacionadas, y que a pesar de ser adquiridos por un alto porcentaje de la población, existen consumidores poco sensibles hacia estas estrategias.

En los últimos años, los fondos de inversión libre (hedge funds) especializados en energía han suscitado un especial interés tanto a inversores institucionales como particulares al ofrecer un potencial de altas rentabilidades así como una posibilidad de diversificación superior a las inversiones en activos tradicionales de renta fija y variable. José Ramón Aragonés González y Carlos Blanco estudian las oportunidades que ofrecen los fondos de energía así como los riesgos derivados de estas inversiones, a través del estudio de la situación experimentada recientemente por Amaranth Advisors y MotherRock en Estados Unidos.

El enfoque de las opciones reales empieza a ser bien conocido entre los profesionales de la valoración. Las primeras fórmulas de ámbito restringido son ahora reemplazadas por programas informáticos que automatizan potentes y flexibles técnicas numéricas de resolución. Los profesores Susana Alonso, Valentín Azofra y Gabriel de la Fuente ofrecen un análisis razona-

do de las ventajas y fundamentos de este tipo de "motores de valoración", a través de la discusión de las distintas etapas implicadas en el proceso de valoración de las opciones reales.

Las empresas actualmente se enfrentan a un entorno con innumerables cambios, haciendo que tengan que basar cada vez más sus ventajas competitivas en recursos intangibles y, entre ellos, en sus recursos humanos. Por ello, la formación de los trabajadores está recibiendo una especial atención por parte de las empresas. La formación ha de partir de los objetivos empresariales, y se debe planificar para cubrir las necesidades existentes de la misma. Las profesoras Yolanda Salinero Martín y Rosa María Muñoz Castellanos analizan de forma cualitativa y cuantitativa cómo se desarrolla dicho proceso formativo en la práctica empresarial.

El Outsourcing de Sistemas de Información es un fenómeno en crecimiento en las empresas actuales, al que se le ha caracterizado, en general, con un insuficiente nivel de detalle y análisis. Los profesores María Reyes González, José Luis Gascó y Juan Llopis estudian los aspectos que definen un contrato de outsourcing, a través de los resultados de una encuesta llevada a cabo en las mayores empresas españolas, apuntando cuál es el futuro que se vislumbra con respecto al outsourcing y la evolución en los últimos años de muchas de las variables que definen dicha relación.

Los resultados obtenidos por los estudios que han analizado la relación existente entre las orientaciones estratégicas de la empresa hacia el mercado y sus resultados, han llevado a plantear la existencia de variables, como la innovación, que podrían actuar como mediadoras en tal relación. Ramón Rufín Moreno y Cayetano Medina Molina analizan la influencia de la innovación de productos y en procesos en la relación entre las distintas orientaciones estratégicas posibles y el resultado empresarial en el sector de la distribución minorista.

Una vez más queremos agradecer el esfuerzo de los autores, la colaboración desinteresada de los evaluadores, y la favorable acogida de los lectores.

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

Álvaro Cuervo García
Director de Universia Business Review