

CARTA DEL DIRECTOR

Con este número *Universia Business Review* inicia su quinto año cumpliendo fielmente la periodicidad para con nuestros lectores, así como con los criterios de calidad internacionalmente aceptados, para contribuir a la supervivencia de la misma. UBR cumple con los 33 criterios LATINDEX (100%) y los 4 parámetros de calidad sometidos a evaluación por DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas) creado por la ANECA y el CSIC. *Thomson ISI's Products (Social Sciences Citation Index)* continúa evaluando la revista, controlando el cumplimiento de la periodicidad y analizando las citas recibidas. Desde este año 2008, UBR se incorpora a *SCOPUS (Elsevier Bibliographic Databases)* y actualmente UBR se está sometiendo al proceso de evaluación realizado por la Fundación Española para la Ciencia y Tecnología (FECYT) para identificar el grado de calidad de las revistas académicas españolas. Siendo el resultado de la aplicación de evaluación muy positiva (pendiente de confirmación de la evaluación formal).

Queremos agradecer, muy sinceramente, la labor de los más de 200 profesores 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 2007, proponiendo mejoras en los trabajos y garantizando el mantenimiento de los niveles de exigencia, aunque muchas veces no se acierte plenamente. Durante 2007, se han recibido 75 artículos, se han evaluado 69, de los que 20 han sido aceptados y 49 rechazados, lo que lleva a la tasa de aceptación, sobre los artículos evaluados, del 28,99%. En este número, Carlos Giner Vicente y Antonio Muñoz Porcar analizan la eficiencia de los clubes de fútbol de la primera división de España. Presentan como novedad que los datos utilizados son económicos y no técnicos, concluyendo que sólo hay dos empresas eficientes y que el resto de empresas si quieren ser eficientes necesitan conseguir, obligatoriamente, éxitos deportivos que acompañen lo mismo en la gestión económica. También manifiestan que la mayoría de las empresas analizadas podrían disminuir la cantidad de *inputs* utilizados, especialmente gastos de personal y amortización sin que su *output* final (clasificación) se viera afectado.

La disciplina estratégica ha asumido en las últimas décadas la importancia de los directivos en la explicación del comportamiento estratégico de las empresas. Esta asunción se ha traducido en diversas líneas de investigación, como la cognitiva o el enfoque "*Upper-Echelons*", que se han preocupado por estudiar el componente racional, aunque limitado, de los directivos. Sin embargo, han obviado tradicionalmente, aunque con algunas excepciones, un componente que habitualmente se ha catalogado como irracional: sus emociones. En este sentido, Juan Bautista Delgado, Juan Manuel de la Fuente Sabaté y Virginia Blanco Mazagatos intentan avanzar en esta preocupación y descubrir si las emociones de los directivos del sector bancario realmente influyen en la estrategia empresarial.

Miguel Blanco y Santiago Gutiérrez analizan la aplicación exitosa del modelo de Gestión de Calidad Total (GCT) en una empresa dentro del sector de la distribución comercial en España, Mercadona. Este modelo implica un enfoque estratégico, proactivo y global, que puede resultar adecuado para hacer frente a un entorno turbulento y cambiante como el

que afrontan las empresas actualmente. Mercadona ha puesto en práctica el modelo GCT, desarrollando distintas acciones orientadas a satisfacer las necesidades de clientes, empleados, proveedores, sociedad y capital. Gracias al mismo ha conseguido posicionarse en una situación de liderazgo dentro de su sector, así como alcanzar unas tasas de crecimiento y resultados empresariales que han despertado la atención del mundo académico y de la competencia, tanto en España, como en el ámbito internacional.

En un entorno turbulento, las empresas deben emprender actuaciones que permitan mejorar su competitividad. En este contexto, un diseño adecuado de envases y embalajes puede contribuir a llevar a la práctica este objetivo. Más aún, la adopción de unos envases y embalajes eficientes puede ser considerada como una verdadera fuente de ventajas competitivas. Jesús García Arca y José Carlos Prado Prado tratan de mostrar el tipo de acciones que pueden emprender las empresas desde un conocimiento integral de las diferentes funciones que deben satisfacer los envases y embalajes (funciones comercial, logística y medioambiental). Asimismo, se presentan los principales resultados de un estudio realizado por los autores sobre los envases y embalajes del sector alimentario español.

La innovación es un elemento clave para la creación y desarrollo de empresas exitosas, sobre todo para aquellos negocios que se integran en sectores maduros o complejos. Nuria Toledano y David Urbano, adoptando la metodología cualitativa de estudio de casos, analizan los aspectos innovadores que han definido y desencadenado la creación de un nuevo negocio en el sector de la automoción en Cataluña, basado en la concentración de la oferta.

La irrupción de las TIC a finales de los años 90 obligó a las empresas a transformar su estructura organizativa. El sector financiero fue uno de los más afectados ya que el nuevo paradigma tecnológico coincidió en el tiempo con un cambio regulatorio y una modificación del entorno competitivo. Sin embargo no todos los jugadores reaccionaron de la misma forma y obtuvieron el éxito. Para David Gómez y Jorge Sainz el éxito de Renta 4 estuvo vinculado al compromiso de la dirección y a la aceptación transversal de la nueva organización y funciones.

Para José Luis Miralles Marcelo y José Luis Miralles Quirós la reciente inestabilidad de los principales mercados bursátiles europeos ha conducido a los inversores a considerar otros mercados en los que invertir, como los mercados latinoamericanos o aquellos pertenecientes a los países del Este. Sin embargo, existe otra posibilidad mucho más cercana que es la inversión en el mercado portugués ya que ofrece una transparencia y seguridad mayor que la de los mercados emergentes. Además, forma parte de la mayor plataforma bursátil europea (NYSE Euronext) y sus datos macroeconómicos y bursátiles revelan un gran potencial de crecimiento.

Esperamos durante el año que inaugura este número 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.



Álvaro Cuervo

Director de Universia Business Review