

CARTA DEL DIRECTOR NUMERO 21 UNIVERSIA BUSINESS REVIEW

Con este número Universia Business Review inicia su sexto 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.

Como ya tuvimos ocasión de comentarles durante 2008, *Universia Business Review*, ha sido indexada en el **Social Sciences Citation Index (Business category)** de Thomson-Reuters Scientific. Esta indexación se añade a la lista de otras alcanzadas durante el pasado año: **SCOPUS** (Elsevier Bibliographic Databases); **ECONIS** (German National Library of Economics) y **RECYT** (Repositorio Español de Ciencia y Tecnología de la Fundación Española para la Ciencia y Tecnología, FECYT) como una revista científica de calidad contrastada. 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 2008, proponiendo mejoras en los trabajos y garantizando el mantenimiento de los niveles de exigencia, aunque muchas veces no se acierte plenamente. Durante 2008 hemos recibido 114 artículos (un 50 % más que en 2007), siendo la tasa de aceptación, sobre los artículos evaluados, del 21,05 %.

ARTÍCULOS (SITUACIÓN A 31 DE DICIEMBRE DE 2008)					
Artículos recibidos durante 2008	114	100 %	Artículos evaluados	95	100 %
Artículos evaluados	95	85,33%	Artículos aceptados	20	21,05%
			Artículo no aceptados	75	78,95%
Artículos en primera evaluación	11	7,02 %	Tasa de aceptación, sobre los artículos evaluados, del 21,05 %		
Artículos en 2ª y sucesivas rondas	8	9,65 %			

En este número Isabel Abínzano y Javier F. Navas tratan de indentificar, ante la presencia de dificultades financieras, las diferentes alternativas que las empresas tienen a su alcance para reestructurarse y evitar su liquidación. Para ello repasan las medidas operativas y financieras, describen los procedimientos existentes para llevar a cabo la reorganización de la empresa, y analizan las consecuencias que los intentos de reestructuración tienen sobre el valor de los recursos propios. Su trabajo finaliza con un estudio sobre qué ocurre cuando la reorganización fracasa y mostrando ejemplos de las medidas tomadas por algunas de las empresas que presentan problemas financieros en la actualidad.

Desde diferentes ámbitos de estudio se ha documentado que los administradores de las distintas empresas pueden llevar a cabo prácticas de gestión del resultado con el objetivo de alcanzar la cifra deseada en cada momento. Las implicaciones que estas prácticas tienen

para los usuarios de la información elevan su estudio a un objetivo de primer orden. En este trabajo Laura Parte y José Antonio Gonzalo Angulo repasan las principales estrategias de gestión del resultado por parte de los administradores y, con la ayuda de una muestra de empresas cotizadas españolas, obtienen una aproximación de la gestión del resultado mediante la estrategia de evitar pérdidas y descensos en resultados.

Para Pablo Fernández gran parte de la confusión sobre la *prima de riesgo del mercado* se debe a no distinguir entre sus cuatro acepciones: histórica, esperada, exigida e implícita. Los libros de texto tampoco ayudan, el autor analiza las recomendaciones sobre la *prima de riesgo del mercado* de 100 libros sobre valoración y finanzas publicados entre 1979 y 2008 y éstas oscilan entre 3% y 10%. Su artículo concluye que en la mayoría de las valoraciones que ha realizado en el siglo XXI ha utilizado PRMXs entre 3,8 y 4,3% para Europa y Estados Unidos. La gestión de la imagen corporativa resulta determinante dentro del entorno competitivo del sector financiero. En este trabajo, Rafael Bravo Gil, Teresa Montaner Gutiérrez y José Miguel Pina Pérez, desarrollan una escala para su medición y analizan las valoraciones realizadas por diferentes tipologías de consumidores en cinco entidades financieras. Los resultados muestran que existen diferencias en función de variables sociodemográficas como el sexo o la situación laboral del consumidor, así como por la utilización de determinados servicios financieros y por la satisfacción mostrada por los clientes.

Ana Villar López y César Camisón Zornoza presentan los rasgos característicos de las empresas españolas que instauran modelos organizativos de la producción en red e integrados, así como la repercusión que la adopción de uno de estos modelos ejerce en el desempeño organizativo. Los resultados revelan la cohabitación en la población industrial hispana de ambos modelos de organización de la producción, si bien siguen predominando los modelos integrados. La investigación empírica abre las puertas al análisis contingente de la eficacia de las formas organizativas

El valor percibido por el consumidor en sus transacciones comerciales tiene un carácter subjetivo, dado que implica un juicio evaluativo. Asimismo, se ha destacado la existencia de una relación entre el valor percibido y la actitud del cliente, considerándose esta variable un importante determinante de la lealtad del consumidor. En el presente trabajo María Eugenia Ruiz Molina trata de analizar la influencia de los principales componentes del valor percibido sobre la actitud y la lealtad del cliente en diversas actividades de comercio minorista.

El resultado global *-comprehensive income-*, más conectado con la realidad de los mercados que el tradicional resultado neto *-net income-*, está irrumpiendo con fuerza como indicador del *performance* empresarial. Con este trabajo Francisco Sousa Fernández y María Mercedes Carro Arana evalúan empíricamente la volatilidad del primero frente al segundo para el BSCH y BBVA a lo largo de los años del periodo 1998-2007, lo que nos va a aportar evidencia sobre el impacto del *comprehensive income* en la estabilidad del beneficio a lo largo de los diez años considerados para las dos grandes corporaciones españolas del sector financiero.

Esperamos durante el año que empieza 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.



Álvaro Cuervo, Director de Universia Business Review