

CARTA DEL DIRECTOR NÚMERO 34 UNIVERSIA BUSINESS REVIEW

Con este número iniciamos cambios en *Universia Business Review* que pretenden seguir garantizando la calidad de los artículos publicados y que al mismo tiempo sean útiles a nuestros lectores. Recordamos que la misión de UBR es **trasladar a quienes tienen la responsabilidad de dirigir empresas y negocios las ideas y desarrollos más innovadores que el ámbito científico y académico sea capaz de generar.**

Hemos introducido la figura del Editor Asociado en todas y cada una de las siete áreas e incorporado una nueva, internacionalización de la empresa. También hemos incorporado nuevos miembros en el Comité Científico, reforzando así todas y cada una de las áreas que agrupan la Dirección de Empresas. Queremos agradecer la labor y dedicación de aquellos profesores que nos han acompañado durante estos últimos años en el Comité Científico, sin su saber hacer y apoyo UBR no se hubiera posicionado donde estamos ahora. Asimismo damos la bienvenida a los siete Editores Asociados y a los nuevos miembros del Comité Científico, y les estamos agradecidos por la ilusión que han puesto en el proyecto y la rapidez con la que han asumido sus nuevas responsabilidades. Su trabajo y buen hacer son la garantía de futuro de nuestra revista.

Universia Business Review no renuncia a dar servicio a la comunidad universitaria y científica como la publicación de referencia, en la que los especialistas puedan efectuar un seguimiento sistemático de las aportaciones novedosas de los colegas de su misma especialidad. Por esta razón es importante recordar que los artículos deben estar redactados de forma que facilite la lectura y comprensión de los contenidos a un público no académico. Se debe evitar utilizar un lenguaje de corte excesivamente especializado, en beneficio de una más fácil comprensión de las ideas expuestas y, en la medida de lo posible, evitar el abuso de términos muy académicos (metodología, hipótesis, etc.) y funciones matemáticas, aunque esto haya podido servir para que los evaluadores analicen el alcance de su investigación. Las conclusiones no deben ser un resumen del trabajo, sino una aplicación o lección que se está trasladando a los responsables de las empresas para que estos la puedan considerar como un “buen consejo”, y lo que es más importante, que lo puedan entender y desarrollar.

Los originales recibidos y admitidos por el Comité de Dirección, serán enviados al Editor Asociado del área correspondiente para que analice si el trabajo debe continuar el proceso editorial y ser remitido a dos evaluadores anónimos (expertos ajenos a la entidad editora), de reconocido prestigio en el campo de estudio. Una vez recibidas las dos evaluaciones el Editor Asociado elevará al Comité de Dirección su propuesta de aceptar o

rechazar el artículo para su publicación en UBR. Se pretende que, mediante la implantación de sucesivos “filtros” de calidad, el lector obtenga garantías de que la revista publica sólo aportaciones con rigor y relevantes para su puesta en práctica.

En el primer artículo los profesores Pedro Núñez-Cacho Utrilla, Félix A. Grande Torraleja y Cristina Pedrosa Ortega destacan cómo la dirección de recursos humanos juega un importante papel en la mejora de la competitividad de la empresa. Entre sus principales funciones está la gestión de carreras profesionales, parcela que se ha convertido en un reto para sus gestores por los cambios que han tenido lugar en los últimos tiempos, pasando de diseños de carrera tradicionales, basados exclusivamente en la promoción interna, a nuevos modelos como *Protean Career*, *Kaleidoscope Model* o *Boundaryless Career*. Los resultados reflejan un efecto positivo de éste último modelo sobre los profesionales y las organizaciones.

La evolución reciente del mercado, con cambios de preferencias más frecuentes y exigencias de personalización crecientes, ha puesto de manifiesto la fragilidad de aquellas empresas cuya externalización *offshore* no ha considerado los costes de coordinar proveedores con localizaciones lejanas. Los profesores Ana I. Martínez-Senra, Antonio Sartal y Xosé H. Vázquez analizan este problema utilizando el caso de Inditex; una empresa que, inspirándose en las tintorerías españolas de los años cuarenta, ha reformulado la gestión de su cadena de suministro dando respuesta al desfase provocado por los rápidos cambios en la moda y la limitada capacidad de reacción de las infraestructuras industriales. La estrategia de Inditex, con importantes lecciones para otros sectores, le ha permitido beneficiarse de unos menores costes de producción reduciendo al mismo tiempo el *lead time* y los costes de coordinación inherentes a la personalización de los productos.

Para los profesores Juan José Tari Guilló y Jorge Pereira Moliner la implantación de sistemas de calidad aporta a las empresas beneficios internos y externos, para ello analizan la relación entre la certificación de calidad del Instituto para la Calidad Turística Española y los resultados y el tamaño de las cadenas hoteleras con presencia en España. Los análisis muestran que la certificación tiene efectos positivos en los resultados y que el tamaño de la cadena no es un factor importante para certificarse.

En el siguiente artículo los profesores Javier Amores Salvadó, José Emilio Navas López, Gregorio Martín de Castro y Miriam Delgado Verde. Tratan de mostrar la influencia de los sistemas de gestión medioambiental certificados en el tránsito del control a la prevención de la contaminación analizando una serie de medidas representativas de las innovaciones orientadas al control y a la prevención. Los resultados obtenidos muestran un descenso notable en la aplicación de innovaciones preventivas entre las empresas no

certificadas, lo que da cuenta de la relevancia de los sistemas de gestión medioambiental certificados a la hora de llevar a cabo esta clase de innovaciones

Carmen Camarero, Rebeca San José y Luis Miguel Benítez. El presente trabajo analiza las actitudes de los consumidores hacia *eBooks* y *eReaders*, así como el comportamiento de uso, a fin de conocer los riesgos reales que amenazan a la industria del libro. Los resultados revelan que el precio de los dispositivos y de los libros, junto a la falta de variedad de publicaciones son los principales inhibidores para la compra. Además, las preferencias en cuanto al precio y la tendencia a la piratería dibujan un futuro incierto para esta industria.

Mediante una adecuada gestión de sus activos, las empresas pueden obtener una cesta superior de recursos, combinarlos para construir capacidades valiosas, y apalancarlos para aprovechar todo su potencial de generación de beneficios. Antonio J. Revilla. presenta un modelo que integra las distintas fases de gestión de los recursos intangibles tecnológicos y su relación con la obtención de ventajas competitivas, para a continuación estudiar las principales diferencias existentes a este respecto entre los sectores intensivos en innovación y tecnología y el resto de empresas.

El teléfono móvil es un medio que en los últimos años están valorando las empresas como canal de venta, en este último artículo Sonia San Martín y Mateo Carpio presentan los resultados de un estudio realizado en España en el que se aprecian dos grupos de empresas de diferentes características (las escépticas y las receptivas) en función de los factores que motivan o inhiben esa venta. En su trabajo revisan la situación de la venta por móvil con especial énfasis en la identificación de los motivos y frenos que influyen directa o indirectamente en la adopción y tratan de ayudar a las empresas a reflexionar sobre la viabilidad de la VM y ofrecerles pautas para su implantación.

No quiero finalizar sin agradecer la labor desempeñada durante todos estos años por los miembros del Comité Científico, Consejo Editorial y 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