

CARTA DEL DIRECTOR
NÚMERO 37 UNIVERSIA BUSINESS REVIEW

Universia Business Review inicia su décimo año indexada en las bases de datos y repositorios más prestigiosos a nivel internacional: *Social Sciences Citation Index-Journal Citation Report (Business category)* de Thomson-Reuters Scientific; *SCOPUS (Elsevier Bibliographic Databases)*; Índice de Impacto de las Revistas Españolas en Ciencias Sociales (InRECS); *RedALyC (Red de Revistas Científicas de América Latina y Caribe)*; *Business Source Complete (Ebsco Databases)*; *Catálogo LATINDEX*; DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas) creado por la ANECA y el CSIC; RECYT (Repositorio Español de Ciencia y Tecnología de la Fundación Española para la Ciencia y Tecnología, FECYT); *ABI / INFORM Complete (Proquest)*, etc.

Durante 2011 *Universia Business Review* ha introducido la figura del Editor Asociado y se han 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 apoyo UBR no se hubiera posicionado donde estamos ahora. Especialmente este año, destacamos la gran aportación de los Editores Asociados, su trabajo y buen hacer es la garantía de futuro de nuestra revista. Asimismo agradecemos el apoyo y confianza de los miembros del Comité Científico y Consejo Editorial. Queremos agradecer, muy sinceramente, la labor de los profesores que, durante estos años, con su trabajo como evaluadores, han sido la mejor garantía formal del rigor de los trabajos de la revista. En este número hemos querido personalizar este agradecimiento en los profesores que han participado en 2012, proponiendo mejoras en los trabajos y garantizando el mantenimiento de los niveles de exigencia, aunque muchas veces no se acierte plenamente. Durante 2012 hemos recibido 200 artículos, siendo la tasa de aceptación, sobre los artículos evaluados, del 8,51%.

ARTÍCULOS (situación a 31 de diciembre de 2012)					
Artículos recibidos durante 2012	200	100 %	Artículos Evaluados	188	100 %
Artículos evaluados	188	94 %	Artículos aceptados	16	8,51 %
			Artículo no aceptados	172	91,49 %
Artículos en evaluación	12	6 %	Tasa de aceptación, sobre los artículos evaluados, del 8,51%		

En el primer artículo los profesores Gregorio Sánchez Marín, J. Samuel Baiixaluli Soler y M. Encarnación Lucas Pérez de la Universidad de Murcia analizan el papel que de forma

conjunta desempeñan el consejo de administración y la estructura de propiedad en el diseño del sistema retributivo de los altos directivos de la empresa cotizada española. Utilizando un enfoque de agencia principal-principal y sobre la base de un análisis de datos de panel para el periodo 2004-2011, los resultados muestran que la elevada concentración de propiedad influye negativamente en la alineación retributiva, perjudicando los intereses de accionistas minoritarios. Asimismo, se evidencia que el tipo de accionista dominante o de control determina la eficacia supervisora del consejo, el cual sólo ejerce una supervisión activa sobre la retribución de los altos directivos, incrementando el variable y reduciendo el fijo, cuando el accionista dominante no está vinculado con la dirección de la empresa.

La práctica y la teoría publicitaria han demostrado que el uso de los personajes de marca en las campañas de comunicación es una estrategia efectiva para crear una imagen positiva de la marca y una conexión personal con los consumidores. Actualmente, el interés tanto académico como empresarial por buscar nuevas vías de diferenciación más experienciales ha renovado el atractivo que tienen los elementos identificadores de la marca, entre ellos los personajes, como estímulos generadores de experiencias. Elena Delgado Ballester, Estela Fernández Sabiote, y Agueda Honrubia Pardo de la Universidad de Murcia analizan cómo las experiencias sensoriales y afectivas se ven afectadas ante la presencia del personaje de marca en función de la familiaridad con la marca, la implicación con el producto, y la ausencia de relación social del consumidor.

En el siguiente artículo los profesores Juan José Durán Herrera y Nuria Bajo Davó de la Universidad Autónoma de Madrid comprueban la existencia de una relación directa entre el modelo institucional del país de origen de las empresas multinacionales socialmente responsables, incluidas en los índices *Dow Jones Sustainability (DJSI)* y *FTSE4Good*, y su desempeño financiero, medido a través de la capitalización bursátil. Los resultados obtenidos muestran que el desempeño en responsabilidad empresarial depende básicamente del modelo económico e institucional del país de origen de las empresas multinacionales

Los profesores Sefa Boria Reverter, Montserrat Crespi Vallbona, Ana García González y Emili Vizuete Luciano de la Universidad de Barcelona analizan el nivel de conciencia que poseen las organizaciones españolas sobre su sistema de valores. Para los autores, los miembros de la dirección, como representantes de la organización, deberían conseguir que los valores de sus trabajadores y los de la propia organización fueran coincidentes, o como mínimo no incompatibles. Para ello es necesario que la organización utilice estrategias que le permita conciliar los valores de sus miembros y los propios con el fin de conseguir unos Valores Compartidos. Mediante el estudio de campo, los autores observan una fuerte coherencia entre los valores organizacionales y los de sus miembros, con lo que se verifica la existencia de Valores Compartidos.

El trabajo escrito por los profesores Pilar Gómez Fernandez Aguado (Universidad de Jaén), Antonio Partal Ureña (Universidad de Jaén) y Antonio Trujillo Ponce (Universidad

Pablo Olavide) analiza el impacto que tendría en el sector bancario español la aplicación de la propuesta de Directiva europea referente a los sistemas de garantía de depósitos (SGD) de julio de 2010. Con tal fin, se examina el perfil de riesgo de las entidades de crédito conforme a los parámetros definidos por la Directiva durante el período 2007-2010. A continuación los autores comparan las aportaciones al fondo de garantía de depósitos (FGD) bajo el régimen actual con las que resultarían de la aplicación del sistema propuesto. El artículo concluye que las cajas de ahorros y los bancos hubieran resultado más perjudicados que las cooperativas de crédito con la aplicación del esquema planteado. Se demuestra, además, que un elevado porcentaje de las entidades de crédito españolas hubiesen visto aumentada su contribución al SGD, lo que evidenciaría el carácter cíclico del procedimiento sugerido por la UE.

Para las autoras del último artículo la Web 3.0 crea una base de conocimiento e información semántica y cualitativa y proporciona una herramienta esencial para la aceptación y funcionalidad de la publicidad de la empresa. La estrategia de ebranding en este entorno consigue la fidelización del usuario. Las profesoras Inés Küster y Asunción Hernández de la Universidad de Valencia analizan los antecedentes y consecuencias de la actitud e intención de uso de redes sociales en el entorno 3.0 confirmando las relaciones propuestas en el trabajo.

Les animo a leer todos los artículos. Esperamos durante el año que empieza seguir contando con la confianza de todos: Editores Asociados, 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