

Presentación revista Estudios Gerenciales N.º 154

Tenemos el gusto de presentar la revista *Estudios Gerenciales - Journal of Management and Economics for Iberoamerica*- número 154, correspondiente al periodo enero – marzo de 2020, en la cual se incluyen 10 artículos de autores de Portugal, Brasil, Ecuador, España, México, Chile y Colombia, donde se tratan temas relacionados con gestión empresarial, finanzas públicas, percepción del consumidor, innovación empresarial, sustentabilidad y auditoría empresarial, marketing, responsabilidad social empresarial y finanzas.

Por otra parte, aprovechamos para compartir información sobre la decisión de Scopus, la mayor base de datos académica internacional y una de las de mayor prestigio del mundo, de aceptar la indexación de la revista Estudios Gerenciales. Este es un reconocimiento a la calidad científica de nuestra revista, del que solo gozan 15 revistas en Latinoamérica, en el área de *business*. Respecto a esta noticia, Enrique Ramírez, Decano Escuela de Administración de la Universidad Icesi, aseguró “el que nuestra revista Estudios Gerenciales haya sido indexada en Scopus, donde solo hay 15 revistas latinoamericanas, implica que los investigadores del área de Management que publican en nuestra revista, tendrán una difusión de su producción científica en un círculo más amplio y de primera liga a nivel mundial”.

Adicionalmente, Juan Felipe Henao, Editor de Estudios Gerenciales, afirmó “este salto refleja la confianza que investigadores nacionales e internacionales depositan, año tras año, al leer, citar y publicar sus artículos científicos en nuestra revista”.

Por otra parte, Natalia Solano, Directora Editorial de Estudios Gerenciales, comentó “la aceptación de Estudios Gerenciales en Scopus es sumamente gratificante, pues logramos acceder a una de las principales bases de indexación a nivel internacional, donde se encuentran las principales publicaciones del mundo. Se debe tener presente que en Colombia hay 99 revistas indexadas en Scopus, de las cuales solo 2 son del área de *business*”.

A continuación, se realiza una breve revisión de los artículos incluidos en el presente número.

Inicialmente, los autores Ana Filipa Roque, Maria-Céu Alves y Mário Raposo (University of Beira Interior, Portugal) realizan un estudio de los efectos que tiene los procesos de internalización sobre los sistemas de contabilidad y control de gestión; igualmente, revisan cómo estos últimos contribuyen con la implementación exitosa de los procesos de internacionalización.

Posteriormente, João Paulo de Oliveira (Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Brasil), Luís Antônio Abrantes, Fernanda Maria de Almeida, Guilherme de Avelar Oliveira y Tiago Carneiro da Rocha (Universidade Federal de Viçosa, Brasil) evalúan el efecto de la transferencia del fondo de participación sobre el recaudo y los gastos en los estados brasileños, a partir de lo cual encuentran que las transferencias reducen el esfuerzo de recaudación propia y estimula el aumento del gasto.

Las profesoras Irene Sánchez-González (Universidad Técnica de Machala, Ecuador), Irene Gil-Saura y María Eugenia Ruiz-Molina (Universidad de Valencia, España) analizan la incidencia del desarrollo sostenible sobre la cadena de efectos: valor percibido - capital de marca - lealtad, en una muestra de clientes de hipermercados en Ecuador.

Respecto al artículo de Araceli Sánchez, Vinicio Santoyo, Maricela de la Vega, Manrubbio Muñoz y Enrique Martínez (Universidad Autónoma Chapingo, México), en este se analiza el nivel de adopción de innovaciones en empresas familiares agropecuarias y agroindustriales mexicanas, a partir de lo cual se encuentra que la adopción de innovaciones genera un impacto significativo sobre los aspectos técnicos, administrativos, organizacionales y familiares de estas empresas.

Por su parte, Felipe Zúñiga, Roxana Pincheira, Javiera Aguilar y Jorge Silva (Universidad Austral de Chile, Chile) analizan si la presentación de los reportes de sustentabilidad, su auditoría y el uso de estándares internacionales de auditoría tienen un efecto en la liquidez del mercado chileno. Los resultados señalan que la presentación de los reportes de sustentabilidad tiene un efecto positivo en la liquidez de las compañías.

Seguido se encuentra el artículo de Héctor Cuevas (Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato, México), Neftalí Parga (Universidad Autónoma de Aguascalientes, México) y Salvador Estrada (Universidad de Guanajuato, México) en donde se estudian los efectos de la innovación en marketing sobre el rendimiento empresarial. Los resultados revelan una influencia significativa para orientar el desempeño de las empresas.

Referente al artículo de Laura Salas, Mónica García y Andrés Ramiro Azuero (Universidad del Valle, Colombia) en este se revisa el efecto de la responsabilidad social empresarial de las pymes colombianas sobre prácticas empresariales inmersas en el posconflicto.

Los autores Luis Macías, Oscar de la Torre (Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México) y Francisco López (Universidad Nacional Autónoma de México, México), revisan los beneficios de un inversionista con un portafolio que invierte tanto en un índice de mercado como en acciones de inversión socialmente responsables (ISR), que está diversificado en Estados Unidos y México. A partir de lo anterior se encontró que sobreponderar en acciones de ISR conlleva mejores resultados en términos de eficiencia media-varianza en ambos países.

En relación con el artículo de María Gabriela Montesdeoca (Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Ecuador), Irene Gil y María Eugenia Ruiz (Universidad de Valencia, España), este evalúa cómo las prácticas verdes y el manejo del desperdicio alimentario influyen en el capital de marca de los restaurantes en Ecuador.

Finalmente, en el artículo de Charles Arosa (Universidad de los Llanos, Colombia) y Juan Carlos Chica (Universidad Nacional de Colombia, Colombia) se realiza una revisión sistemática de literatura sobre los campos de aplicación de la innovación que se encuentran a partir de la literatura científica sobre marketing relacional.

Agradecemos a los autores y evaluadores que participaron en la presente edición y, adicionalmente, extendemos nuestra invitación a los autores, pares y lectores, para que sigan participando y colaborando con nuestra revista.