

Presentación revista Estudios Gerenciales N.º 157

Tenemos el gusto de presentar la revista *Estudios Gerenciales - Journal of Management and Economics for Iberoamerica*- número 157, correspondiente al periodo octubre – diciembre de 2020, en la cual se incluyen 13 artículos de autores de España, Panamá, México, Uruguay, Brasil y Colombia, donde se tratan temas relacionados con sostenibilidad, recursos humanos, innovación, finanzas, responsabilidad social, mercadeo, estrategia corporativa, mercado de valores, organizaciones, comportamiento del consumidor, internacionalización, emprendimiento social y neuromarketing.

Por otra parte, con el fin de ampliar la visibilidad de la revista, estamos presente en distintas redes sociales y profesionales, a través de las cuales compartimos los contenidos de la revista y distintos anuncios relacionados con *Estudios Gerenciales*. Los invitamos a seguirnos en:

Facebook

<https://www.facebook.com/RevistaEstudiosGerenciales>

Twitter

<https://twitter.com/estgerenciales>

Instagram

<https://www.instagram.com/estudiosgerenciales/>

LinkedIn

<https://www.linkedin.com/company/estudiosgerenciales>

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

Inicialmente, Irene Gil (Universidad de Valencia, España), Milva Eileen Justavino (Universidad Tecnológica de Panamá, Panamá) y María Fuentes (Universidad Pablo de Olavide, España) analizan cómo la sostenibilidad (económica, social y ambiental), bajo el enfoque de triple línea base, afecta la calidad de servicio, el valor logístico y la satisfacción en empresas del sector marítimo en Panamá.

Posteriormente, en el artículo del profesor Sergio Madero (Tecnológico de Monterrey, México) se estudia el efecto moderador que tiene la satisfacción laboral en las prácticas de recursos humanos y en las líneas estratégicas de la responsabilidad social empresarial

(ética empresarial, desarrollo sustentable, desarrollo social y calidad de vida).

En el artículo de los autores Roberto Horta, Luis Silveira y Heber Francia (Universidad Católica del Uruguay, Uruguay) se investiga si las actividades de innovación realizadas por las empresas industriales manufactureras uruguayas inciden en la probabilidad de que sean empresas exportadoras.

Los autores Edgar Pamplona y Tarcísio Pedro da Silva (Universidade Regional de Blumenau, Brasil) estudian la influencia de la estructura de capital en el desempeño económico de las empresas industriales brasileñas desde una perspectiva no lineal.

Respecto al artículo de José Carlos Vázquez, Florina Guadalupe Arredondo y Jorge de la Garza (Tecnológico de Monterrey, México), en este se estudia el tema de compromiso social (filantrópico, integrado y participativo), desde las variables de género y edad, para demostrar si estadísticamente existen diferencias significativas entre hombres y mujeres, jóvenes y adultos, en un grupo de trabajadores mexicanos.

Por su parte, Flávio Bressan (Universidade Estadual de Campinas, Brasil) y Geraldo Luciano Toledo (Universidade de São Paulo, Brasil) analizaron cómo influye la fecha de vencimiento en las actitudes, decisiones de compra y consumo de alimentos en Brasil.

Seguido se encuentra el artículo de Ricardo Santa, Alejandro Acosta (Universidad Icesi, Colombia), Silvio Borrero (Pontificia Universidad Javeriana, Colombia) y Annibal Scavarda (Universidad Federal del Estado de Río de Janeiro, Brasil) en donde se estudia el efecto de la alineación entre las estrategias corporativas, operativas y de sistemas de información y los rendimientos de la firma, aplicado al caso de grandes empresas de servicios en el sector eléctrico australiano.

Referente al artículo de Denis Ichimura, Alexandre Ripamonti (Universidade Ibirapuera, Brasil) y Raphael Videira (ESPM, Brasil), en este se analiza la asociación entre información asimétrica, medida a través del estimador Corwin-Schultz, y las cotizaciones bursátiles en el mercado de valores brasileño.

Adicionalmente, los profesores Patrocinio del Carmen Zaragoza, Enrique Claver, Bartolomé Marco y Mercedes Úbeda (Universidad de Alicante, España) abarcan en su artículo dos objetivos; por una parte, ofrecen una definición de filial ambidiestra y, por otra, exploran si las filiales son ambidiestras. Esto dado que, en la sociedad del conocimiento, las multinacionales y sus filiales adquieren gran protagonismo como fuente de competitividad para el conjunto de la multinacional.

Por su parte, Marisol Pastrana, Aurora Irma MÁynez, María Marisela Vargas y Karla Gabriela Gómez (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México) analizan el rol de la satisfacción como variable mediadora entre la capacidad de respuesta y la confiabilidad y entre la lealtad y las intenciones de comportamiento, aplicado al caso de pasajeros de aerolíneas de bajo costo en México.

En relación con el artículo de José Roberto Concha, Leidy Vanessa Zuluaga y Oscar Alberto Gómez (Universidad Icesi, Colombia), en este se aplica el índice Elcano de oportunidades y riesgos estratégicos para

la economía española en el contexto colombiano. Este índice permite identificar oportunidades y riesgos estratégicos a los que se enfrenta una economía en cuanto a su proceso de internacionalización.

Los autores Emanuel Campigotto, Itamir Caciatori, Pedro Chapaval y Rivanda Meira (Universidade Federal do Paraná, Brasil) realizan una revisión de la literatura sobre emprendimiento social e innovación social con una técnica bibliométrica como método de investigación.

Finalmente, en el artículo de revisión de la literatura de Pedro Duque, Verónica Samboni, Mariana Castro (Universidad Católica Luis Amigó, Colombia), Luz Alexandra Montoya e Iván Alonso Montoya (Universidad Nacional de Colombia, Colombia) se identifica la evolución y las tendencias de investigación en el área de neuromarketing, a través de un mapeo científico.

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.