

## PRESENTACIÓN REVISTA ESTUDIOS GERENCIALES N° 171

Tenemos el gusto de presentar el número 171 de Estudios Gerenciales, correspondiente al segundo trimestre del 2024 (abril - junio), en el cual se incluyen 8 artículos de autores de Colombia, Perú, México, Estados Unidos, Brasil y España.

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

Inicialmente, Ana María Arboleda (Universidad Icesi), en su artículo, propone que un empaque con un diseño simple impacta positivamente al consumidor, porque se percibe como un empaque premium y aumenta la intención de compra. La autora usó un diseño experimental intrasujeto, donde participaron 120 personas de una universidad colombiana. Los participantes fueron expuestos aleatoriamente a dos imágenes de empaque (diseño simple y diseño complejo) de leche líquida. Los resultados muestran que el empaque simple, en comparación con el complejo, aumentó la percepción de que se está ante un producto premium.

Posteriormente, Hellen López Valladares, Judith Huamaní Cadenas, Gerardo Arroyo y Manuel Díaz Gamarra (Pontificia Universidad Católica del Perú) estudian las estrategias que los emprendedores sociales del Perú utilizan para crear y hacer crecer sus negocios, a partir del análisis de la dimensión cognitiva y de los facilitadores del entorno. Los resultados sugieren que la deseabilidad del negocio define la gestión de los primeros años del negocio y es impulsada por la empatía y los principios morales, mientras que la factibilidad, guiada por la autoeficacia, permite un crecimiento más sostenido.

Los autores Viviana Sánchez Alzate y Juan Velez-Ocampo (Universidad de Antioquia), mediante un estudio de caso, analizan como una empresa colombiana pasa de ser tradicional a ser ambidiestra y fortalece su ventaja competitiva operando en un entorno turbulento. Los hallazgos muestran que la empresa equilibra la exploración de nuevas oportunidades con la explotación de las existentes; además, promueve la sostenibilidad y forja alianzas estratégicas.

Asimismo, Aurora Irma Maynez-Guaderrama (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez), Virginia Guadalupe López Torres (Universidad Autónoma de Baja California) y Arely Julissa Urías Álvarez (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez) se proponen analizar la influencia del apoyo organizacional percibido sobre las prácticas de manufactura esbelta en la industria manufacturera de exportación mexicana. Las autoras encuentran que el apoyo organizacional percibido detona el compromiso y la participación e inciden en el uso de prácticas de manufactura esbelta.

Por su parte, Carri A. Reisdorf (Elon University), Kevin Lehnert (Grand Valley State University) y Carol M. Sánchez (Grand Valley State University) exploran como el género influye en las percepciones de las mujeres como líderes, y cómo éstas afectan la relación entre la confianza organizacional y las percepciones sobre el desempeño de la empresa, en América Latina y Estados Unidos. Las estimaciones indican que cuanto más positiva es la percepción de las mujeres líderes, más fuerte es la relación entre la confianza y el desempeño.

Los autores Maria Laura Pereira Velho, Lucas Veiga Ávila, Larissa Degenhart y Lidiane Pasche Kunde (Universidade Federal de Santa Maria) analizan cómo la estructura de propiedad modera la relación entre la divulgación ambiental, social y de gobernanza (ESG) y la asimetría de la información en las empresas brasileñas. Los resultados indican que la divulgación de ESG puede mitigar la asimetría de la información, mientras que la concentración de la propiedad y la propiedad institucional tienen un efecto moderador positivo en la relación entre la divulgación de ESG y la asimetría de la información.

Larissa Karoline Souza Silva (Universidade Federal do Ceará), Marcelle Colares Oliveira (Universidade Federal do Ceará), Manuel Salgueiro Rodrigues Junior (Universidade Federal do Ceará) y Maria Belen Lozano (Universidad de Salamanca), en su artículo, investigan la incidencia de la presencia de mujeres en juntas directivas en la divulgación de información sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) relacionada con el género, para una muestra de empresas de 52 países. Según las estimaciones, la presencia de mujeres en porcentajes satisfactorios afecta positivamente la divulgación de la RSC relacionada con el género.

Finalmente, León Darío Parra Bernal (Universidad EAN) y Milenka Linneth Argote Cusi (Women in Global Health) estudian los determinantes próximos asociados al emprendimiento con vocación exportadora a nivel global, para 112 economías que participaron en el Global Entrepreneurship Monitor entre el 2010 y el 2022. Los resultados sugieren que las características propias de los emprendedores relacionadas con su experiencia previa en emprendimiento, la baja aversión al riesgo y la autoconfianza, se asocian positivamente con la vocación exportadora.

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.