



mbr Multidisciplinary
Business Review

Editor

Ph.D. José I. Rojas Méndez
Carleton University, Canadá

Editor Asociado

Ph.D. Sergio Olavarrieta Soto
Universidad de Chile, Chile

Asistente Editorial

Ph.D. M. Soledad Etchebarne López
Universidad de Chile, Chile

Comité Editorial

Ph.D. José Ernesto Amorós Espinoza
Instituto Tecnológico de Monterrey, México

Ph.D. Hillary Becker
Carleton University, Canadá

Ph.D. Constanza Bianchi Monasterio
Universidad Adolfo Ibáñez, Chile

Ph.D. Roberto Contreras Marín
Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile

Ph.D. Roberto Curci
Dominican University, U.S.A.

Ph.D. Christian Felzensztein Jimenez
Massey University, Nueva Zelanda

Ph.D. Claudia Halabi Kanacri
Pontificia Universidad Católica, Chile

Ph.D. Octavio Ibarra Consuegra
Universidad del Norte, Colombia

Ph.D. Mauricio Jara Bertin
Universidad de Chile, Chile

Ph.D. Erdener Kaynak
Pennsylvania State University, USA

Ph.D. María Virginia Lasio Morello
ESPAE, Ecuador

Ph.D. Oscar Martín Martín
Universidad Pública de Navarra, España

Ph.D. Carlos Maquieira
Universidad del Pacífico, Perú

Ph.D. Alex Medina Giacomozzi
Universidad del Bio Bio Chile

Ph.D. Cristhian Mellado Cid
Universidad Católica de la Santísima Concepción Chile

Ph.D. A. Parasuraman
University of Miami, USA

Ph.D. Liliana Pedraja Rejas
Universidad de Tarapacá, Chile

Ph.D. Liliana Pérez-Nordtvedt
University of Texas, Arlington USA

Ph.D. Alejandro Ramirez Cornejo
Carleton University, Canadá

Ph.D. Martin Schaffernicht
Universidad de Talca, Chile

Ph.D. José Salas Ávila
Universidad de Talca, Chile

Ph.D. Elvira Salgado Consuegra
Universidad de los Andes, Colombia

Ph.D. Pablo San Martín
Universidad Católica de la Santísima Concepción Chile

Ph.D. John E. Spillan
University of North Carolina, USA

Ph.D. Arturo Vasquez Párraga
The University of Texas, Rio Grande, Valley USA

Comité de Ética

Ph.D. José Ernesto Amorós Espinoza
Instituto Tecnológico de Monterrey, México

Ph.D. Cristian Muñoz Canales
Universidad de Santiago de Chile, Chile

Ph.D. Gina Pipoli de Azambuja
Universidad del Pacífico, Perú

Objetivo y ámbito de MBR:

El objetivo de la revista Multidisciplinary Business Review (MBR) es publicar artículos académicos en el campo de los negocios, incluyendo todas las áreas de administración y gerencia como estrategias, operaciones y funciones de negocios, ética de los negocios y responsabilidad social. El propósito principal de la revista es servir como un medio de comunicación e intercambio de ideas, diseminación de resultados de investigación y otros aspectos investigativos entre los estudiosos y practicantes de los negocios.

MBR acepta artículos provenientes de todas las áreas propias de la administración. A manera de ejemplo se listan las siguientes:

- Estrategia y política de negocios
- Administración de conflicto
- Emprendimiento
- Negocios Internacionales
- Gestión de empresas familiares
- Cambio y desarrollo organizacional
- Teoría organizacional
- Gestión del conocimiento
- Gestión tributaria
- Educación de negocios
- Administración y cultura
- Comportamiento del consumidor
- Cultura organizacional
- Comportamiento organizacional
- Control de gestión
- Formulación y evaluación de proyectos
- Métodos de investigación
- Administración financiera
- Estrategias de marketing
- Finanzas corporativas
- Gestión de tecnologías de información

- Gestión de recursos humanos
- Responsabilidad social empresarial
- Administración de operaciones
- Ética empresarial
- Sistemas de información
- Gobierno corporativo
- Mercado de capitales

La revista es multidisciplinaria e internacional por naturaleza, busca reflejar cómo se realizan las mejores prácticas en los negocios alrededor del mundo y cuán relevante es dicho conocimiento para aquellos que viven de los negocios. Se reciben artículos tanto de académicos como de directivos de negocios. La extensión del artículo no debe exceder 7000 palabras incluyendo tex-to, apéndices, referencias, tablas, figuras, fotos e ilustraciones. Artículos más extensos podrían ser considerados en forma excepcional si la importancia del tema tratado lo amerita.

Envío de Artículos:

Los artículos sometidos a la revista deben representar investigación o trabajo original que no haya sido publicado en revista alguna y que no haya sido sometido para publicación en algún otro medio. Todos los artículos sometidos a la revista serán arbitrados usando el sistema doble-ciego por árbitros externos. La decisión del editor de rechazar o aceptar un artículo para su publicación en la revista esta altamente influenciada por la retroalimentación de los árbitros.

Los artículos deben ser enviados en forma electrónica, en un solo documento MS Word, de acuerdo a las instrucciones del Website "MBR Manuscript Submission," a la dirección de email: jose.rojas@carleton.ca

CONTENIDO

Editorial	v
José I. Rojas-Méndez	
Grupos estratégicos y dinámica competitiva de la educación superior en Chile	
<i>Strategic groups and the competitive dynamics of higher education in Chile</i>	1
Luis Araya-Castillo • Mercè Bernardo	
Copeinca: A hostile takeover	
<i>Copeinca: una toma de control hostil</i>	13
Diego C. Cueto	
Responsabilidad Social Empresarial y conductores de valor: análisis de empresas chilenas que publican informes de sustentabilidad	
<i>Corporate Social Responsibility and value drivers: Analysis of Chilean companies that publish sustainability reports</i>	20
Pedro Severino González	
Bases neurológicas de las capacidades dinámicas de la firma: una aproximación.....	35
<i>Neurological bases of dynamic capabilities of the firm: An approach</i>	
Arturo Cárdenas Figueroa	
Análisis de las variables que se asocian con la intención de compra del pisco del Perú	
<i>Analysis of the variables associated with purchase intent of pisco from Peru</i>	51
Gina María Pipoli de Azambuja • Iñaki García-Arrizabalaga	
Online service recovery: Exploring the effects of justice theory on managerial responses to negative online reviews	
<i>Recuperación del servicio en internet: explorando los efectos de la teoría de justicia en las respuestas gerenciales a comentarios negativos en línea</i>	62
Teresa Treviño • Flor Morton	



EDITORIAL

Uno de los momentos ingratos en la vida de un investigador académico es el rechazo a un artículo que se consideraba excelente y del que se está orgulloso. Al principio, la desazón por el fracaso produce una molestia con el editor y con los evaluadores anónimos porque, a nuestro juicio, quizá ellos no entendieron el artículo. Es decir, nos cuesta aceptar la responsabilidad e intentamos culpar a otros por este fracaso parcial. Quizás en algunas ocasiones estemos en lo correcto, pero la gran mayoría de las veces somos nosotros los responsables de los errores que ocasionaron la percepción de baja calidad de nuestro artículo.

Por eso, esta editorial está dedicada a identificar cinco de las principales razones por las cuales los editores de revistas académicas rechazan artículos recibidos para su evaluación. El propósito principal no es desanimar a los autores, sino más bien ayudarlos a evitar los posibles errores que los privarían del éxito que significa lograr una publicación de carácter académico. El primer error señalado por los editores es el de enfoque. Los editores y evaluadores informan a los autores que sus artículos son demasiado superficiales, demasiado especulativos, demasiado preliminares o demasiado técnicos. Una clara señal de que hay problemas de enfoque es no indicar claramente y desde el comienzo la importancia de la investigación, no relacionar suficientes ejemplos que apoyen la discusión, o simplemente que la extensión del artículo no se ajusta al tema.

Una segunda razón para el rechazo es la incompatibilidad entre el artículo sometido a revisión y el ámbito de la revista. Es evidente que este problema surge cuando los editores y evaluadores se refieren a un artículo como inapropiado, inadecuado o a que el artículo está fuera del ámbito de la revista. Este tipo de rechazo no es un juicio a la calidad del artículo sino más bien una indicación de que fue enviado al lugar equivocado. Este inconveniente se supera al hacer una búsqueda más exhaustiva para identificar los lectores apropiados del artículo. Una tercera razón, y quizás la más dolorosa para los autores, es el insuficiente nivel académico. Este problema se observa cuando los editores y evaluadores indican que el artículo es rudimentario, básico u obvio. Las señales más evidentes y frecuentes de que hay problemas con el nivel académico son la ausencia de referencias a la literatura en el campo de estudio, citas obsoletas y lenguaje muy simplista. La buena noticia es que los editores generalmente consideran que este tipo de problemas son corregibles. Es decir, el artículo todavía se puede “salvar” si se hacen las mejoras en el nivel académico y posiblemente se puede someter a otra revista después.

En cuarto lugar, se puede mencionar el problema de ser muy defensivo como autor. Los editores y evaluadores señalan este problema cuando dicen que el artículo contiene muchas explicaciones para los lectores y que este parece más un ensayo escrito para un curso. Debemos reconocer que el público al que se dirigen las revistas académicas tiene la formación requerida por lo que no es necesario presentar información adicional. Los autores pueden darse cuenta de que hay problemas defensivos cuando enfatizan excesivamente las herramientas estadísticas utilizadas en un estudio, hay demasiadas citas extensas, existen citaciones a autores famosos solo porque son famosos y hay largas sinopsis monótonas de otros trabajos. En estos casos los autores no han puesto suficiente hincapié en el contenido.

La quinta razón por la que se rechazan los artículos es la falta de originalidad. Queda de manifiesto este problema cuando los editores y evaluadores anónimos dicen que el artículo no aporta ningún conocimiento nuevo. Sin embargo, los autores podemos darnos cuenta de que existe este problema de falta de originalidad en nuestros artículos antes de someterlos a revisión si estos corresponden a una duplicación de artículos ya publicados, son el reciclaje de temas conocidos o se discuten temas que no son de interés para los lectores. La solución está en enfocarse en temas originales, actuales y reales.

En resumen, la falta de enfoque, la incompatibilidad entre el artículo sometido a revisión y el ámbito de la revista, el insuficiente nivel académico de un artículo, el ser muy defensivo como autor y la falta de originalidad pueden echar por la borda el esfuerzo de varios meses o años de dedicación a un artículo. Espero que lo presentado aquí sirva para mejorar nuestra productividad como investigadores académicos. La editorial del próximo número de Multidisciplinary Business Review abordará otras cinco razones por las que nuestros artículos pueden ser rechazados.

Ph.D. José I. Rojas-Méndez*
Editor

* Profesor titular en Negocios Internacionales y Marketing en la Escuela de Negocios Sprott de la Universidad Carleton, en Ottawa, Canadá. El Dr. Rojas es Contador Público y Auditor de la Universidad de Talca, Chile; Master of Business Administration de la Universidad de Ottawa, Canadá; y Ph.D. en Marketing de la Universidad de Manchester, Inglaterra. El Profesor Rojas ha llevado a cabo investigaciones en temas relacionados con las marcas nacionales y extranjeras, interculturalidad en los negocios, marketing y comportamiento del consumidor internacional. Ha publicado más de 45 artículos en revistas académicas de reconocido prestigio internacional, tales como: *The Journal of Business Research*, *Marketing Intelligence and Planning*, *The Journal of Advertising Research*, *Journal of Vacation Marketing*, *The Journal of Product and Brand Management*, *The Journal of Non-Profit and Public Sector Marketing*, *The Journal of Global Marketing*, *Journal of Food Products Marketing*, *International Journal of Commerce and Management*, *Journal of Academic Ethics*, *Corporate Reputation Review*, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, *International Journal of Wine Business Research*, *Asia Pacific Education Review*, *Latin American Business Review*, and *The International Journal of Organization Theory and Behavior*. Además, es miembro del comité editorial de: *Journal of Product & Brand Management*, *Journal of Food Products Marketing*, *International Journal of Advertising*, *Incae Business Review*, *Innovative Marketing*, *European Business Review*, *Revista Latinoamericana de Administración (Academia)*. Es también el Editor Asociado – International Management – de *European Journal of Management and Business Economics*.