



mbr Multidisciplinary
Business Review

Editor

José I. Rojas Méndez, Ph.D.

Carleton University, Canadá

Editor Asociado

Sergio Olavarrieta Soto, Ph.D.

Universidad de Chile, Chile

Asistente Editorial

Soledad Etchebarne López, Ph.D.

Universidad de Chile, Chile

Comité Editorial

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

Hillary Becker, Ph.D.
Carleton University, Canada

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

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

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

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

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

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

Erdener Kaynak, Ph.D.
Pennsylvania State University, U.S.A.

Ma. Virginia Lasio Morello, Ph.D.
ESPAE, Ecuador

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

Alex Medina Giacomozzi, Ph.D.
Universidad del Bío-Bío, Chile

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

Liliana Perez-Nordtvedt, Ph.D.
University of Texas, Arlington, U.S.A.

Alejandro Ramirez Cornejo, Ph.D.
Carleton University, Canada

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

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

Martin Schaffernicht, Ph.D.
Universidad de Talca, Chile

John Spillan, Ph.D.
University of North Carolina, U.S.A.

Arturo Vasquez Párraga, Ph.D.
University of Texas, Pan Am, U.S.A.

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 cuan 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 texto, 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

EDITORIAL

En el rol fundamental que se espera cumplan las universidades, se encuentra la generación de conocimiento dentro de las disciplinas en las que se desarrollan sus académicos. Esto sin desmerecer los otros aspectos que también deben abordar las instituciones de educación superior, tales como son la enseñanza, la prestación de servicios y la comunicación constante con el medio, entre otras. No obstante, hoy en día es casi imposible posicionarse como una universidad de prestigio si sus académicos no contribuyen investigaciones originales y con proyectos innovadores, ni diseminan por los canales reconocidos el nuevo conocimiento adquirido. Aquí es donde surge uno de los principales problemas que tienen la mayoría de las universidades en América Latina: ¿Qué se acepta por generación de conocimiento? Y, por otra parte, ¿qué se entiende por generación de conocimiento en el lenguaje cotidiano en América Latina?

Los rankings de universidades consideran como uno de los elementos más importantes las publicaciones en revistas indexadas y su correspondiente impacto. Entre estos rankings, los más conocidos son: QS World University Ranking, Times Higher Education World University Ranking, Academic Ranking of World Universities (ARWU, también conocido como el ranking de “Shanghai Jiao Tong”). Todos estos consideran la producción intelectual como un insumo que permite medir el nivel de calidad de las universidades. En el caso específico del Times Higher Education World University Ranking, el desempeño de las universidades se mide en cinco dimensiones: enseñanza (32,5 %), investigación (32,5 %), citas (25,0 %), enfoque internacional (7,5 %), y transferencia de conocimiento (2,5 %). Los porcentajes indicados entre paréntesis corresponden al peso que el ranking le asigna a cada una de las dimensiones. Es decir, la investigación medida por medio de las publicaciones y su diseminación explican un 57,5 % de la posición de una universidad en este ranking.

¿Qué tipo de artículos publicados son reconocidos y computados para estos rankings? No se requiere un análisis muy profundo para darse cuenta de que la gran mayoría de los artículos, si es que no todos, son el resultado de “investigaciones causales”, en las que los autores contribuyen al conocimiento al examinar variables dependientes e independientes que permiten explicar la relación causa-efecto de un fenómeno mediante la manipulación de una o más variables independientes. En síntesis, lo que se reconoce como generación de conocimiento científico es aquel que apunta al *por qué* de un fenómeno.

¿Cuál es la realidad en América Latina? Muy pocas universidades ocupan lugares destacados en los rankings mundiales. Esto, en razón a que la gran mayoría de ellas adolece de lo que más se valora en estas clasificaciones: publicaciones y citas. ¿Significa esto que los académicos de estas universidades no publican? No necesariamente, ya que muchos de ellos lo hacen, aunque en revistas de baja circulación y reconocimiento. Sin embargo, estos se enfocan, en muchos casos, en investigaciones descriptivas, en las que —como su nombre lo indica— se describe un fenómeno, pero no se investiga el por qué del mismo. En otros casos los artículos abordan una investigación exploratoria, con la cual no se continúa y, por lo tanto, nunca se entiende el fenómeno. Una mirada a los títulos

de los artículos indica que muchos de ellos se quedan en la etapa inicial, al indicar que son estudios exploratorios.

Otra razón por la cual es difícil publicar en revistas de alto impacto es por el desconocimiento de las reglas del juego sobre cómo escribir artículos académicos. En la mayoría de los casos los investigadores han sido autodidactas en esto. Nadie enseña a escribir resúmenes, a llevar a cabo una revisión bibliográfica específica para un artículo, o a cómo presentar el argumento central a lo largo de todas las partes que lo componen.

Parte del diagnóstico está hecho. Ahora corresponde a los investigadores latinoamericanos, y a sus instituciones, tomar las medidas para avanzar en la dirección que nos permita mayor reconocimiento en los rankings mundiales. En este sentido, *Multidisciplinary Business Review*, desde su fundación, ha estado enfocada en ayudar a los investigadores a mejorar la calidad de sus artículos antes de ser aceptados y publicados. Esperamos seguir contando con su interés y colaboración.

José I. Rojas-Méndez, Ph. D.

Editor

Profesor titular, Negocios Internacionales y Marketing
Sprott School of Business
Carleton University, Canadá