



**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.**  
*Universidad del Desarrollo, Chile*

**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.**  
*Universidad Adolfo Ibáñez, Chile*

**Claudia E. Halabi Kanacri, Ph.D.**  
*Universidad Diego Portales, 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*

**Carlos Maquiera Villanueva, Ph.D.**  
*Universidad Santo Tomás, Chile*

**Oscar Martín Martín, Ph.D.**  
*Universidad Pública 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 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 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](mailto:jose.rojas@carleton.ca)

## EDITORIAL

En este número de *Multidisciplinary Business Review* presentamos trabajos de investigación académica de Colombia, México, Guatemala y Chile. Este hecho ratifica nuevamente el alcance que está teniendo nuestra revista y el interés de los investigadores por publicar en ella.

En el primer artículo, Castro-Olaya, Castro-Olaya y Gonzalez-Perez presentan evidencia conceptual descriptiva y una interpretación teórica de los procesos de internacionalización seguidos por destacadas multinacionales latinoamericanas en la industria de alimentos. Sus hallazgos indican que las empresas han adoptado procesos de adaptación creativa de manera incesante para vencer las “desventajas de lo extranjero” y las “desventajas de origen”, lo que demuestra rápidamente las reacciones a las oportunidades de mercado y los desafíos institucionales.

Por su parte, Machorro-Ramos y Romero-Ortiz nos llevan a considerar el ausentismo laboral como una variable clave cuando se trata de analizar los costos organizacionales y económicos de una compañía. Sus resultados al analizar una importante muestra de trabajadores mexicanos evidencian un efecto negativo y significativo del compromiso afectivo en la intención de ausentismo voluntario, además de un efecto positivo y significativo del compromiso normativo.

El tercer artículo es de Ortega-Grandón *et al.*, quienes analizan los efectos del gasto público municipal como determinante en la reelección de alcaldes de las 346 comunas de Chile. Los principales resultados muestran una relación positiva y significativa entre el nivel de gasto efectuado principalmente en los periodos preelectorales y el éxito en la reelección, lo que favorece un comportamiento oportunista de los candidatos que se vuelven a postular. Además, el ingreso por transferencia y la coalición representada también resultan ser variables significativas en la reelección.

El cuarto artículo está enfocado en un análisis del microcrédito en el contexto colombiano. Pérez-González y Muñoz-Molina exploran el conocimiento, la percepción, el acceso y el uso de opciones de microcrédito para microempresarios de la ciudad de Medellín. Los resultados muestran que los créditos de estos microempresarios provienen, principalmente, de fuentes informales, como los prestamistas. Las razones que manifiestan para tener mayor uso de crédito de fuentes informales son el no poder cumplir los requisitos exigidos por los bancos, la sensación de autoexclusión del sistema formal, el rápido desembolso de dinero por parte de los prestamistas informales frente a entidades formales de crédito y la ausencia de formalismo en los trámites. Finalmente, se discuten las implicaciones gerenciales de esta realidad, para que los servicios financieros formales revisen sus estrategias de cobertura de estos segmentos de clientes.

El artículo de Campos explora las singularidades del mercado de capitales chileno e investiga el *spread* intradiario y de algunos factores que lo afectan, como la cantidad ofertada, el corredor que participa en la oferta y la calidad del gobierno de las compañías que emiten las acciones y de la información corporativa entregada. Para llevar a cabo su estudio,

se analizaron las operaciones de un grupo de empresas chilenas que representan el 38% del total del patrimonio bursátil del índice de precios selectivo de acciones (IPSA). Los principales resultados muestran que para el mercado chileno la selección del corredor puede ser significativa para lograr un mayor o menor *spread*, que la cantidad ofrecida en las operaciones bursátiles influye en el *spread* y que tanto el *spread* como su variabilidad han ido disminuyendo desde el año 2008.

Por último, pero no menos importante, Virzi, Koirala y Spillan estiman la probabilidad de que los estudiantes de negocios guatemaltecos se transformen en emprendedores. Utilizando logit multinomial y técnicas de estimación logit, encontraron que mientras más autoconfianza tenga el estudiante, mayores serán las probabilidades de que se convierta en un empresario. Este artículo no halló ningún efecto relevante de la variable *familia* en el futuro emprendimiento, pero sí efectos positivos y significativos con respecto a los amigos del emprendedor.

Lo invitamos a usar y difundir estos artículos en sus redes personales de contactos tanto académicas como profesionales. A la vez, les extendemos una invitación a todos los que investiguen fenómenos de negocios en América Latina para que citen estos artículos en la medida que contribuyan a desarrollar sus propias investigaciones y a enviarnos sus manuscritos para los siguientes números de *Multidisciplinary Business Review*.

**José I. Rojas-Méndez, Ph. D.**

Editor

Profesor Titular de International Business & Marketing

Sprott School of Business

Carleton University, Canadá