



**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 Publica de Navarra, España*

**Alex Medina Giacomozzi, Ph.D.**

*Universidad del Bío-Bío, Chile*

**Liliana Pedraja Rejas, Ph.D.**

*Universidad de Tarapacá, Chile*

**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](mailto:jose.rojas@carleton.ca)

## EDITORIAL

En este primer número del volumen octavo de *Multidisciplinary Business Review* ofrecemos seis artículos que abordan temas de interés en distintos ámbitos de la gestión de negocios.

El primer artículo de Espinoza, Azúa, Sepúlveda y Amorós busca caracterizar las variables que llevan al emprendedor que fracasa a volver a empezar otro negocio y al mismo tiempo las que conforman el perfil reemprendedor chileno con base en la información obtenida del GEM 2012. Según los autores, el reemprendimiento se ve influenciado por diez variables, que fueron definidas para su medición con base en la Encuesta a la Población Adulta del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Específicamente este estudio revela que la reentrada es alta para los hombres y para los individuos con alguna de las siguientes características: poseer experiencia como inversores informales, ser dueños de todo el negocio al reentrar, tener un nivel educacional bajo-medio, conocer a un emprendedor (contar con una red de contactos), poseer experiencia empresarial, vivir en zonas urbanas o experimentar mayor miedo al fracaso.

El segundo artículo presentado por Rojas-Méndez y Parasuraman examina la validez externa del índice que mide la disposición de los consumidores chilenos a adoptar tecnologías. Los resultados indican que las variables demográficas sí importan a la hora de explicar la voluntad de las personas para abrazar nuevas tecnologías, siendo la edad el predictor más consistente. Los resultados también demuestran que la actitud se vuelve más importante que la demografía cuando la posible adopción de una nueva tecnología puede conllevar riesgos potenciales, sean estos económicos o físicos. Finalmente, ellos presentan la tipología de los consumidores chilenos dispuestos a adoptar tecnologías y cómo las variables culturales nacionales pueden utilizarse para explicar los resultados obtenidos.

Rivas y Londoño, autoras del tercer artículo, abordan teóricamente un tema de importancia estratégica, para lo que formulan dos preguntas: ¿Influye la gerencia en el comportamiento y desempeño de la organización? Si la respuesta es afirmativa, entonces: ¿Se da esta influencia de manera individual o colectiva? Para responderlas, las autoras inician por explicar la evolución que el tema de la gerencia ha tenido en el campo de la estrategia. Luego destacan las perspectivas que niegan o minimizan la influencia de la gerencia y, posteriormente, contrastan las perspectivas de la gerencia como una práctica individual o colectiva. En sus conclusiones Rivas y Londoño privilegian aquellas corrientes que parten del supuesto de la racionalidad limitada y que le dan prioridad al aporte del equipo directivo sobre el del líder individual.

En el cuarto artículo Medina y Quiñones analizan la relación entre las estrategias corporativas que siguen las empresas del sector eléctrico en Chile y el rendimiento obtenido por estas, medido a partir del rendimiento sobre la inversión (RSI) del método de valoración del valor económico añadido (VEA). Los principales resultados de la investigación reflejan que las organizaciones prefieren crecer de forma concentrada, pero aquellas que implementan un crecimiento diversificado relacionado obtienen en promedio un mayor rendimiento sobre la inversión.

En el quinto artículo Cornejo y Figueroa muestran un interesante trabajo que representa gráficamente un mercado bursátil. Con las series históricas de los precios semanales de las acciones negociadas en la Bolsa de Comercio de Santiago de Chile que registran una presencia bursátil anual mayor o igual al 80%, diseñan un mapa topológico del mercado bursátil chileno para el período 2009-2013. Uno de los hallazgos es la menor distancia entre acciones de empresas de un mismo sector económico. También destacan la existencia de grupos o conglomerados compuestos por acciones de diferentes sectores. Los autores concluyen que para diversificar el riesgo no basta con invertir en acciones de diversos sectores económicos, sino que también es necesario analizar la correlación entre los distintos retornos accionarios.

Finalmente, Pezoa y Vidal discuten en su artículo la importancia que tiene el territorio para generar y promover *clusters* sectoriales territoriales que tiendan a un buen aprovechamiento de su capacidad. Ellos formulan como objetivo el identificar y evaluar si la innovación es un mecanismo propulsor de la capacidad para la competitividad, específicamente en el conglomerado minero de Antofagasta (Chile). Los resultados de este estudio indican que las economías externas surgidas de la difusión de información y conocimientos tecnológicos entre las empresas del *cluster* y las procedentes de los procesos de fertilización cruzada entre empresas pertenecientes a industrias diferentes pero ubicadas en la misma zona geográfica son las únicas que influyen significativamente de forma directa y positiva en el desempeño de las empresas del *cluster*.

Esperamos que estos artículos sean del interés de la comunidad académica en América Latina e invitamos a los investigadores de la región a seguir contribuyendo con sus artículos a *Multidisciplinary Business Review*.

**José I. Rojas-Méndez, Ph. D.**

Editor

Professor of International Business & Marketing

Sprott School of Business

Carleton University, Canada