



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.
Butler 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

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

Un journal
de **asfae**
chile

La revista Multidisciplinary Business Review, ISSN 0718-400X (versión impresa) e ISSN 0718-3992 (versión en línea), es una publicación semestral de la Asociación de Directivos Superiores de Facultades de Administración, Negocios o Empresariales de Chile A.G. (ASFAE). La abreviatura de la publicación según las normas del ISSN es: Multidiscip. bus. rev. (Impr.).

Consultas diríjelas al editor, Ph.D. José Rojas Méndez, e-mail: jose_rojas@carleton.ca. Dirección postal: Carleton University, 917 Dunton Tower, Ottawa, Ontario K1S5B6, Canadá.

EDITORIAL

En este nuevo número de *Multidisciplinary Business Review* presentamos seis artículos provenientes de una variedad de áreas dentro de la administración y negocios. En el primero, Chiang, Valenzuela y Lagos analizan el efecto del empoderamiento sobre el compromiso organizacional a nivel de las pequeñas y medianas empresas de la región del Bío-Bío, Chile. Para medir el empoderamiento psicológico utilizan las dimensiones de significado, competencia, autodeterminación e impacto; y para medir el compromiso organizacional las dimensiones afectiva, normativa, y costo/alternativas. En las pequeñas empresas los resultados muestran un mayor grado de empoderamiento cuando se les compara con las empresas de tamaño medio. Sin embargo, solo en el caso de las medianas empresas se observa que el compromiso se explica por las dimensiones de empoderamiento como el impacto, la autodeterminación y el significado.

El segundo artículo, presentado por Gempp y Thieme, propone el uso de modelos MIMIC basados en clases latentes (LC-MIMIC) para el análisis de los determinantes de la satisfacción de los usuarios de una línea de utilidad pública que proporcionan ayuda gratuita a los ciudadanos chilenos. Los resultados de este estudio indican que la satisfacción con el servicio se determina por los factores asociados a la calidad de la respuesta que dan las personas que atienden, pero no necesariamente a otros factores como la amabilidad y los horarios o tiempos de espera. Por otra parte, Flecha, autor del tercer artículo indaga sobre la aplicación del marketing político y la influencia de los medios de comunicación sobre el efecto de la apariencia física de los candidatos en la toma de decisiones de los votantes en el escenario político en Puerto Rico. Los resultados revelan claramente que la apariencia física sí tiene una relación positiva en la toma de decisiones de los votantes.

El cuarto artículo de los autores Rock, Aguirre y Candia aborda un tema de mucha relevancia para la industria de la educación superior en la región Latinoamericana. Muchas universidades enfrentan el desafío entre orientarse a docencia, investigación, o a un modelo que contemple ambas posibilidades. Específicamente, los autores examinan los factores que pueden incidir en que las universidades orientadas a investigación logren un lugar destacado en el Ranking Académico de Universidades del Mundo (ARWU). Ellos identifican los siguientes factores de éxito para las instituciones de educación superior enfocadas a la investigación: orientación estratégica, recursos institucionales, y las competencias y acceso a ventajas externas. Este artículo también discute la contribución que tanto el diseño de políticas públicas como la implementación efectiva de estrategias pueden tener en el éxito de las instituciones de educación superior.

Abarca y Mahncke, autoras del quinto artículo, abordan un tema muy relevante en la contingencia actual que es la posibilidad de manipulación contable discrecional y no discrecional en la información financiera presentada por las empresas. Tras los escándalos financieros de algunas empresas que cotizan en bolsa tanto a nivel nacional como internacional, se hace interesante analizar las posibilidades de manipulación contable por ajustes discrecionales, asociados a movimientos bursátiles. Esta investigación presenta el contexto teórico-bibliográfico de la situación nacional e internacional respecto a la materia, y

luego analiza algunas opciones que entregan las Normas Internacionales de Información Financiera para el manejo contable.

América Latina se caracteriza por tener un alto porcentaje de emprendedores, pero la gran mayoría son por necesidad y no por voluntad de quienes los emprenden. Los primeros, si bien todavía importantes, tienen un muy bajo impacto en el crecimiento y desarrollo económicos de los países. De ahí la importancia del sexto artículo presentado en este número. Díaz de León y Cancino investigan los factores que inciden en que los emprendimientos por necesidad transiten hacia emprendimientos por estilo de vida. Mediante un estudio exploratorio, se analizan cinco emprendimientos radicados en San Pedro de Atacama y Toconao, en Chile. Los resultados demuestran la importancia de apoyar los emprendimientos por necesidad a través de políticas públicas que fortalezcan el ecosistema empresarial y la entrega de un capital inteligente. Al finalizar, los autores discuten la importancia de las políticas de fomento productivo en las regiones rurales de países donde el mayor número de emprendimientos es por necesidad.

Le invitamos a usar y difundir estos artículos con sus alumnos y redes personales de contactos, y a la vez les extendemos una invitación a enviarnos sus contribuciones para los siguientes números de *Multidisciplinary Business Review*.

José I. Rojas-Méndez, Ph.D.

Editor

Associate Professor of International Business & Marketing

Sprott School of Business

Carleton University, Canada.