

EDITOR

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

EDITOR ASOCIADO

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

EDITOR INVITADO NÚMERO ESPECIAL

Jorge González González, Ph.D.
Tecnológico de Monterrey, México

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.,
University of Queensland, Australia

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 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, disseminación 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 conflictos
- 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

Este número especial de **Multidisciplinary Business Review** ha sido dedicado completamente a difundir casos de negocios escritos por profesores Hispanoamericanos y enfocados en la realidad de esta región. Un caso de negocios escrito para ser utilizado en la enseñanza es una descripción de una situación actual que comúnmente envuelve una *decisión*, un *desafío*, una *oportunidad*, o un *problema* al que se ve enfrentada una persona (o varias personas) en una organización (Mauffette-Lenders, Erskine, y Leenders, 1999).

Los beneficios de este método han convencido a importantes escuelas de negocios del mundo como Harvard a adoptarlo como herramienta principal en la enseñanza. Esta escuela declara que los estudiantes de su programa de maestría en administración participan durante su formación en resolver alrededor de 500 casos diferentes de negocios. A nivel Latinoamericano, existen varias escuelas de negocios que también han seguido esta tendencia, aunque muchas veces con menor intensidad. En nuestra región destacan en la producción y uso de casos de negocios las siguientes escuelas: Incae de Costa Rica, Itesm de Mexico, Ipade – Universidad Panamericana de México, Inalde de Colombia, e IAE de la Universidad Austral de Argentina.

Investigaciones realizadas a estudiantes de programas de maestría en administración en Argentina, Chile, Colombia y México revelan que el método de enseñanza-aprendizaje preferido por ellos es el de casos. Los cursos que se basan en este método son percibidos por los estudiantes Latinoamericanos como *estimulantes*, *motivadores*, *flexibles*, *prácticos*, *progresivos*, *creativos*, *activos*, *expresivos*, *democráticos*, *competitivos*, *de alta calidad* y *orientados al líder* (Rojas-Mendez y Ahmed, 2004).

Es evidente entonces que éste método de enseñanza-aprendizaje representa una excelente oportunidad para que los estudiantes desarrollen un tremendo inventario de habilidades, entre las que se cuentan: las analíticas, de toma de decisiones, de aplicación, de comunicación oral, de administración del tiempo, interpersonales o sociales, creativas y de comunicación escrita.

Agradecemos, por lo tanto, muy sinceramente a quienes han contribuido los casos de negocios que publicamos en este número, los que provienen de España, México, Colombia, Argentina y Chile. Los niveles de dificultad que presentan estos casos difieren en los aspectos conceptual, analítico y de presentación. Pero sin duda todos ellos son un aporte real a la enseñanza de negocios en la región. Las notas pedagógicas de los casos presentados aquí están disponibles para quienes decidan adoptar estos casos en los cursos que imparten, para lo cual hay que contactar directamente a los autores de los mismos.

Un agradecimiento especial al Dr. Jorge Alfonso González González, Director del Centro Internacional de Casos y de Vinculación de la Escuela de Negocios y Humanidades del Tecnológico de Monterrey, Campus Guadalajara, México, quien han servido como editor invitado para este número de **Multidisciplinary Business Review**, quien además presenta un interesante artículo introductorio sobre el método de casos.

José I. Rojas-Méndez, Ph.D.

Editor

Associate Professor of International Business & Marketing

Sprott School of Business

Carleton University, Canada