

Editor en Jefe / Editor in Chief

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

Editores Asociados / Associate Editors

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

Ph.D. M. Soledad Etchebarne López
Universidad de Chile, Chile

Asistente Editorial / Editorial Assistant

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

Comité Editorial / Editorial Board

Nawaz Ahmad, Ph.D.
Institute of Business Management, Pakistán

Mohsen Akbari, Ph.D.
University of Guilan, Irán

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

Marinés Aponte García, Ph.D.
Universidad de Puerto Rico, Puerto Rico

Luciana de Araujo Gil, Ph.D.
Universidad Diego Portales, Chile

Felix Arndt, Ph.D.
Guelph University, Canadá

Eli Avraham, Ph.D.
University of Haifa, Israel

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

Enrique Bigné, Ph.D.
Universidad de Valencia, España

Thomas Brashear Alejandro, Ph.D.
University of Massachusetts, EUA

Zelia Breda, Ph.D.
Universidade of Aveiro, Portugal

Thierry Burger-Helmchen, Ph.D.
University of Strasbourg, Francia

Irfan Butt, Ph.D.
Ryerson University, Canadá

Gregorio Calderón Hernández, Ph.D.
Universidad de Manizales, Colombia

Cary Cooper, Ph.D.
The University of Manchester, Reino Unido

Irene F. Daskalopoulou, Ph.D.
University of Peloponnese, Grecia

Gary Davies, Ph.D.
University of Chester, Reino Unido

Anabella Dávila Martínez, Ph.D.
Instituto Tecnológico de Monterrey, Mexico

Antonio Diaz Andrade, Ph.D.
Auckland University of Technology, Nueva Zelanda

Susanne Durst, Ph.D.
Tallinn University of Technology, Estonia

Frances Fabian, Ph.D.
The University of Memphis, EUA

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

Pedro M. García-Villaverde, Ph.D.
Universidad de Castilla-La Mancha, España

José Arturo Garza-Reyes, Ph.D.
The University of Derby, Reino Unido

Gour Gobinda Goswami, Ph.D.
North South University, Bangladesh

María Alejandra González-Pérez, Ph.D.
Universidad EAFIT, Colombia

Maribel Guerrero Cano, Ph.D.
Universidad del Desarrollo, Chile

Diane A Isabelle, Ph.D.
Carleton University, Canadá

Fauzia Jabeen, Ph.D.

Abu Dhabi University, UAE

Mary Jeyanthi, Ph.D.

Institute of Management Technology (IMT-N), India

Ana Jimenez-Zarco, Ph.D.

Open University of Catalunya, Spain

Erdener Kaynak, Ph.D.

Pennsylvania State University, EUA

Ma. Virginia Lasio Morello, Ph.D.

ESPAE, Ecuador

Juan Carlos Leiva Bonilla, Ph.D.

Instituto Tecnológico, Costa Rica

Karen M. Leonard, Ph.D.

University of Arkansas, USA

Fang Liu, Ph.D.

University of Western Australia, Australia

Roberto Luna-Arocas, Ph.D.

Universidad de Valencia, España

Francesco Massara, Ph.D.

IULM University, Italia

Carlos Maquieira Villanueva, Ph.D.

Universidad del Pacífico, Perú

Oscar Martín Martín, Ph.D.

Universidad Pública de Navarra, España

Elea McDonnell Feit, Ph.D.

University of Michigan, EUA

Miguel Angel Moliner Tena, Ph.D.

Universitat Jaume I, España

Samuel A. Mongrut Montalván, Ph.D.

Instituto Tecnológico de Monterrey, México

Dilip S. Mutum, Ph.D.

Nottingham University Business School, Malaysia

Ali Nejadmalayeri, Ph.D.

University of Wyoming, EUA

Nacima Ourahmoune, Ph.D.

KEDGE Business School, Francia

Neeraj Pandey, Ph.D.

National Institute of Industrial Engineering (NITIE), India

A. Parasuraman, Ph.D.

Vijaybhoomi University, India

Liliana Pedraja Rejas, Ph.D.

Universidad de Tarapacá, Chile

Francisco Pérez González, Ph.D.

Instituto Tecnológico Autónomo de México, México

Ana Pérez-Luño Robledo, Ph.D.

Universidad Pablo de Olavide, España

Liliana Perez-Nordtvedt, Ph.D.

University of Texas, Arlington, EUA

Haywantee Ramkissoon, Ph.D.

University of Derby, Reino Unido

José Ruiz Navarro, Ph.D.

Universidad de Cádiz, España

María Luisa Saavedra García, Ph.D.

Universidad Nacional Autónoma, México

Héctor San Martín Gutiérrez, Ph.D.

Universidad de Cantabria, España

Martin Schaffernicht, Ph.D.

Universidad de Talca, Chile

Refk Selmi, Ph.D.

University of Pau, Francia

Minelle Silva, Ph.D.

La Rochelle Business School, France

Juan Carlos Sosa Varela, Ph.D.

Universidad Ana G. Méndez, Puerto Rico

John Spillan, Ph.D.

University of North Carolina, EUA

Manuel F. Suárez Barraza, Ph.D.

Universidad de las Américas, México

Jorge Tarziján M., Ph.D.

Pontificia Universidad Católica, Chile

Elissar Toufaily, Ph.D.

American University Dubai, UAE

Arturo Vasquez Párraga, Ph.D.

University of Texas, Rio Grande Valley, EUA

John 'Andy' Wood, Ph.D.

James Madison University, EUA

Comité de Ética / Ethics Committee

Ph.D. José Ernesto Amorós Espinoza

Instituto Tecnológico de Monterrey, México

Ph.D. Cristian Muñoz Canales

Universidad de Santiago de Chile, Chile

Ph.D. Gina Pipoli de Azambuja

Universidad del Pacífico, Perú

■ OBJETIVO Y ALCANCE DE MBR

Multidisciplinary Business Review (MBR) es una revista académica fundada en 2008 por la Asociación de Directivos Superiores de Administración, Negocios o Empresariales de Chile A.G. (ASFAE), la cual publica artículos y casos académicos en el campo de los negocios.

El propósito principal de la revista es servir como un medio de diseminación de resultados de investigación académica basada en América Latina así como temas de negocios de interés global.

MBR es una revista semestral y actualmente está indexada en CrossRef, Latindex, AmeliCA y Google Académico. Se publican artículos tanto en idioma Español como Inglés.

Los artículos y casos sometidos a MBR deben representar investigaciones o trabajos originales con un máximo de 8.000 palabras. Los manuscritos sometidos no deben haber sido publicados anteriormente ni estar actualmente en revisión en algún otro medio. Todos los artículos sometidos a MBR serán arbitrados usando el sistema revisión anónima doble.

Los artículos deben ser sometidos a través del sitio www.journalmbr.net, siguiendo las instrucciones que allí se indican.

■ OBJECTIVE AND SCOPE OF MBR

Multidisciplinary Business Review (MBR) is a peer-reviewed journal founded in 2008 by the Chilean Association of Senior Managers in Business, Administration or Enterprises (ASFAE). MBR publishes research articles and case studies in the management field. MBR covers all areas of business management.

The main goal of this journal is not only disseminate business academic research based on Latin America but also those related to general business topics of global interest.

MBR is a biannual journal and currently is indexed in CrossRef, Latindex, AmeliCA and Google Scholar. The languages of publication are Spanish and English.

Articles and cases submitted for publication in MBR must be original and no longer than 8,000 words. Submissions must not have been published previously or be under concurrent consideration at another journal. All submissions to MBR will be subject to double-blind peer-review.

Articles must be submitted through the www.journalmbr.net site, following the instructions indicated there.

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.).

Multidisciplinary Business Review está indizada en: Cross Ref, Latindex, AmeliCA, and Google Académico (Google Scholar).

Consultas diríjelas al editor, Ph.D. José Rojas Méndez, e-mail: jose.rojas@carleton.ca. Dirección postal: Carleton University, 925 Dunton Tower, 1125 Colonel By Drive, Ottawa, ON K1S 5B6, Canadá.

Multidisciplinary Business Review, ISSN 0718-400X (print) and ISSN 0718 - 3992 (online version) is a biannual publication by the Association of Deans of Chilean Colleges of Business & Management (ASFAE). Abbreviation publication under the rules of ISSN is Multidiscip. bus. rev. (Print).

Multidisciplinary Business Review is indexed in: Cross Ref, Latindex, AmeliCA, and Google Scholar.

Inquiries can be directed to the editor, Ph.D. José Rojas Méndez, e-mail: jose.rojas@carleton.ca. Mailing address: Carleton University, 925 Dunton Tower, 1125 Colonel By Drive, Ottawa, ON K1S 5B6, Canada.

TABLA DE CONTENIDO / TABLE OF CONTENTS

VII Editorial

José I. Rojas-Méndez

1 La gestión financiera de las empresas del vino del Valle de Guadalupe: el turismo en la época actual

The financial management of the wine companies of Valle de Guadalupe: Tourism in the current era

Andrés Antonio Luna Andradea |Lino Meraz Ruizb

19 Elicitation Study Based on the Theory of Planned Behaviour that analyses the intention to Adopt Electronic Commerce in the Elderly

Estudio de elicitación basado en la Teoría del Comportamiento Planeado que analiza la intención de adoptar el comercio electrónico por parte de personas mayores.

Nadia Soto-Hernández |Elizabeth E. Grandón |Patricio Ramírez-Correa

37 El empoderamiento femenino a través del emprendimiento en la era digital

Female empowerment through entrepreneurship in the digital age

María Luisa Saavedra García

53 Marketing Potential of Homemade Food:
a New Entrepreneurial Endeavour

Potencial de comercialización de la comida casera: un nuevo emprendimiento

Mohammed Muneerali Thottoli |Tif Said Suhail Al Mazroui |

Duaa Suleiman Amur Al Hoqani |Maather Mohammed Al-Alawi

66 A systematic literature review and taxonomy proposition
of machine learning techniques in smart manufacturing

Una revisión sistemática de la literatura y propuesta taxonómica de las técnicas de aprendizaje automático en la fabricación inteligente

Frederico de Oliveira Santos |Ivanete Schneider Hahn

89 Fortalecimiento de micronegocios como motor de reactivación
económica y estrategia de formación profesional

Strengthening microbusinesses as an engine of economic recovery and vocational training strategy

Irina Margarita Jurado Paz

106 Héctor y el Norte

Case: Héctor and the North

Diego Bravo Fuenzalida

EDITORIAL

DOCE CONSEJOS PARA CREAR BUENOS TÍTULOS PARA MANUSCRITOS

Como editor en jefe de *Multidisciplinary Business Review*, en esta ocasión, deseo ofrecer orientación sobre cómo escribir un título eficaz para un manuscrito. Un título bien elaborado es crucial para captar la atención de los lectores, transmitir la esencia de la investigación y animarlos a explorar el artículo completo. Con frecuencia, los títulos de los trabajos de investigación tienen entre 10 y 15 palabras. Por lo regular, esta extensión es suficiente para transmitir el tema principal de la investigación, sin ser demasiado larga. Así pues, a continuación, se ponen en consideración algunos consejos adicionales para crear un buen título:

Sea claro y conciso. Su título debe proporcionar una “foto instantánea” de la investigación. Por lo que conviene evitar títulos extensos y complicados que puedan confundir o abrumar a los lectores. Apunte a la brevedad, manteniendo la claridad.

Utilice palabras clave. Incluya palabras clave relevantes, las que sean fundamentales para su investigación. Estos son términos que los lectores potenciales pueden usar en sus búsquedas y ayudan a que su artículo aparezca en los resultados de búsqueda.

Resalte la idea principal. El título debe capturar la idea principal, el enfoque o los hallazgos clave de su investigación. Debería responder al “¿y qué se pregunta?”, de modo que da a los lectores una razón para profundizar en el contenido de su artículo.

Sea específico. Evite títulos vagos o genéricos. En su lugar, sea específico sobre el tema, el alcance y el propósito de su investigación. Los títulos específicos son más atractivos para los lectores que buscan información detallada sobre un tema en concreto.

Evite las jergas. Manténgase alejado de la jerga técnica excesiva o de acrónimos que puedan resultar poco familiares a una audiencia numerosa. Asegúrese de que su título sea accesible para un público amplio de lectores.

Cree intriga. Un buen título despierta la curiosidad del lector. Puede ser provocativo, formular una pregunta llamativa o presentar un hallazgo

12 TIPS TO CREATE GOOD TITLES FOR YOUR MANUSCRIPTS

As the Editor-in-Chief of *Multidisciplinary Business Review*, I would like to provide guidance on how to write an effective title for a manuscript. A well-crafted title is crucial for grabbing readers’ attention, conveying the essence of the research, and encouraging them to explore the entire paper. In many cases, research paper titles are around 10 to 15 words in length. This length is sufficient to convey the main subject of the research without being overly long. Here are some additional tips for creating a good title:

Be Clear and Concise. Your title should be clear and concise, providing a snapshot of the research. Avoid long, convoluted titles that might confuse or overwhelm readers. Aim for brevity while maintaining clarity.

Use Keywords. Include relevant keywords that are central to your research. These are terms which potential readers might use in their searches, and they can help your paper surface in search results.

Highlight the Main Idea. The title should capture the main idea, focus, or key findings of your research. It should answer the “So what?” question and give readers a reason to delve into the paper.

Be Specific. Avoid vague or generic titles. Instead, be specific about your research’s subject, scope, and purpose. Specific titles are more appealing to readers looking for information on a particular topic.

Avoid Jargon. Steer clear of excessive technical jargon or acronyms that may not be familiar to a broad audience. Make sure your title is accessible to a broader readership.

Create Intrigue. A good title stimulates the reader’s curiosity. It can be provocative, ask a question, or present a surprising finding. However, it should remain true to the content of the paper.

Be Accurate. The title should accurately represent the content of the manuscript. Misleading or overly sensational titles can harm your credibility and reputation.

Consider the Target Audience. Think about who your intended audience is and what will resonate

sorprendente. Sin embargo, debe permanecer fiel al contenido del documento.

Sea preciso. El título debe representar con precisión el contenido del manuscrito. Los títulos engañosos o sensacionalistas pueden tener efectos negativos en su credibilidad y reputación como investigador.

Considere el público objetivo. Piense en quién es su público objetivo y qué palabras resonarán en ellos. Adapte su título para alinearlos con los intereses y preocupaciones de sus potenciales lectores.

Revise la gramática y la ortografía. Asegúrese de que su título esté libre de errores gramaticales y ortográficos. Los errores de redacción en el título pueden crear una primera impresión negativa.

Busque retroalimentación. Antes de finalizar su título, considere buscar comentarios de colegas, asesores o pares. Ellos pueden proporcionar información valiosa y sugerencias para mejorar.

Siga las pautas de la revista. Revise siempre las pautas específicas proporcionadas por la revista a la que planea enviar su manuscrito. Algunas revistas pueden tener requisitos particulares para el formato y la extensión de los títulos.

Revise una y otra vez. No tenga miedo de cambiar el título de su investigación si esto implica una mejoría. Es posible que descubra que surge un título más adecuado a medida que su manuscrito evoluciona.

Finalmente, recuerde que el título es lo primero que los lectores potenciales ven, por lo que cumple una función clave a la hora de determinar si su manuscrito recibe suficiente atención. Un título bien elaborado puede ser una herramienta poderosa para atraer lectores a su investigación.

José I. Rojas Méndez, Ph. D.

Editor en jefe

Profesor titular – Negocios internacionales & marketing

Sprott School of Business
Carleton University, Canadá

with them. Adjust your title to align with the interests and concerns of your target readers.

Check for Grammar and Spelling. Ensure that your title is free from grammatical and spelling errors. Errors in the title can create a negative first impression.

Seek Feedback. Before finalizing your title, consider seeking feedback from colleagues, advisors, or peers. They can provide valuable insights and suggestions for improvement.

Follow Journal Guidelines. Always review the specific guidelines provided by the journal to which you plan to submit your manuscript. Some journals may have particular requirements for title formatting.

Revise and Reprise. Don't be afraid to revise and reiterate your title. You may find that a more fitting title emerges as your manuscript evolves.

Remember that the title is the first thing potential readers see, and it plays a significant role in determining whether your manuscript gets the attention it deserves. A well-crafted title can be a powerful tool for drawing readers into your research.

José I. Rojas-Méndez, Ph.D.

Editor-in-Chief

Full Professor - International business & marketing

Sprott School of Business
Carleton University, Canada