

Editorial FIR, primera edición



Antonio Aragón Sánchez Ph.D
Universidad de Murcia, España
aaragon@um.es

Carlos Hernán González Campo Ph.D
Universidad del Valle, Cali - Colombia
carlosh.gonzalez@correounivalle.edu.co

El nacimiento de una nueva revista científica en el ámbito de la dirección de empresas (dirección, marketing, finanzas, contabilidad, recursos humanos, gestión del conocimiento, sistemas de información, estrategia, etc.), siempre debe valorarse como una buena noticia. Se pone a disposición de los investigadores un nuevo medio para la difusión y discusión de los investigadores en las distintas áreas y tópicos que abarcan la dirección de empresas. Éste es el objetivo de esta nueva revista que el lector tiene en su poder, contribuir a la difusión y al conocimiento de los trabajos de investigación en un contexto internacional, preferentemente iberoamericano, teniendo como “principio” inspirador y razón de ser la focalización en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Tenemos como objetivo a medio plazo, llegar a ser una revista reconocida en los ámbitos científicos y académicos y, por ello, los trabajos que se publican se someten a un doble proceso de evaluación por expertos de reconocido prestigio en la temática de cada uno de los mismos, de forma que los trabajos que se publiquen en la misma hayan sido sometidos a un intenso proceso de revisión y mejora, marcándonos el cumplimiento de las 36 características editoriales de *Latin-dex*, desde un primer momento.

¿Quién está detrás de esta nueva revista? La Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pyme, FAEDPYME, que es una organización privada de naturaleza fundacional sin ánimo de lucro, constituida por las Universidades de Cantabria, Murcia y Politécnica de Cartagena y los Gobiernos de la Región de Murcia y de Cantabria (España).

Dicha Fundación está trabajando varios años para la creación de una Red de Investigadores en el ámbito de la *mPyme* y con ese objetivo, viene realizando desde el año 2009 el informe *MPYME Iberoamericano*, del que se han publicado dos ediciones con la participación de 10 países y de investigadores de 39 universidades de dichos países hasta el momento actual.

El objetivo de FAEDPYME es establecer un espacio de colaboración, dentro de los ámbitos económico y social de la Pyme tanto a nivel nacional como internacional en orden a realizar conjuntamente actividades y trabajos de estudio, docencia e investigación, a facilitar y promover el intercambio de

información y del conocimiento, y el asesoramiento mutuo, así como a desarrollar aquellos otros proyectos que resulten de interés común. Por tanto sus fines son la Formación, Investigación, Desarrollo y Transferencia de conocimientos sobre el ámbito de las PYME, a nivel internacional.

En el cumplimiento de dichos objetivos se contextualiza *Faedpyme International Review – FIR-*, como resultado de varias discusiones académicas en las reuniones técnicas entre los miembros de la Red de Universidades e Instituciones de Investigación en Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (*miPyme*).

El objetivo principal de FIR es publicar y difundir artículos de investigación en el ámbito de la *miPyme*, promoviendo el intercambio de nuevos conocimientos, con el fin de contribuir a la consolidación de la *miPyme* como motor del desarrollo económico.

FIR es una revista de carácter internacional que pretende difundir en los ámbitos académicos y profesional las experiencias de investigadores de diferentes países con unas garantías de calidad en sus publicaciones, como hemos señalado anteriormente.

Para este primer número del volumen uno, hemos realizado una convocatoria internacional, teniendo como resultado la selección de siete artículos después del proceso de arbitraje realizado por investigadores con reconocida trayectoria en publicaciones internacionales en revistas de gran impacto.

Nuestro primer artículo tiene como título "Investigación cualitativa aplicada a las pequeñas y medianas empresas de la industria del software en Perú" de Miguel Hermógenes Mejía Puente, y plantea el problema de las empresas que se enfrentan a un entorno dinámico, generando procesos de aprendizaje desde la experimentación. Se realiza un análisis de caso a ocho pequeñas y medianas empresas de la industria del software.

Gonzalo Maldonado Guzmán, María del Carmen Martínez Serna y Sandra Yesenia Pinzón Castro son los autores de nuestro segundo artículo, que tiene como título "La efectividad del marketing en la Pyme de Aguascalientes: un estudio empírico", plantean cómo los cambios actuales en el campo del marketing, derivados de la globalización de los mercados y del alto nivel de competitividad de los negocios, están obligando a las organizaciones a replantear sus estrategias de marketing. Intentan contribuir a la realización de estrategias de marketing dentro de las actividades empresariales de las pequeñas y medianas empresas, al analizar 312 empresas Mexicanas, en los resultados obtenidos muestran las relaciones entre la filosofía del consumidor, la organización integral del marketing, el manejo de la información de marketing, la orientación estratégica y la eficiencia operacional.

Nuestro tercer artículo de este primer número tiene como título "El emprendimiento social: una comparativa entre España y países sudamericanos" de Catalina Nicolás Martínez y Alicia María Rubio Bañón, donde plantean cómo la crisis global que sufren en la actualidad la mayoría de los países está haciendo que las labores realizadas por las empresas sociales sean imprescindibles para alcanzar una sociedad igualitaria, eficiente y justa. Desde el proyecto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, analizan la influencia de una serie de variables, objetivas y cognitivas, del emprendedor social, sobre una muestra constituida por emprendedores sociales en España y en diversos países sudamericanos.

"Análisis del sector automotriz en una región de México" es nuestro cuarto artículo, escrito por Arturo Córdova Rangel, donde aborda el contexto de las unidades económicas del sector automotriz y analiza el perfil de las empresas, resultando 40 casos a encuestar que dividen en 8 dimensiones o factores.

Luis Enrique Valdez Juárez, Jesús Antonio Rascón Ruiz, Elva Alicia Ramos Escobar y Jorge Enrique Huerta Gaxiola son

los autores del quinto artículo con el título "Redes Sociales, una Estrategia Corporativa para las PyMES de la región de Guaymas Sonora México", el estudio se enfocó a las PyMES del sector comercio y servicios, y los resultados muestran que un gran porcentaje de los negocios no utilizan las redes sociales o no las aprovechan adecuadamente.

"Clúster electrónico para el desarrollo competitivo de mipymes a partir de acciones de inteligencia competitiva", fue escrito por Heber González Gutiérrez. Describe la funcionalidad práctica de un modelo de clúster electrónico, útil para el fomento a la competitividad de las mipymes, dentro de este modelo de sinergias, se propone la participación interactiva entre las tres hélices del desarrollo económico dentro de un clúster electrónico apoyado por la herramienta de Inteligencia Competitiva.

Nuestro último artículo de este número es "The financial information in the credit market for micro and small businesses, in underdeveloped regions", su autor Juan José Chable Sangeado, analiza el papel que juega la información financiera en el acceso a los recursos financieros externos para las micro y pequeñas empresas en México, también incluye el análisis de fuentes de crédito en este mercado.

Este es el resultado de investigaciones realizadas en Pymes latinoamericanas, con sólidas metodologías y grandes aportes a la discusión. Desde FIR agradecemos a estos autores por creer en nuestro proyecto, donde queremos convertirnos rápidamente en un espacio para divulgar los resultados de las investigaciones en el área, logrando ser un gran referente para investigadores y académicos a nivel mundial.

No queremos finalizar este primer editorial sin agradecer a los miembros del Comité Editorial que nos hayan dado su confianza y avalado el desarrollo de este proyecto que, con este primer número ve la luz. Vaya, pues, nuestro agradecimiento a los profesores Jean Bonnet, César Camisón, Marcus Dejardin, Domingo García, Antonia Madrid, Francisco Javier Martínez, José Luis Munuera, Augusto Rodríguez, Gregorio Sánchez y Howard Van Auken, por su respaldo y apoyo en todo momento.

En fin, quedamos en sus manos para que como lectores juzguen el contenido de nuestro primer número.