

Carta del editor

El equipo editorial de la *Revista Mercados y Negocios* ha estado realizando cambios significativos en el último año, a fin de que la revista alcance una mayor visibilidad en paralelo a mayor calidad en sus contenidos. Esto último impone un doble desafío. El reto principal es mantener la calidad en el arbitraje y los contenidos, al mismo tiempo que cubrir con los tiempos para publicar puntualmente. Reconociendo ante cualquier obstáculo o dificultad que el elemento clave es el proceso de arbitraje.

Esto se debe a que los resultados y hallazgos de una investigación, sólo están sometidas al juicio y a la crítica de los usuarios o al intento de replicación de otros investigadores, cuando son publicadas en el espacio propicio (Miyahira, 1995). Este espacio propicio se construye mediante el arbitraje; pero no por el de “cualquier experto”. Se solicita el arbitraje que emana de un “buen revisor”, experto en el tema.

¿Qué se requiere para ser un buen revisor? Esencialmente, que sea especialista en el tema que ha de valorar. Sin embargo, esto quedaría anulado si carece de buen juicio, facilidad para enseñar, excelente redacción, formalidad, espíritu de servicio, tacto, discreción y honradez. Estamos de acuerdo con Miyahira (1995), para ser un buen árbitro se necesitan las mismas prendas intelectuales y morales que se requieren para destacar en la enseñanza y la investigación. La diferencia que existe entre estas y el arbitraje es que éste último constituye una labor generalmente anónima y no remunerada. Por esto último, se tiene la necesidad crónicamente insatisfecha de personas competentes para desempeñar íntegramente las funciones de revisor (Miyahira, 1995).

Mercados y Negocios no se conforma por un equipo de tres o cuatro personas encargadas de coordinar el arbitraje, maquetar y procesar la publicación. *Mercados y Negocios* se conforma por aquellos investigadores de las Ciencias Administrativas que buscan la verdad; que generan nuevas preguntas antes que respuestas; que debaten, reflexionan y dialogan; que tienen la tarea de construir conocimiento científico sobre y con impacto en la realidad de los mercados y los negocios. En otras palabras, esta revista ha sido construida por una comunidad científica que trasciende al ámbito nacional, cuyo rostro toma distintas formas: árbitro, autor, lector, editor, consejero. Todo esto hace que los cambios sean más complejos e involucren a un gran número de investigadores de distintas regiones y universidades. Y ¿qué es lo que conduce a la sociedad científica a comprometerse con la revista? La credibilidad en los resultados, la visión de largo plazo para apostar por una comunidad más consolidada y con mayor representación internacional.

Este compromiso que emana de la comunidad obliga al equipo editorial a trabajar de cara a la indización. ¿Y por qué tal obligación? Porque la indización de una revista es sinónimo de calidad y de rigor científico; para alcanzarla se deben reunir condiciones bajo los criterios de: calidad científica y editorial, estabilidad y visibilidad. En otras palabras, la revista debe ajustarse al patrón de referencia de los aspectos que se evalúan para lograr su incorporación al índice. La estabilidad se refiere a la periodicidad de la publicación, entendida como el número de fascículos que se publican en un tiempo determinado. Mientras que la visibilidad se vincula con la condición de aceptación y proyección que le confiere un grado de posicionamiento en el entorno local, regional, nacional e internacional. (Sánchez y Hernández, 2003)

La confianza y colaboración ha dado sus frutos. *Mercados y Negocios* ha iniciado un proceso de evaluación en varios medios de edición científica para su inclusión en índices y bases de datos que certifican la calidad. En breve periodo se están viendo resultados, acompañados de nuevos ajustes que exigen un doble y tercer esfuerzo. Entre estos resultados se encuentra la inclusión, a partir de este número, en *Dialnet* y la actualización en tres bases de datos de *EBSCO*. Deseamos que todo esto nos obligue a continuar ajustando la revista a las prácticas editoriales internacionales, y que la apuesta por la misma se redoble y traduzca en términos de convertirla en una referencia internacional en la divulgación científica. Con estas ideas en mente se presentan los siguientes artículos.

4

En el primer artículo, “Evolución de la periferia europea en la cadena de valor automotriz: lecciones aprendidas de Galicia (España)”, Jesús F. Lampón y Pablo Cabanelas Lorenzo muestran los cambios que se han producido en el sistema productivo automotriz y que han permitido una evolución hacia actividades de mayor valor añadido. La disponibilidad de un tejido institucional sólido, la alta cualificación del empleo y el desarrollo de un entramado productivo con base local, han sido algunos de los factores clave en esta evolución. Las lecciones obtenidas constituyen una referencia para otras regiones periféricas del sector automotriz. Sin embargo, la industria de la región vislumbra una serie de retos que tendrá que acometer y que serán extensibles a otras regiones.

“The Resource-Based View and the Concept of Value. The Role of Emergence in Value Creation” es el segundo trabajo. Luis Armando Luján Salazar aborda el concepto de valor dentro de la teoría de recursos y capacidades. Afirma que el atributo de valor es la condición única y necesaria. También argumenta que ningún recurso o estrategia es valioso por sí mismo debido a que está relacionado con otros recursos y capacidades. El autor discute cómo emerge el valor a partir de una configuración de recursos y ofrece una revisión del concepto al relacionarlo con los atributos: rareza, no imitable e irremplazable.

Javier Chávez Meléndez presenta el artículo “Dimensión de competitividad urbana en la zona sur de Tamaulipas: el papel del gerente”. Este tercer trabajo usa la metodología del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), basada en una serie de indicadores denominada ICES (iniciativa de ciudades emergentes sustentables), para el diagnóstico de una ciudad o zona conurbada de cara a las acciones de mejora. El autor hizo una investigación descriptiva, con enfoque cuantitativo, basada en el desarrollo de la dimensión de competitividad urbana en la zona sur de Tamaulipas.

El cuarto artículo analiza la forma en que las Organizaciones de Producción Cinematográficas elaboran sus personajes principales heroicos para satisfacer las necesidades de entretenimiento de los espectadores. En este se define el concepto de héroe analizando los tipos y sus descripciones. Se detallan las características de los mismos y cuáles de éstas tienen más agrado entre los espectadores. Otro objetivo de la investigación realizada por David Fernando Lozano Treviño fue proponer estrategias de marketing para aumentar la participación de mercado.

La reseña al libro *Competitiveness for Industry, Science and Education* es valorada por Sofía Ruiz Campos. Y por último, los indicadores financieros son analizados por Juan Gaytán.

Dra. Tania Elena González Alvarado
Co-Editora

REFERENCIAS

- Miyahira Arakaki, J. M. (1995). El arbitraje editorial en las revistas médicas. *Revista Medica Herediana*, 6(3), 106-106.
- Sánchez, E. J. J., & Hernández, E. M. A. C. (2003). Algunas consideraciones sobre la evaluación de la calidad de las revistas. *Rev Enferm IMSS*, 11(1), 1-3.

