



Mercados y Negocios
ISSN: 1665-7039
ISSN: 2594-0163
revistamercadosynegocios@cucea.udg.mx
Universidad de Guadalajara
México

Carta del director

González Alvarado, Tania Elena

Carta del director

Mercados y Negocios, núm. 39, 2019

Universidad de Guadalajara, México

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571860887008>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

Carta del director

Tania Elena González Alvarado
Universidad de Guadalajara, México
tania.gonzalez@cucea.udg.mx

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571860887008>

CARTA DEL EDITOR

Mercados y Negocios ha sido incluida en la *Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico* (REDIB) a partir del mes de julio de 2018. REDIB es una plataforma de agregación de contenidos científicos y académicos en formato electrónico producidos en el ámbito iberoamericano. Cuando se refiere al ámbito latinoamericano es en sentido cultural y social; por tanto, no se refiere al espacio geográfico.

Una de las entidades participantes en REDIB es la Agencia Estatal Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). CSIC es la mayor institución pública dedicada a la investigación en España y la tercera de Europa. Está adscrita al Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación. El objetivo de CSIC es desarrollar y promover investigaciones en beneficio del progreso científico y tecnológico. *Mercados y Negocios* debió cumplir con los criterios de calidad formales y de contenido determinados por CSIC y Universia para ser incorporada en el proyecto.

El equipo editorial de *Mercados y Negocios* considera que este es un paso más hacia la visibilidad de la revista, al mismo tiempo, es un reconocimiento al esfuerzo por hacer de *Mercados y Negocios* un referente de la difusión y de la divulgación de resultados científicos en el campo de los negocios. Con esta idea, se presenta el número 39, conformado por seis artículos de investigación.

El primer artículo, *Competing for Tomorrow's Customers: A View from the Future Foreign*, es presentado por la doctora Nancy Church, quien compila las actividades más importantes que los expertos en Mercadotecnia necesitan desarrollar ante el ambiente competitivo de los próximos años. El propósito de su investigación es mostrar al especialista en mercadotecnia en qué es fundamental concentrarse, cómo aumentar sus conocimientos y cómo construir continuamente sus capacidades y competencias para un mayor aprovechamiento del futuro.

El segundo artículo ha sido escrito por dos especialistas de orden mundial, Demetrios Argyriades y Pan Suk Kim, ambos miembros del International Institute of Administrative Sciences (cuya sede se encuentra en Bélgica). Los dos autores cuentan con una amplia trayectoria internacional sobre Administración Pública. Este segundo artículo aborda una reflexión profunda sobre la pregunta ¿Hemos sido víctimas voluntarias de aventureros soñadores al usar metáforas como modelos? Los autores sostienen que, impuesto al mundo como una receta única para el buen gobierno, a nivel nacional e internacional, se ha transformado el gobierno y la democracia desde la cabeza; socavando los mismos cimientos sobre los que se creó el orden global. Para quienes buscan una respuesta a los nuevos escenarios y los retos propios del siglo XXI, les es menester leer este artículo titulado *Fragility and Sustainability: Two Conflicting Major Challenges of this Twenty-First Century*.

The shared benefit approach to competitiveness, es el trabajo que ocupa el tercer espacio dentro de la revista. Este fue escrito por Saúl Alfonso Esparza Rodríguez y Jaime Apolinar Martínez Arroyo. Los autores presentan un enfoque para medir la competitividad en las organizaciones al introducir una medición del índice de las capacidades de procesos relacionadas con atender las necesidades y expectativas de grupos de interés esenciales.

Esthela Galván Vela y Gregoria Santos González escribieron *Análisis de la elasticidad del precio y ventaja comparativa revelada del sector de cítricos en México*, el cuarto trabajo correspondiente a este número. El objeto del artículo es identificar la elasticidad precio de la oferta y la demanda, la ventaja de competitividad revelada (VCR), así como aplicar la Teoría de Integración Económica de Balassa para determinar el nivel de competitividad del sector agropecuario del limón, la lima y la lima persa en México. Los resultados permiten estimar un impacto favorable en la comercialización del cítrico al presentarse inelástico con respecto a su precio; adicionalmente, la VCR y el índice de Balassa, indican una ventaja competitiva sumamente favorable derivada del intercambio comercial del producto con el mundo y, principalmente, con los Estados Unidos de América.

El quinto trabajo, *Adopción de Apps móviles para el servicio de taxi en México*, analiza los factores que influyen en la intención de continuar con el uso de las aplicaciones para solicitar el servicio de taxi privado entre los jóvenes de la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México. Se centra en las relaciones entre la calidad de la información, calidad del sistema, calidad del diseño de la interfaz, influencia social y el riesgo percibido. Los resultados, presentados por Claudia Preciado Ortiz, Marlon Hernández Preciado, Lilia Hernández Reyes y Ana Medina Aguayo, indican que la calidad del diseño de la interfaz, la influencia social y el riesgo percibido son predictores influyentes en la intención de continuar el uso de este tipo de aplicaciones móviles.

En *Aplicación del conocimiento como bien común y mejora social*, Manuela Badillo Gaona, Lucía Paredes Rojas y Abraham Fajardo Ramírez reflexionan sobre la participación de las Instituciones de Educación Superior para consolidar auténticas sociedades del conocimiento como bien común y desarrollo social en el marco de la política en sostenibilidad de la UNESCO. El objetivo del sexto y último artículo consiste en identificar los enfoques dominantes que definen acciones tendientes a un desarrollo acorde a las exigencias actuales.

Mercados y Negocios continúa en un esfuerzo conjunto para alcanzar la visibilidad y el prestigio internacional entre los especialistas de las Ciencias Económico-Administrativas. Esperamos que el esfuerzo continúe y rinda el fruto esperado. Agradecemos como siempre a los autores, lectores, al Comité Científico, al Consejo de Redacción, y a la comunidad científica internacional por la confianza y apoyo, cualquier esfuerzo sin ustedes sería en vano.

Dra. Tania Elena González Alvarado
Co-editora

ENLACE ALTERNATIVO

<http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/MYN/issue/view/716> (pdf)