



Revista Internacional **ADMINISTRACION & FINANZAS**

Volumen 3

Número 3

2010

CONTENIDO

Aprendizaje Organizacional en las Mipymes	1
Jorge Hernández Palomino, Ricardo Melgoza Ramos, José De Jesús Espinoza	
Las Competencias de los Guías de Turistas Como Ventaja Competitiva en el Sector Turista: Caso Cancún Quintana Roo	11
Lucila Zárraga Cano, Enrique Corona Sandoval, Víctor Manuel Molina Morejón	
El Financiamiento Como Factor de Competitividad para el Productor de Trigo del Valle de Mexicali, Baja California, México	25
Cruz Elda Macias Terán, Leonel Rosiles López, Blanca Rosa García Rivera, Santiago Pérez Alcalá	
Funcionamiento de Empresas de Base Tecnológica: Obtención de Recursos Estratégicos en las Junturas Críticas	39
Carlos Fong Reynoso, Moisés Alejandro Alarcón Osuna	
Comercialización de Productos de Centros de Investigación	55
Carmen Castrejón Mata	
El Reciclado de Vehículos y su Relación con el Desarrollo Sustentable de la Región Fronteriza de Mexicali, Baja California, México	67
Cesar Sánchez Ocampo, Lourdes Alicia González Torres, Jesús Francisco Gutiérrez Ocampo	
Comercio Electrónico Como Estrategia Impulsora de las Exportaciones en México	81
Yessica Helgueros	
Tipología de la Cooperación Interempresarial: Caso de la Industria Metalmeccánica de Coahuila	91
Zóchitl Araiza Garza, Elvira Velarde López, Amalia Zarate Vasquez	

APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL EN LAS MIPYMES

Jorge Hernández Palomino, Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez
Ricardo Melgoza Ramos, Universidad Autónoma de Cd. Juárez
José de Jesús Espinoza, Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez

RESUMEN

Esta investigación descriptiva analiza con un diseño cuantitativo el aprendizaje organizacional en su proceso de alcanzar nuevos niveles de competencia e innovación. Para el análisis de la información se utilizó la tasa de concentración de Herfindahl y el modelo de Ren. Dado que este estudio se fundamentó en analizar el grado de desempeño y diversificación de empresas del ramo electrónico un análisis estadístico de regresión fue llevado a cabo. Los resultados permiten concluir que cubrir múltiples mercados crea un mercado más seguro para las empresas. Los resultados brindan información para determinar que la competencia e innovación se encuentra estrechamente ligada al aprendizaje organizacional. Esto es el resultado de sistematizar el aprendizaje generado por los errores cometidos. A medida que se corrigen los sistemas y los procesos se amplían las oportunidades de ser más competitivos. Los resultados de este estudio sugieren que la innovación y la competitividad de las empresas de este tipo se dan en función del avance en el aprendizaje organizacional. Dado que este estudio se realizó en tiempos de crisis económica futuras investigaciones podrán analizar el aprendizaje organizacional en diferentes tiempos y desde otras perspectivas o enfoques., Las limitaciones del estudio también son presentadas.

PALABRAS CLAVE: Aprendizaje Organizacional, Indicadores de concentración, innovación, Mipymes

ORGANIZATIONAL LEARNING IN THE MIPYMES

ABSTRACT

This descriptive research analyzes the relationship between organizational learning and new levels of competence and innovation. The data analysis used the Herfindahl concentration ratio, Ren Model and regression analysis. The study analyzes development degree and diversification of electronics industry Mipymes in Mexico. The results suggest that different markets are better for the companies involved. Competence and innovation have a strong relation with organizational learning. The study is limited to economic analysis in the electronics industry.

JEL: J24, L19, L21

KEYWORDS: organizational learning, concentration index, innovation, SMEs

INTRODUCCIÓN

El entorno de las Mipymes se da en un terreno de cambio constante, caracterizado por globalización, consumismo, cambios tecnológicos dinámicos y profesionales del “self-thinking” que atienden a un mercado que puede cambiar al instante. Mientras algunos pequeños negocios están siendo presionados para sobrevivir, otros son catapultados a la prosperidad hasta convertirse en alguna de las más grandes organizaciones mundiales. Las Mipymes son retadas para adaptarse, generar y generalizar nuevo conocimiento antes que la competencia. Hace más de una década que Adler y Cole (1993)

LAS COMPETENCIAS DE LOS GUÍAS DE TURISTAS COMO VENTAJA COMPETITIVA EN EL SECTOR TURISTA: CASO CANCÚN QUINTANA ROO

Lucila Zárraga Cano, Universidad del Caribe, Cancún, Mexico

Enrique Corona Sandoval, Universidad del Caribe, Cancún, Mexico

Víctor Manuel Molina Morejón, Universidad Autónoma de Coahuila, Unidad Torreón, México

RESUMEN

Se presenta una descripción de las competencias laborales que las operadoras turísticas (tour operadoras) exigen a los guías de turistas para desempeñar mejor sus funciones ya que son una pieza clave en la experiencia que los turistas tienen de un destino turístico, siendo ellos en gran parte responsables de la imagen que un turista se lleva a su país de origen. El objetivo de esta investigación es analizar cuáles son las competencias profesionales más valoradas por los tour operadores al momento de contratar los servicios de un guía de turista, que representará a su empresa; a través de análisis estadísticos, como frecuencias, y el estadístico Lambda de Wilks para ver si hay una pertinencia, de las variables en cada grupo de competencias. La discusión se aborda sobre las competencias genéricas, específicas y básicas que permitan desempeñar de manera más eficaz la labor del guía en el marco del Estado de Quintana Roo, para generar un análisis comparativo entre lo que los turistas y los tour operadores valoran más.

PALABRAS CLAVE: guía de turista, competencias, conocimientos, actitud, habilidades, destino turístico

ABSTRACT

This paper provides a description of the work skills that tour guides require to better perform their duties. Tour guides are a key part of the tourism destination experience. The objective of this research is to analyze the skills most valued by tour operators in hiring the services of a tourist guide. Statistical methods are used to analyze the data. The discussion identifies generic and specific skills that enable the guide to more effectively carry out their work.

JEL: M1, M10

KEY WORDS: tourist guide, knowledge, attitude, skills, tourism destination.

INTRODUCCIÓN

El estado de Quintana Roo, cada año cuenta con la visita de turistas tanto nacionales como internacionales (Tabla 1) a sus diferentes destinos turísticos con los que cuenta el estado de Quintana Roo (SECTUR, 2008) (ver Tabla 1).

Los turistas se sienten atraídos al destino debido a los atractivos con los que cuenta el estado que son: playas, zonas arqueológicas, centros nocturnos y parques temáticos, entre otros. Específicamente Cancún como destino turístico, cuenta con una infraestructura hotelera de 145 hoteles y 28, 371 cuartos (SECTUR, 2008), sin embargo el estado cuenta con otros destinos turísticos de talla internacional en la parte norte del estado, que abarca tanto la Riviera Maya y Playa del Carmen entre otros destinos (Tabla 2).

EL FINANCIAMIENTO COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD PARA EL PRODUCTOR DE TRIGO DEL VALLE DE MEXICALI, BAJA CALIFORNIA, MÉXICO

Cruz Elda Macias Terán, Universidad Autónoma de Baja California
Leonel Rosiles López, Universidad Autónoma de Baja California
Blanca Rosa García Rivera, Universidad Autónoma de Baja California
Santiago Pérez Alcalá, Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

La presente investigación aborda el tema de la competitividad en el agro mexicano; problemática que representa un reto en los distintos niveles de producción, principalmente para el pequeño productor que en forma individual o a través de comunidades ejidales de producción agroalimentaria realizan sus actividades agrícolas. Este trabajo de investigación se delimita a los agricultores de trigo en el valle de Mexicali, Baja California, México. El propósito de la investigación es realizar un análisis de las diferentes opciones de financiamiento a las cuales se puede recurrir en el ámbito de la agricultura mexicana. Se detallan los requisitos que deben cumplirse para ser sujeto de crédito, el costo de los intereses y las características de las diferentes fuentes de financiamiento. La investigación que se presenta se realizó a través de la aplicación de una metodología de corte cuantitativo. Se aplicó un muestreo no probabilístico, el cual consistió en tomar en cuenta la participación voluntaria de los productores de trigo quienes realizaron sus cultivos en el ciclo 2008/2009. Los hallazgos de esta investigación mostraron la importancia del financiamiento para lograr una mayor y mejor producción, con la consecuente mejora en la competitividad, tanto en el mercado nacional como en el extranjero.

PALABRAS CLAVE: finanzas agrícolas, competitividad, financiamiento, trigo

ABSTRACT

This research addresses the issue of competitiveness in Mexican agriculture. The research analyzes problems that represents a challenge in different levels of production, mainly for the small producer who operates individually or through agrifood production communities. This research focuses on wheat farmers in the Baja California Mexicali Valley in Mexico. The purpose of this research is to analyze the different options for financing that are available in the field of Mexican agriculture. The requirements that must be met to obtain credit, the cost of interest and characteristics of the different sources of financing are described. The research presented is quantitative in nature. The sampling consisted of taking into account the voluntary participation of wheat producers in the 2008 / 2009 cycle. The findings of this research showed the importance of financial resources to achieve a greater and better production, with the consequent improvement in competitiveness, both domestic and abroad.

JEL: Q12, Q13, Q14

KEY WORDS: agricultural finance, competitiveness, financing, wheat

FUNCIONAMIENTO DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA: OBTENCIÓN DE RECURSOS ESTRATÉGICOS EN LAS JUNTURAS CRÍTICAS

Carlos Fong Reynoso, Universidad de Guadalajara
Moisés Alejandro Alarcón Osuna, Universidad de Guadalajara

RESUMEN

El presente proyecto analiza las alianzas entre empresas como estrategia de obtención de recursos estratégicos en Empresas de Base Tecnológica (EBT). Se toma como referencia el modelo de Vohora et al (2004), en donde se plantea que las EBT, para conseguir su desarrollo óptimo deben superar diferentes junturas o transiciones críticas, que existen entre las diversas etapas de su funcionamiento. Las alianzas o interacciones estratégicas constituyen uno de los mecanismos que permiten superar dichas transiciones críticas, ya que posibilitan el acceso a los recursos que son valiosos para las empresas. A través de las alianzas se puede reducir el costo y el riesgo en el desarrollo de recursos estratégicos. Pero este mecanismo de obtención de recursos supone un riesgo de imitación competitiva importante ya que está asociado a la base de recursos estratégicos en que se sustenta la ventaja competitiva de la empresa, o que inclusive justifica la creación y existencia de la EBT en cuestión. En este sentido, desde la perspectiva teórica, tanto de la ventaja competitiva (teoría de recursos y capacidades) como desde los modelos de creación de EBT, compartir recursos estratégicos podría ser considerado una anomalía, el presente trabajo aborda también el análisis de dicha anomalía.

PALABRAS CLAVE: EBT, Junturas críticas, interacciones estratégicas, obtención de recursos.

TECHNOLOGY BASED FIRMS PERFORMANCE: PROCUREMENT OF STRATEGIC RESOURCES IN CRITICAL JUNCTURES

ABSTRACT

This study analyzes alliance between Technology Based Firms (TBF) as a strategy to obtain strategic resources. Taking as reference the model from Vohora et al (2004), who determined that the TBFs perform better when they rely on strategic alliances at critical transitions in their stages of performance and development. Strategic alliances or strategic interactions assist these firms in gaining access to valuable resources. Through the alliances, cost and risk of developing strategic resources can be reduced. However, strategic alliances have the risk of competitive imitation since it exposes the base of strategic resources in which the competitive advantage is sustained. In this sense, from the theoretical perspective, competitive advantage (Resources Based View) and technology based firms, sharing strategic resources could be considered an anomaly. The present study analyzes this anomaly.

JEL: M13; M21

KEYWORDS: Technology based firms, strategic alliance, resource based view, cost reduction

COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE CENTROS DE INVESTIGACION

Carmen Castrejón Mata, Universidad de Guanajuato

RESUMEN

La importancia que en la actualidad tiene el satisfacer las necesidades de los mercados de bienes y servicios ha llevado a centros y laboratorios de investigación a comercializar los productos y servicios que en ellos se desarrollan, sin embargo, no se ha logrado llevar al mercado muchos de estos desarrollos por diferentes causas, lo que ha llevado a perder la oportunidad de que consumidores en distintas partes no solo del estado sino del país e incluso de otras partes del mundo puedan aprovecharlos para satisfacer necesidades de los consumidores. Algunas de las razones detectadas en el presente estudio tienen que ver con la actitud emprendedora para los negocios por parte de quienes llevan a cabo esas investigaciones, la falta de inversión para los proyectos, así como otros factores que son importantes y que podrían ser contrarrestados si se desarrollaran modelos de comercialización que faciliten la inversión y la administración de dichos proyectos.

PALABRAS CLAVE: Comercialización, desarrollo del producto, laboratorios tecnológicos y de investigación, necesidades, mercado

PRODUCT RESEARCH CENTERS: MARKETING OF DEVELOPED PRODUCTS

ABSTRACT

Research centers and labs fulfill an important market need; they identify a potential market need for goods and service and develop the product or service to satisfy the specific need. Unfortunately, research centers and labs have failed to market their products and services to consumers. This research identifies the reasons for this failure. The results show that entrepreneurial attitudes toward business, lack of investment capital, inadequate commercialization strategies are to blame. The study offers insights on how to overcome these problems, including developing marketing models to improve investment and project administration.

JEL: M31

KEYWORDS: Marketing, product development, technological laboratories and research, needs, market

INTRODUCCIÓN

Muchos de los proyectos que se desarrollan en los laboratorios tecnológicos y de investigación en el estado de Guanajuato no se pueden llevar al mercado para poder satisfacer necesidades específicas de consumidores; es por esto que se plantea la necesidad de desarrollar un Modelo de Comercialización como una herramienta que facilite los procesos necesarios para que los productos lleguen al mercado que los demanda. Ante esta necesidad de comercialización se lleva a cabo la investigación en centros de investigación en el estado de Guanajuato, para poder determinar algunos de los factores que han incidido en la falta de comercialización de los productos desarrollados.

EL RECICLADO DE VEHÍCULOS Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA REGIÓN FRONTERIZA DE MEXICALI, BAJA CALIFORNIA, MÉXICO

Cesar Sánchez Ocampo, Universidad Autónoma de Baja California
Lourdes Alicia González Torres, Universidad Autónoma de Baja California
Jesús Francisco Gutiérrez Ocampo, Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

La importancia de la situación geográfica de nuestro país, es una gran ventaja para lograr comercializar productos con los países más poderosos del mundo, aunado a nuestra mano de obra barata y el fácil acceso para instalarse en nuestro país, son algunas de las razones por las cuales se han desarrollado las industrias de desmantelamiento de autos con gran éxito. Las empresas desmanteladoras de autos necesitan empezar a aplicar programas apegados a los estándares internacionales para así hacer del reciclado y reutilización de partes un negocio que beneficie a la sociedad, y que no solo eso, sino también no genere contaminación al medio ambiente y genere problemas a las regiones donde se instalan, es importante generar una legislación más estricta en este sentido, capacitando y creando apoyos para la generación de nuevas tecnologías que protejan el medio ambiente y nos permitan tener una mejor calidad de vida. De igual manera si queremos exportar de una manera más competitiva necesitamos adaptarnos a los nuevos estándares mundiales y empezar a crear empresas más eficientes en el uso y manejo de políticas ecológicas y ambientales.

PALABRAS CLAVE. Reciclado, Vehículos, Desarrollo sustentable, Mexicali, Desmanteladoras.

VEHICLE RECYCLING AND ITS RELATIONSHIP TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT: THE CASE OF THE BORDER REGION OF MEXICALI, BAJA CALIFORNIA MEXICO

ABSTRACT

Mexico's geographical location coupled with its cheap labor and easy business setup process has played an important role in where companies establish their factories. The auto dismantling industry has successfully taken advantage of Mexico's unique attributes and established a thriving industry. This study analyzes the auto dismantling industry in Mexicali. The study shows that the Mexico auto dismantling industry has to follow international auto part recycling standards that benefit society, eliminate pollution and social problems.. It is important to generate stringent legislation to regulate auto recycling. In addition, the industry should provide training and build support for the generation of new technologies that protect the environment and provides a better quality of life for the communities where the industry operates.

JEL: M14, M48, K2

KEYWORDS: Recycling, Transportation, Sustainable, Development, Mexicali, Dismantlers.

COMERCIO ELECTRÓNICO COMO ESTRATEGIA IMPULSORA DE LAS EXPORTACIONES EN MÉXICO

Yessica Helgueros, Universidad Tec Milenio

RESUMEN

Debido a la creciente incursión de los medios electrónicos en el ámbito comercial, y a la necesidad de información pronta y oportuna que permitan tomar decisiones, así como eficientar los tiempos y recursos; se han desarrollado nuevos modelos de negocios en Internet. El presente trabajo consiste en la recopilación de datos respecto al e-commerce B2C de 30 empresas establecidas en la República Mexicana, en cuanto al importe de ventas por Internet, los resultados de ventas por sector, la distribución geográfica en Internet de las ventas, con la finalidad de analizar la rentabilidad de invertir en el e-commerce como estrategia impulsora de exportaciones en México; ya que si bien es sabido, los medios electrónicos están repuntando las ventas de las organizaciones al extranjero. La investigación arrojó resultados denotando que las ventas por Internet tanto para el mercado interno como para el extranjero están incrementándose, nuevos mercados están surgiendo, y la confianza del mercado mexicano está consolidándose, trayendo como consecuencia, una mejora en el desarrollo y crecimiento económico derivado de la inyección de ingresos al país.

PALABRAS CLAVE: comercio electrónico, Internet, exportaciones, tecnologías de información y comunicación)

MEXICO BUSINESSES AND E-COMMERCE: SALES AND EXPORTS GROWTH

ABSTRACT

Due to the growing use of electronic media in the commercial area, and the need for prompt and timely information for making decisions as well as efficient and streamline use of time and resources; New internet business models have been developed. This study involves the analysis of data from 30 e-commerce B2C companies established in Mexico. Data analyzed involves the amount of Internet sales, sales results by sector and geographic distribution of Internet sales. The study also analyzes profitability of investing in e-commerce as a driving strategy of exports in Mexico. The results show that Internet sales for both the domestic and international markets are increasing. New markets are emerging, and the confidence of the Mexican market is consolidating, consequently resulting in an improvement in economic growth and development resulting from the injection of income into the country.

JEL: O11, O30

KEYWORDS: e-commerce, Internet, exports, information and communication technologies)

INTRODUCCIÓN

La incursión de la Internet al sector empresarial ha transformado el rumbo en las relaciones comerciales de México con el mundo, ya que las Tecnologías de Información y Comunicación representan una herramienta para la compra y venta de bienes y/o servicios que vencen las barreras geográficas, de tiempo, de accesibilidad de la información de manera pronta y oportuna; además de propiciar las relaciones con proveedores, clientes, inversionistas e inclusive con los mismos competidores.

TIPOLOGÍA DE LA COOPERACIÓN INTEREMPRESARIAL: CASO DE LA INDUSTRIA METALMECÁNICA DE COAHUILA

Zóchitl Araiza Garza, Universidad Autónoma de Coahuila – México
Elvira Velarde López, Universidad Autónoma de Coahuila – México
Amalia Zarate Vasquez, Universidad Autónoma de Coahuila – México

RESUMEN

Tomando en cuenta las necesidades que impulsan a las empresas a colaborar, en el presente artículo se presenta la tipología de la cooperación que realizan las pequeñas empresas de la industria metalmeccánica de la región centro del Estado de Coahuila en México. La metodología empleada consistió en una revisión documental que permitió definir distintos tipos de cooperación entre empresas para posteriormente obtener información empírica que fue contrastada contra las definiciones efectuadas. La recolección de los datos se efectuó entre 50 empresas del sector en estudio mediante un cuestionario estructurado, para enseguida procesarlos en el software estadístico SPSS. Atendiendo a las necesidades que impulsan a las empresas del sector en estudio a realizar diversas actividades de colaboración, los resultados encontrados permitieron identificar cuatro diferentes tipos de cooperación: cooperación para producir, cooperación para mercado, cooperación para administrar y cooperación para innovar.

JEL: L14

PALABRAS CLAVES: cooperación interempresarial (CI), pequeñas y medianas empresas (PyMES), industria metalmeccánica.

TYOLOGY OF THE INTER-FIRM COOPERATION: CASE OF THE METALMECÁNICA INDUSTRY OF COAHUILA

Considering the needs to stimulate companies to collaborate, this paper presents a cooperation typology for the metalworking industry SME located in the central region of the state of Coahuila in Mexico. The methodology used consisted of a documentary review, which allowed the authors to define the different types of cooperation between companies and later to obtain empirical information that was verified against the identified variables. Data was collected from 50 companies using a structured questionnaire. Later the data was analyzed using statistical software SPSS. Four different cooperative forms were identified. These cooperative forms were cooperation to produce, cooperation for marketing, cooperation to manage and cooperation to innovate.

JEL: L14

KEYWORDS: inter-firm cooperation (CI), small and medium enterprises (SME), metalworking industry.

INTRODUCCIÓN

En el presente, al igual que en el pasado, la manera de hacer negocios es a través de la competencia; sin embargo, se ha cambiado de paradigma, ahora las empresas ya no compiten solas, sino compiten en conjunto: cadena empresarial vs. cadena empresarial, *cluster* vs. *cluster*, región vs.

REVIEWERS

The IBFR would like to thank the following members of the academic community and industry for the much appreciated contribution as reviewers.

Vera Adamchik University of Houston-Victoria	Cheryl G. Max IBM
Yousuf Al-Busaidi Sultan Qaboos University	Avi Messica Holon Institute of Technology
Glyn Atwal Groupe Ecole Supérieure de Commerce de Rennes	Cameron Montgomery Delta State University
Susan C. Baxter Bethune-Cookman College	Bilge Kagan Ozdemir Anadolu University
Karel Bruna University of Economics-Prague	Dawn H. Percy Eastern Michigan University
Wan-Ju Chen Diwan College of Management	Rahim Quazi Prairie View A&M University
Leonel Di Camillo Universidad Austral	Anitha Ramachander New Horizon College of Engineering
Steven Dunn University of Wisconsin Oshkosh	Kathleen Reddick College of St. Elizabeth
William Francisco Austin Peay State University	Matthew T. Royle Valdosta State University
Lucia Gibilaro University of Bergamo	Tatsiana N. Rybak Belarusian State Economic University
Danyelle Guyatt University of Bath	Rafiu Oyesola Salawu Obafemi Awolowo University
Zulkifli Hasan Islamic University College of Malaysia	Paul Allen Salisbury York College, City University of New York
Tejendra N. Kalia Worcester State College	Sunando Sengupta Bowie State University
Ann Galligan Kelley Providence College	Smita Mayuresh Sovani Pune University
Halil Kiymaz Rollins College	Jiří Strouhal University of Economics-Prague
Bohumil Král University of Economics-Prague	Ramona Toma Lucian Blaga University of Sibiu-Romania
Christopher B. Kummer Webster University-Vienna	Jorge Torres-Zorrilla Pontificia Universidad Católica del Perú
Mary Layfield Ledbetter Nova Southeastern University	K.W. VanVuren The University of Tennessee – Martin
Xin (Robert) Luo Virginia State University	Veronda Willis The University of Texas at San Antonio
Andy Lynch Southern New Hampshire University	Eduardo Sandoval Universidad de Concepción
	M. Shahadat Hossain SUNY Potsdam

ARBITROS

El IBFR agradece a los siguientes miembros de nuestro cuerpo de *Ad-Hoc Reviewers* por su contribución académica.

María Antonieta Andrade Vallejo

Instituto Politécnico Nacional

Olga Lucía Anzola Morales

Universidad Externado de Colombia

Antonio Arbelo Alvarez

Universidad de la Laguna

Hector Luis Avila Baray

Instituto Tecnológico De Cd. Cuauhtemoc

Graciela Ayala Jiménez

Universidad Autónoma de Querétaro

Sheila Nora Carrillo Incháustegui

Univ. Peruana Cayetano Heredia

María Antonia Cervilla de Olivieri

Universidad Simón Bolívar

Semei Leopoldo Coronado Ramírez

Universidad de Guadalajara

Tomás J. Cuevas-Contreras

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Javier de León Ledesma

Univ. de Las Palmas de Gran Canaria -Tafira

Carlos Fong Reynoso

Universidad de Guadalajara

Arturo Hernández

Universidad Tecnológica Centroamericana

Lourdes Jordán Sales

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Santiago León Ch.,

Universidad Marítima del Caribe

Graciela López Méndez

Universidad de Guadalajara-Jalisco

Virginia Guadalupe López Torres

Univ. Autónoma de Baja California

Angel Machorro Rodríguez

Instituto Tecnológico de Orizaba

Omaira Cecilia Martínez Moreno

Univ. Autónoma de Baja California

Alaitz Mendizabal Zubeldia

Univ. del País Vasco/ Euskal Herriko U.

Juan Nicolás Montoya Monsalve

Univ Nacional de Colombia-Manizales

Alberto Elías Muñoz Santiago

Fundación Universidad del Norte

Juan Carlos Robledo Fernández

Universidad EAFIT-Medellin

Universidad Tecnológica de Bolivar

José Gabriel Ruiz Andrade

Univ. Autónoma de Baja California

Juan Manuel San Martín Reyna

Univ. Autónoma de Tamaulipas

Francisco Sanches Tomé

Instituto Politécnico da Guarda

Deycy Janeth Sánchez Preciado

Universidad del Cauca

María Cristina Sánchez Romero

Instituto Tecnológico de Orizaba

Pol Santandreu i Gràcia,

Universitat de Barcelona

Santandreu Consultors

Victor Gustavo Sarasqueta

Universidad Argentina de la Empresa UADE

Jaime Andrés Sarmiento Espinel

Universidad Militar de Nueva Granada

Lorena Vélez García

Universidad Autónoma de Baja California

Alejandro Villafañez Zamudio

Instituto Tecnológico de Matamoros

Hector Rosendo Villanueva Zamora

Universidad Mesoamericana

Alfonso Rodríguez Ramírez

Universidad Libre Seccional Cali

Neyda Cardozo Sánchez

Universidad Nacional Experimental de Táchira

Benjamin Castillo Osorio

Universidad del Sinú-Sede Monteria

Luz Stella Pemberthy Gallo

Universidad del Cauca

Adolfo León Plazas Tenorio

Universidad del Cauca

Luis Eduardo Sandoval Garrido

Universidad Militar de Nueva Granada

Oskar Villarreal Larrinaga

Univ. del País Vasco/Euskal Herriko Univ.

Adriana del Carmen Rodríguez Guardado

Universidad de Guadalajara

COMO PUBLICAR EN NUESTRA REVISTA

TEMÁTICA

Trabajos de investigación teóricos, empíricos o aplicados en administración de empresas, finanzas, economía, contabilidad, gerencia, mercadeo, estadísticas, producción, sistemas de información, derecho laboral, planeamiento estratégico, política empresarial, teoría monetaria, comercio internacional, derecho comercial, temas en educación superior, avances en técnicas de educación y apoyo didáctico, acreditación o certificación, promoción y desarrollo académico, administración pública y disciplinas afines.

INSTRUCCIÓN PARA EL ENVIO DE SU MANUSCRITO

Investigadoras(es) pueden enviar su trabajo de investigación en forma directa a: editor@theibfr.com. Nombre su archivo apellido-DS.doc (ejemplo garcía-DS.doc). El archivo puede estar en MS Word o en PFD.

PROCESO DE REVISIÓN

Todo trabajo de investigación enviado para consideración es sujeto a un *double-blind-review process*. La revisión inicial oscila entre 100 y 150 días. Si el autor necesita su revisión antes, El Instituto ofrece un proceso de Revisión Expedita. En nuestro sitio encontrará información sobre este proceso expedito.

Al enviar su manuscrito para consideración en nuestros Journals o Revistas, el autor garantiza que el trabajo sometido es original, no ha sido sometido para consideración o publicado en otra revista, Journal, o ha sido publica en su totalidad o en forma parcial en un compendio o memorias.

COSTO DE PUBLICACIÓN

Trabajos de investigación aceptados para publicación debe de cubrir el costo de publicación por página. En nuestro sitio web www.THEIBFR.org encontrará los detalles.

SUBSCRIPCION

Información detallada sobre el proceso de subscripción a nuestras revista esta disponible en nuestro sitio web: www.THEIBFR.org.

COMO CONTACTARNOS

Mercedes Jalbert, Managing Editor
Revista Internacional Administracion & Finanzas
The IBFR
P.O. Box 4908
Hilo, HI 96720
editor@theIBFR.com

WEBSITE

www.theIBFR.org

PUBLICATION OPPORTUNITIES

REVIEW of BUSINESS & FINANCE CASE STUDIES

Review of Business & Finance Case Studies

Review of Business and Finance Case Studies publishes high-quality case studies in all areas of business, finance and related fields. Cases based on real world and hypothetical situations are welcome.

All papers submitted to the Journal are double-blind reviewed. The RBFCS is listed Cabell, Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed through SSRN and EBSCO*Host* publishing, with presence in over 70 countries.

The journal accept rate is between 15 and 25 percent

Business Education & Accreditation

Business Education and Accreditation (BEA)

Business Education & Accreditation publishes high-quality articles in all areas of business education, curriculum, educational methods, educational administration, advances in educational technology and accreditation. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are double-blind reviewed. BEA is listed Cabell, Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed through SSRN and EBSCO*Host* publishing, with presence in over 70 countries.

The journal acceptance rate is between 15 and 25 percent.

Accounting & Taxation

Accounting and Taxation (AT)

Accounting and Taxation (AT) publishes high-quality articles in all areas of accounting, auditing, taxation and related areas. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are double-blind reviewed. BEA is listed Cabell, Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed through SSRN and EBSCO*Host* publishing, with presence in over 70 countries.

The journal acceptance rate is between 5 and 15 percent.
