

## Carta del editor

¿Para qué escribimos? Es una pregunta que en ocasiones surge en medio de la rutina del investigador. Es una pregunta con múltiples respuestas. Tal vez la respuesta más superficial sea “escribimos porque debemos alcanzar ciertos indicadores institucionales”. Y es que la comunicación científica va asociada a la responsabilidad que el investigador tiene para con la Institución a la que está adscrito. Sin embargo, escribir tiene un propósito más importante que alcanzar ciertos indicadores. De hecho, los indicadores son sólo un medio, de tantos que motivan a la producción de artículos científicos. Estos no son el fin de la investigación.

La verdadera razón por la que se escribe está claramente expresada por la Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (Redalyc, 2008; Aguado, et al., 2008), cuya frase ha hecho eco en el quehacer científico y académico iberoamericano: “Ciencia que no se ve, no existe”.

La comunicación científica alcanza una mayor eficacia por escrito; y es la escritura la que realmente hace trascender las aportaciones, fomenta el debate y permite una mayor difusión del conocimiento.

Cuando se escribe un artículo, un ensayo, una reseña, una nota técnica, entre otras, se persigue capturar la atención del lector, alcanzar a las audiencias interesadas en el tema y, con ello, fomentar el intercambio entre los miembros de la comunidad científica. Esto conduce a colocar en primer orden de importancia la evaluación de un trabajo antes de ser publicado.

Un proceso de evaluación es el primer mecanismo para ser leído, incentivar el debate, la reflexión y retroalimentar con ello el trabajo de investigación. Es un proceso que exige la vigilancia de la autoría, la confidencialidad y la objetividad. Este espacio privado, equivale a una pequeña reunión en la que el autor coincide en tiempo y espacio con dos o más expertos que han abordado problemas similares al suyo. Reunión cuyo eje vector es la mejora en calidad del trabajo de investigación, del contenido del documento a publicar y del debate científico.

Al no conocer la identidad de las partes involucradas, se abre el espacio para una mayor franqueza de expresión y concentración sobre el contenido del trabajo. Ignorando con ello, los antecedentes personales y académicos, que en cualquier otro momento pudieran influir

en los comentarios de evaluación. De ahí que la Revista Mercados y Negocios incluye en su práctica editorial un proceso de evaluación para cada uno de los documentos publicados. Incluso para aquellos trabajos que se ubican en la sección de Reseñas.

Se considera que una parte fundamental del debate científico es la cita, con su respectiva referencia. A través de las citas y referencias se involucra a más de un actor al debate. Razón por la cual, el Consejo de Redacción de la Revista Mercados y Negocios se encuentra comprometido a vigilar que esta parte de los trabajos publicados sea precisa y completa. Evitando la cita de la cita, la cita sin fundamentos o, en caso contrario, la ausencia de citas.

A partir de este número, se hace evidente la evaluación de las reseñas, así como la exigencia de incluir citas en la misma. De forma que el trabajo de recensión comunique al lector el ejercicio crítico que trasciende a la simple síntesis de una obra. Con estas ideas expuestas, el número 34 de la revista incluye cuatro artículos de investigación y dos reseñas.

El primer artículo, “Responsabilidad Social y Mercadotecnia: las empresas pequeña y mediana manufactureras en Morelia, Michoacán”, es presentado por Ana Paloma Peña Ortega, Dora Aguilasocho Montoya, Evaristo Galeana Figueroa. Este escrito analiza la incidencia de la mercadotecnia y la responsabilidad social en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas de la industria manufacturera de la ciudad de Morelia, Michoacán.

“Strategic Factors in the Capital Structure of the Services and Communication Sectors in Mexico” es el segundo trabajo. Los autores del mismo son Juan Gaytán Cortés, Joel Bonales Valencia, Juan Antonio Vargas Barraza. El propósito de este es identificar los factores estratégicos para la incorporación de la deuda a largo plazo en la estructura de capital de las empresas de servicios y del sector de la comunicación que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores en los períodos 2000-2012.

Adrialy Perez Gaxiola presenta el tercer artículo, cuyo título es “Análisis del bienestar económico de las regiones de México: estimaciones con base al consumo total”. Con sustento en la teoría económica neoclásica, que postula al consumo como elemento esencial en el desarrollo económico de las naciones, y considera su incremento como principal camino para alcanzar un creciente bienestar, se lleva a cabo el presente análisis. El objetivo de esta investigación es cuantificar el bienestar económico por regiones para México, así como, calcular valores propios de las líneas de bienestar, que reflejen mejor la calidad de vida de los mexicanos, alternativas a las normativas elaboradas por el Coneval. El bienestar se midió según la capacidad de consumo de los mexicanos y el valor de la línea de bienestar rural y urbana del Coneval para el 2012. Encontrándose que la región IV tanto en lo urbano como

en lo rural contabiliza el mayor porcentaje de personas con bienestar, y la II muestra el escenario menos alentador.

El objetivo del cuarto artículo es identificar la relación entre la Responsabilidad Social (RSE) y la ventaja competitiva que establece el gerente de la empresa pequeña y mediana manufacturera. Mediante un trabajo de investigación mixto se recuperó y analizó la evidencia obtenida a través de 450 empresas manufactureras de la Zona metropolitana de Guadalajara.

El principal informante fue el gerente a cargo de cada una de estas. El principal resultado es la asociación de la Responsabilidad Social Empresarial con la ventaja competitiva de forma independiente al desempeño financiero, la reducción de costos y el desempeño tecnológico.

De esta misma forma, la gerencia percibe como un costo adicional a la RSE. La principal conclusión es que la adopción de la RSE es selectiva y simbólica en estas empresas. Este cuarto y último artículo de investigación es presentado por José Sánchez Gutiérrez, y se intitula “Responsabilidad Social y ventaja competitiva: percepción de la gerencia de la empresa pequeña y mediana de Guadalajara, Jalisco”

Regresando a la pregunta que aparece en las primeras líneas de esta editorial ¿Para qué escribimos? Para ser leídos y con ello derivar en el debate científico y académico. El número 34 de la Revista Mercados y Negocios apuesta por que exista dicho intercambio entre los autores que participaron, los autores que fueron citados en cada uno de los trabajos y los lectores de este ejemplar. Sólo este debate es el que compensará el esfuerzo que día con día vienen desempeñando tanto el Consejo de Redacción como el Comité Científico, y que persigue aumentar la calidad de la presente publicación.

Dra. Tania Elena González Alvarado  
Co-Editora

## Referencias

REDALYC. (2008). Sistema de Información Científica Redalyc: La ciencia que no se ve no existe. México: UAEMex

Aguado, E., Salazar, R., Garduño, G., & Zúñiga, F. (2008). Redalyc: una alternativa a las asimetrías en la distribución del conocimiento científico. *Ciencia, docencia y tecnología*, 19(37), 11-30.

