

EDITORIAL

Acabamos el año 2023 y regresamos para cumplir con la tradición a través del número 7 de la Revista de Administración y Dirección de Empresas RA&DEM, diseñada especialmente para la difusión de los mejores trabajos presentados por el alumnado de ADE de la Universidad de Córdoba.

Este año que dejamos atrás no ha estado exento de acontecimientos que han marcado la situación político-económica de nuestro país y del resto del mundo. Retos como la persistencia de la crisis energética, las subidas de precios y la incertidumbre de los mercados financieros se han unido a los acontecimientos de la esfera política en España. Unas elecciones autonómicas y locales, seguidas de unas elecciones generales en julio que han requerido una búsqueda de consensos y acuerdos que podríamos definir, cuando menos, como polémicos, y que han polarizado la opinión de la sociedad. Nuestra Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales no quiso ignorar la realidad que enfrentaba el país y, en su momento, emitió un manifiesto arropado por una colectividad que, si bien no fue unánime, sí comprendía a un sector mayoritario de profesorado, alumnado y PTGAS.

En el resto del mundo el panorama global ha venido dominado por el vertiginoso avance tecnológico y por las innovaciones disruptivas que han transformado y seguirán transformando sectores enteros a consecuencia de las novedades en inteligencia artificial, biotecnología y digitalización económica, entre otras. Las tensiones comerciales entre potencias también han impactado en el entorno geopolítico que, desgraciadamente sigue sufriendo las nefastas consecuencias derivadas de la guerra en Ucrania, la estremecedora situación de la franja de Gaza, y de acontecimientos menos conocidos, pero igualmente dramáticos como las recientes matanzas de cristianos en Nigeria.

Y con este panorama llegamos al final del año, presentando el séptimo número de esta revista que en muchas ocasiones es reflejo de nuestro entorno a través de las temáticas de sus distintos apartados. Así comienza, de hecho, con la firma invitada, correspondiente al General de División del Ejército de Tierra D. José Carlos de la Fuente Chacón. En su colaboración nos habla de la Base Logística del Ejército de Tierra, proyecto que se prevé sea motor de progreso para el entorno económico-empresarial de Córdoba y que se espera sea catalizador de la innovación tecnológica que mencionábamos antes. Nuestra provincia y la región andaluza al completo deberán responder al reto que supone esta Base a través del liderazgo en una especialización logística que atraiga nuevas inversiones, así como en la preparación y la formación de personal cualificado donde la UCO deberá configurar una oferta educativa novedosa y vanguardista.

Los trabajos de investigación son dos en esta ocasión. Por un lado, una contribución del profesor Angelo Puccia, compañero del área de Organización de Empresas de nuestra Universidad, que expone el caso de un fracaso en el diseño de un consorcio exportador, recordando que probablemente se aprende más de los fallos que de los éxitos. Por otro, una investigación de los profesores colombianos Ricardo Antonio Escobar y María Beatriz Escobar, donde se analiza la percepción ante los imprevistos de los servidores públicos a través de un instrumento de medición diseñado al efecto.

En cuanto al cuerpo principal del número, los artículos derivados de los TFG defendidos ante tribunal y con mejores calificaciones del alumnado de ADE durante el curso 2022-23, este año hemos conseguido una cifra récord de participación, con nada menos que 16 colaboraciones. Nos encontramos con varios análisis de empresas ya implantadas, como las cordobesas Dobuss, Carlotaña de Asados y Electrotrans y, a nivel internacional, la mundialmente conocida Tesla, junto al plan de negocio de una nueva empresa, 'Eco Reverse Vending'. Otros dos trabajos se relacionan con el sector de las finanzas, en concreto, un análisis de la contabilidad en el fútbol español y otro sobre el impacto de la inflación en la economía. El marketing es protagonista, como viene siendo habitual, de varias de las temáticas elegidas por nuestro alumnado; así, este número presenta un análisis de las estrategias de marketing para la sostenibilidad y la economía circular en el mundo de la moda, un estudio sobre los efectos del mal comportamiento de la figura del influencer sobre la marca patrocinada o una investigación sobre neuromarketing a través del impacto de spots publicitarios. La economía aplicada igualmente tiene su reflejo en los artículos sobre desempleo en Andalucía o la revisión de los fondos europeos para la recuperación económica. De metodologías estadísticas aplicadas al mercado inmobiliario y a la valoración del medioambiente tratan otros dos de los trabajos que este número contiene. Finalmente, la revisión del sector de productos de segunda mano y el análisis de la satisfacción laboral en el profesorado, completan la colección de resúmenes de TFGs que el lector encontrará en este nuevo número

Como siempre, este editorial finaliza con un sentimiento de profundo agradecimiento a todas las personas que colaboran en la edición de este número y el mejor de los deseos para el 2024 donde esperamos volver a encontrarnos a través de este medio.

EL EQUIPO EDITORIAL