

Nota editorial

Iniciando el quinto año de trabajo la Revista RAITES continúa con su objetivo de difundir el conocimiento siendo un medio para que los investigadores a través de la escritura muestren el fruto de sus investigaciones y experiencia, en pro del beneficio de la comunidad científica, académica, las empresas y la sociedad en general.

En el primer artículo, el renombrado metodólogo Hernández-Sampieri nos ofrece una aportación a la teoría del clima organizacional psicológico, a través de dar validez y confiabilidad de un instrumento propuesto para medir sus dimensiones, la situación empírica seleccionada por el autor para estudiar el fenómeno incluye a trabajadores mexicanos y colombianos de distintos tipos de organizaciones, concluyendo que el constructo permite apreciar las percepciones de los colaboradores sobre el ambiente laboral y el propio trabajo y todas sus condiciones.

En materia de Economía, Cañaverall propone un modelo obtenido a través del método clásico de descomposición, busca proponer un modelo respecto al movimiento nacional de carga de altura general contenerizada, a fin de estimar, validar, y pronosticar su conducta, poniendo en evidencia la importancia aplicar las herramientas econométricas en las diferentes áreas de la economía marítima.

Evidenciando la gran importancia que ha adquirido, tanto para las empresas en todos los sectores como para los investigadores, la responsabilidad social se aborda en éste número desde la perspectiva de diferentes autores muestran a través de dos artículos Conraud, en su artículo titulado “Perspectiva del consumidor Millennial de la Responsabilidad Social Empresarial de la industria automotriz en México” muestra un comparativo entre las características de los miembros de este corte generacional y las estrategias de difusión de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que utiliza la industria automotriz en México en sus sitios web, mostrando como pese a que ha sido

Nota Editorial

una generación a la que se ha tildado de individualistas, egoístas, muestran una gran preocupación por el impacto de sus conductas de compra; así pues, la autora en sus conclusiones enfatiza sobre algunas áreas de oportunidad que la industria tiene y que le permitirían satisfacer de mejor manera las expectativas que tienen estos consumidores.

Por su parte Ojeda, muestra como lo estilos de pensamiento de los estudiantes inciden sobre la responsabilidad social, tomando como indicadores de ésta transparencia, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asunto de los consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad, beneficios, ética, calidad laboral, sustentabilidad, compromiso con la comunidad, marketing social, filantropía, obtención de beneficios, presión de los grupos de interés y cambio en el modelo de gestión.

Finalmente Arroyo, Pérez y Vázquez también destacando la importancia de la educación superior, analizan como las relaciones socio-afectivas inciden en los estudiantes de nivel licenciatura.

Martha Ríos Manríquez y Julián Ferrer Guerra

Directores de la Revista