ISSN 2545-806X

4° JORNADA DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ECONÓMICAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA

ADMINISTRACIÓN

REVISIÓN PRELIMINAR DE LOS TEMAS DE INTERÉS EN REVISTAS CIENTÍFICAS Y COMERCIALES QUE HABLAN SOBRE EMPRESAS(*)

Autores: Lic. Laura Zaidman; Lic. María Paz Aude y Mg. María José Mangano

Objetivos y Metodología

El objetivo de este trabajo es el de analizar cuáles son los temas referidos a las empresas que más se tratan en las revistas especializadas en la temática a fin de identificar los temas de vanguardia en los estudios de administración.

Se consideró relevante conocer cuáles son los grandes temas referidos a empresas sobre los que se habla y escribe, considerando dos fuentes principales, ***las revistas*** científico – académicas y las ***revistas comerciales***. La razón de esa elección obedece a la intención de obtener dos miradas diferentes e importantes de la realidad organizacional para poder analizar y comparar sus contenidos.

Se relevaron aquellos artículos referidos a empresas de Latinoamérica publicados en los años 2017, 2018 y 2019 (septiembre) en revistas electrónicas indexadas en Redalyc, Dialnet, Latindex y las alojadas en el repositorio Sedici, sumando un total de 80 registros. Para el caso de las revistas comerciales se tomaron como referencia aquellas de acceso gratuito a través de la web, como Mercado, Fortuna, Pymes Clarín y Forbes durante los años 2018 y 2019, sumando un total de 42 registros.

(*) Este trabajo se enmarca en el proyecto de Investigación P I+D 11/E179 “Saberes administrativos en las empresas de la Ciudad de La Plata: desafíos y perspectivas”, dirigido por la Mg. Fernanda Mollo Brisco y codirigido por la Mg. Cecilia Nóbile.

Resultados

Gráfico N° 1: Palabras clave en revistas científicas

Gráfico N° 2: Tags en revistas comerciales

Resultados

No es posible comparar los datos recolectados para generalizar los resultados, sin embargo, esta información permite generar ciertos interrogantes útiles para el proyecto de investigación: ¿Existen dificultades para acceder a las grandes empresas para realizar investigaciones? ¿No es de interés investigar aspectos asociados con aspectos “blandos” como el liderazgo o la sustentabilidad? ¿Las problemáticas de las empresas están relacionadas realmente con esos aspectos y no son visibles para los investigadores? ¿El mundo científico está interesado en investigar sobre este tipo de problemáticas para intentar resolverlas o tiene otros objetivos implícitos más relacionados con la carrera de los investigadores? ¿Va la academia un paso por detrás de la realidad en las empresas? ¿Cómo repercute esto en los programas de los que se enseña en las Universidades?.