

## Abstract

In this issue, we publish five papers from Chile, Spain and the UK. The first explains job satisfaction and intentions to withdraw from a company due to workers' aversion to the risk of income loss. The second analyses the elements which influence the intellectual capital information reported by the companies when they are going public. The third studies the impact of adopting the IFRS international accounting standard on company results, in Chile. The fourth considers the impact of the characteristics of companies' management teams on sales and asset turnover. Finally, the last paper, studies nine wine-producing regions in the world in order to analyse the effects of the country or region's reputation on wine prices.

The Spanish version can be found further on **VERSION CASTELLANO ADELANTE**.

Five papers are published on topics including human resources, general management, accounting, finance and marketing. The papers are from nine universities in three countries.

Valle, Ruz and Varas (the first author is from the Finis Terrae University and the other two from the Adolfo Ibáñez University) study the effect of workers' risk aversion on expected income and their intentions to withdraw from the company, in a sample of sales agents at a telemarketing and sales centre in Chile. The authors take a sample of 125 sales agents operating under a pay-for-performance system, who participated in surveys and control experiments. The data were subjected to structural equations using maximum likelihood estimations. The results indicate that the sale agents trade off their expected income with their risk aversion. Agents with more risk aversion have lower expected income. This behavior and the difference between actual performance and expected performance affect the employees' pay satisfaction and intentions to withdraw from the company.

Alcañiz, Gomez-Bezares and Ugarte (Universidad de Deusto, Spain) look into the characteristics of the companies or the initial public offerings (OPIs) influencing the intellectual capital reported by the organizations in the IPO prospectuses when they are going public. The authors develop an original database based on Spanish IPOs between 1996 and 2007 (when the financial crisis began). The intellectual capital described in the IPO prospectus is determined through content analysis techniques followed by a statistical analysis. The authors found that the companies that reported more information about intellectual capital are high-tech were larger, in businesses, bigger companies and those whose stakeholders do not retain the majority after the IPO.

Espinosa, Maquieira, Diaz and Abarca (Universities of Santiago de Chile, Tarapacá, Diego Portales and Finis Terrae, Chile) study the impact of adopting the IFRS international accounting standard on company results. Chile was Latin America's pioneer in adopting the standard in 2009. The authors took a sample of 43 Chilean companies to carry out two studies. In the first, they analysed whether the adoption of the accounting standard has a statistically significant effect on the companies' financial indicators. Using the events study methodology, they then analysed the market reaction to the news that the standard had been adopted and implemented. The results indicate that the adoption of the standard led to a significant improvement in the financial results, except in terms of current assets

and inventories. Nevertheless, the market did not react either positively or negatively to the news of the adoption of the norm. The results are indicative of what could happen in other Latin American countries.

Díaz-Fernández, González-Rodríguez and Paddison (the first two from the Seville University, Spain, and the latter from the York St John University, Great Britain) study the relationship between the composition of the management teams and company results. The authors analysed 159 top management teams (not just the general manager) of Latin American and European companies. The demographic characteristics and the managerial experience of the management team produce an impact on the three indicators of good performance in a company: increased sales, asset turnover and sales turnover. The main finding refers to the high volatility of the results depending on the type of performance indicator used. This sheds light on the black box of Upper Echelon Theory and it contributes knowledge in a region not covered by previous studies.

Berrios and Saens (Universidad de Talca, Chile) analyse the development of the reputation of new wine-producing regions around the world based on a type of variety or grape, and its effect on the international market price of wine. The past few years have seen the birth of the phenomenon of cooperation and competence in the construction of a country brand around a particular variety. The authors use an econometric model based on six harvests and ten wine-producing regions of the world. The results indicate the success of the Napa Valley (California) that centred its reputation on the Cabernet Sauvignon grape, and the State of Oregon, where the resurgent Pinot Noir variety is a good base for developing its reputation and brand. A less positive experience was that of Australia, where the Shiraz variety began with an excellent reputation for its wines, but which soon lost its prestige because of the actions of some wineries that exported low-quality wine on a massive scale. This led to price penalties and a loss of prestige for the country brand. Similarly, the country brands of Argentina and Chile deteriorated in terms of price in the 2007 harvest. The work empirically illustrates the need to build collective reputation in new wine-producing countries. There seems to be a need to negotiate agreements and build an institutional brand at national scale that regulates producers' exports and brings about a common benefit in terms of the country brand.

At *ARLA*, as part of our continuous evolution, we will be reviewing our editorial policies in 2016. We aim to increase the number of issues specialising in particular topics and, to this end, we are requesting proposals for calls for papers, especially those linked to international congresses (such as CLADEA, BALAS, or ANPAD). The guest editor will receive the support of the journal for the diffusion of the call for contributions. Our next issues include one on family enterprises, and another on art, culture and management. The journal is open to proposals: please feel free to propose new ideas.

**Enrique Ogliastri**

## Resumen

Se publican cinco artículos provenientes de Chile, España y Gran Bretaña. El primero explica la satisfacción con el trabajo y la intención de retirarse de la empresa por la aversión al riesgo de perder ingresos de los empleados. El segundo analiza los elementos que influyen en la información sobre capital intelectual que las empresas suministran al salir a bolsa. El tercero estudia el impacto en los resultados de las empresas de adoptar la norma contable internacional IFRS en Chile. El cuarto estudia el impacto de las características del equipo de dirección de las empresas en los resultados

de las ventas y la rotación de activos y ventas. Finalmente, se estudian nueve regiones vinícolas del mundo para analizar los efectos de la reputación de cada región o país en el precio de los vinos.

Se publican cinco artículos sobre recursos humanos, gerencia general, contabilidad, finanzas, y mercadeo, provenientes de nueve universidades y tres países.

Valle, Ruz y Varas (Universidad Finis Terrae el primero y Adolfo Ibáñez los segundos) estudian el efecto de la aversión al riesgo sobre los ingresos esperados, y en las intenciones de retirarse de la empresa, en una muestra de vendedores de un centro de telemercadeo y ventas en Chile. Los autores toman una muestra de 125 vendedores operando bajo un sistema de compensación según resultados, a quienes realizan encuestas y experimentos controlados. Los datos se someten a ecuaciones estructurales utilizando estimación por máxima verosimilitud. Los resultados indican que los vendedores compensan su nivel de aversión al riesgo con sus expectativas de ingreso. Los vendedores más aversos al riesgo, poseen menores expectativas de sueldo. Este comportamiento y la diferencia entre el desempeño actual y el esperado, inciden en la satisfacción con el sueldo y en las intenciones de retirarse del puesto.

Alcañiz, Gomez-Bezares y Ugarte (Universidad de Deusto, España) estudian las características de las empresas o de las ofertas públicas iniciales (OPIs) que influyen en el reporte de capital intelectual realizado por las empresas en los folletos de emisión cuando salen a bolsa. Los autores desarrollaron una base de datos original basada en las OPIs españolas desde 1996 hasta 2007 (cuando llegó la crisis). El capital intelectual descrito en los folletos de emisión de acciones se determina con técnicas de análisis de contenido y después se realiza un análisis estadístico. Los autores encontraron que las empresas que reportaban más capital intelectual eran las más grandes, las de alta tecnología y aquellas cuyos accionistas no retienen la mayoría después de la OPI.

Espinosa, Maquieira, Díaz y Abarca (Universidades de Santiago de Chile, Tarapacá, Diego Portales y Finis Terrae, Chile) estudian el impacto de la adopción del estándar contable internacional IFRS en los resultados de la empresa. Chile fue pionero en Latinoamérica al adoptarlo a partir de 2009. Los autores tomaron una muestra de 43 empresas chilenas y realizaron dos estudios. En el primero analizaron si la adopción del estándar contable tuvo un efecto estadísticamente significativo en los indicadores financieros de las empresas. Después mediante la metodología de un estudio de eventos, analizaron la reacción del mercado ante el anuncio de la adopción e implantación del estándar. Los resultados indican que la adopción del IFRS produjo una mejora significativa en los resultados financieros, excepto en Inventarios y Activos Corrientes. No obstante, el mercado no tuvo una reacción positiva ni negativa ante el anuncio de la adopción de la norma. Los resultados son indicativos de lo que podría ocurrir en los demás países latinoamericanos.

Díaz-Fernández, González-Rodríguez y Paddison (Universidad de Sevilla las primeras y York St John University la última) estudian la relación entre la composición del equipo directivo de las empresas y los resultados de las mismas. Los autores analizan 159 equipos de alta dirección (no sólo el gerente general) de empresas latinoamericanas y europeas. Las características demográficas y las experiencias directivas del equipo gerencial tienen un impacto en los tres indicadores del buen rendimiento de una empresa: aumento de ventas, rotación de activos y rotación de ventas. El principal hallazgo se refiere a la alta volatilidad de los resultados dependiendo del tipo de indicador de rendimiento utilizado. De esta manera se arroja luz sobre esa caja negra que tiene la teoría sobre los niveles directivos (Upper Echelon Theory) y aporta al conocimiento en una región no cubierta por los estudios previos.

---

Berríos y Saens (Universidad de Talca, Chile) analizan el desarrollo de la reputación de nuevas regiones vinícolas del mundo basada en un tipo de cepa o uva, y su efecto en el precio del mercado internacional del vino. En los últimos años se ha vivido el fenómeno de cooperación (o competencia) en la construcción de una marca país alrededor de una cepa particular. Los autores utilizan un modelo econométrico basado en seis cosechas y diez zonas productoras de vino en el mundo. Los resultados indican el éxito del valle de Napa (California) que centró su reputación en la uva Cabernet Sauvignon, y en el estado de Oregon, donde la resurgente cepa Pinot Noir es una buena base para desarrollar su reputación y marca. Una experiencia menos exitosa se encontró en Australia, donde la cepa Shiraz había iniciado una excelente reputación para sus vinos, pero las acciones de algunas vinerías de exportar masivamente vinos de poca calidad llevaron a un castigo de precios y al desprestigio de la marca país. Igualmente, la marca país de Argentina y Chile se deterioró en términos de precios en la cosecha de 2007. El trabajo ilustra de manera empírica la necesidad de construir la reputación colectiva de los vinos de los nuevos países productores. Se necesita un proceso de negociar acuerdos y de construir un marco institucional a escala nacional que regule las exportaciones de los productores y resulte en el beneficio común de la marca país.

En ARLA seguimos evolucionando y a partir de 2016 estaremos revisando políticas editoriales. Nos interesa incrementar los números especializados en un tema y solicitamos propuestas para hacer llamados de contribuciones, ojalá ligadas a un congreso internacional (como CLADEA, BALAS, o ANPAD). El Editor(a) Invitado recibirá apoyo de la revista para la difusión del Llamado de Contribuciones. Está en camino un número sobre empresas familiares, y otro sobre arte, cultura y gerencia. La revista está abierta a propuestas: animense y propongan.

**Enrique Ogliastri**