

EDITORIAL

Con este número 1/2018 se presenta el nuevo equipo de trabajo de la Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época. En nombre de todos quiero agradecer el trabajo realizado por los anteriores responsables, la directora Marta Muñoz Guarasa y el secretario Francisco Alcalá Olid. Ellos han liderado durante los últimos años el proceso de indexación y mejora de la revista que ha permitido situarla en las bases de datos nacionales e internacionales en las que hoy se encuentra. Me gustaría también agradecer a los profesores Félix Grande y Francisco José Torres el trabajo realizado durante estos años como editores de área, en Organización de Empresas y Comercialización, respectivamente, así como a Francisca Castilla y Encarnación Moral, que continúan con nosotros.

Al frente de la gestión de la revista a partir de ahora estará la profesora María Gutiérrez Salcedo, como editora asociada, y las profesoras Cristina Pedrosa Ortega y Manuela Vega Zamora se harán cargo de las funciones que antes ejercían los profesores Grande y Torres. Como editor de la revista, espero mantener la línea de mejora que la profesora Muñoz nos ha mostrado con su trabajo todos estos años.

Este número presenta 4 trabajos. Tres artículos de investigación en la sección Tribuna y una reseña de libro. Todos ellos abordan temáticas novedosas, relacionadas fundamentalmente con el *marketing* pero también con la tecnología y la innovación. El primero de ellos, “La influencia de los recursos humanos en la venta libre de la oficina de farmacia”, está escrito por Fernando Losada Pérez, profesor de la Universidad de Santiago de Compostela, y Santiago Torres Labandeira, farmacéutico y profesor de la misma Universidad. En él, describen las características de los recursos humanos que inciden en la venta libre de farmacia. Para ilustrar sus afirmaciones presentan el resultado de un trabajo de investigación llevado a cabo en Galicia sobre las variables que influyen en la cifra de negocios de las farmacias en un nuevo marco regulatorio y competitivo.

El segundo, “Adaptación de las páginas web de los hoteles en los dispositivos móviles”, presentado por Miguel Ángel Sánchez Jiménez, profesor de la Universidad de Cádiz, Marisol B. Correia y Nelson de Matos, ambos profesores de la Universidad del Algarve. Este artículo se centra en el concepto *web responsive*, para explicar cómo los contenidos de las web en los teléfonos móviles permiten facilitar la compra *on line* con una mejor experiencia por parte de los consumidores. Para ello se ha estudiado el caso de los hoteles de la provincia de Cádiz, donde se destacan los aspectos más relevantes que pueden contribuir a una mejora del posicionamiento de los mismos en el mercado digital.

El tercero, “Revisión teórica del *Marketing* en los medios sociales: antecedentes y estado de la cuestión”, está firmado por Miguel Ángel Sánchez Jiménez, María Teresa Fernández Alles y Juan José Mier-Terán Franco, todos ellos profesores de la Universidad de Cádiz. En él se realiza una revisión de la literatura sobre los medios sociales y el estado actual de la especialidad, para así proponer futuras líneas de investigación.

El número finaliza con la reseña que Francisco García Moral ha realizado sobre el libro titulado “Influencia de las redes sociales *on-line* en la actividad comercial. Un análisis del sector oleícola ecológico”, de los autores Enrique Bernal Jurado, Adoración

Mozas Moral, Domingo Fernández Uclés y Miguel Jesús Medina Viruel, publicado por la Diputación Provincial de Jaén el año 2017.

Juan Carlos Rodríguez Cohard.

Editor de la Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época.