

EDITORIAL

Finaliza ya el 2020, un año que a buen seguro no va a desaparecer de nuestra memoria. Por desgracia, las consecuencias del nefasto Covid19 y la pandemia mundial que ha originado, han supuesto un cambio en nuestras costumbres y una extraña normalidad que cuesta digerir. La pérdida de vidas que el virus ha ocasionado y la crisis sanitaria y económica de la que no será fácil salir, hacen de este un *annus horribilis* a nivel global.

Pero la vida debe seguir adelante y nuevamente llega el momento de presentar el que ya es el cuarto número de nuestra Revista de Administración y Dirección de Empresas RA&DEM. Si bien la docencia en la Universidad de Córdoba y, más de cerca, en la Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales, ha debido reinventarse y adaptarse a una metodología online, nuestro alumnado ha estado a la altura en lo que a la elaboración del TFG se refiere. Este curso se ha defendido ante Tribunal un mayor número de trabajos y ello ha derivado en que este sea el número de la revista con la cifra más alta de aportaciones de nuestro alumnado hasta el momento. Describimos seguidamente su configuración.

La firma invitada está protagonizada por D^a Margarita González del Hierro, Responsable de Formación del equipo de Genial.ly. Esta empresa cordobesa, que ha cosechado abundantes éxitos en su breve andadura, nos ofrece una herramienta de creación de contenidos interactivos que demuestra su utilidad en este entorno cambiante y exigente donde las nuevas tecnologías han cobrado un inmenso protagonismo. Precisamente realiza nuestra invitada un breve ensayo sobre la Transformación Digital, lo que supone en el ámbito educativo y las estrategias a tener en cuenta para cautivar a una audiencia tan exigente como la del alumnado universitario. No podía ser más relevante y pertinente el tema para el número de este año.

El trabajo de investigación que elabora el profesorado de la Facultad ha recaído en este curso sobre la profesora Dra. D^a Ana M^a Castillo Canalejo, del área de Economía Aplicada que realiza una investigación de corte empírico sobre los factores que afectan a la satisfacción, expectativas y fidelidad del turista en un destino de turismo cultural, la ciudad de Sevilla. Junto a sus coautoras del área de Organización de Empresas, las profesoras Dras. Sandra M^a Sánchez Cañizares y Luna Santos Roldán, se revisan ampliamente los resultados de una encuesta dirigida a casi un millar de visitantes de esta ciudad andaluza. La importancia del sector turístico en nuestro país está fuera de toda duda y confiamos en que más pronto que tarde España recobre su peso habitual como destino turístico mundial, toda vez que la pandemia sea superada.

Y por fin llegamos al cuerpo de artículos que en este cuarto número se encuentra formado por once trabajos fin de grado, seleccionados entre aquellos cuyos autores realizaron una defensa oral ante un Tribunal de profesorado especializado en la temática concreta del TFG. Nuevamente nos encontramos con temáticas variadas y ópticas económicas muy diversas entre las que no faltan, como viene siendo habitual en números anteriores, los trabajos relacionados con el marketing, las finanzas o los estudios sectoriales específicos, pero tampoco las temáticas encuadradas en las nuevas tecnologías. En este último bloque encontramos el análisis del estatuto jurídico de las notificaciones tributarias electrónicas, la identidad digital como herramienta para el desarrollo sostenible o la influencia de las nuevas tecnologías en el sector turístico sobre el fenómeno de la gentrificación. Otro grupo de trabajos versa sobre determinados sectores económicos como el automovilístico y su integración vertical, el de la construcción y su evolución en nuestro país, o el estudio de la demanda de los festivales culturales. No faltan los análisis económicos como el trabajo sobre la renta mínima en España, la revisión del concepto de etnocentrismo o la investigación sobre la economía colaborativa. Completan este número un interesante diario del inversor medio en la bolsa de valores y una exploración de la importancia del employer branding aplicado a dos empresas tan distintas como Dobuss y Mercadona.

Las componentes del Consejo Editorial de esta revista deseamos agradecer la colaboración de todas aquellas personas que han dado forma a este número, pero muy especialmente a nuestro alumnado, que, con su ilusión y su trabajo, hacen posible que la revista salga adelante y que la calidad y buen hacer de sus investigaciones mantengan el nivel académico y científico de RA&DEM. Por y para ellos y ellas continuamos nuestra labor editorial, confiando en que sea por muchos años y que los videros nos traigan mejores noticias. Solo nos resta desear una muy feliz Navidad a toda la comunidad universitaria de Puerta Nueva y un 2021 lleno de salud y éxitos. Esperamos seguir compartiendo con todos vosotros y todas vosotras nuestro camino.

EL EQUIPO EDITORIAL