

En este número:

Carta del Presidente.....	2
Información del XXX Congreso de ACEDE.....	3
Información del Próximo Workshop de la Sección.....	4
Tributo en Memoria de Mariano Nieto.....	5
Entrevista con los Autores del Premio de la Sección.....	7
Análisis. Cómo Evitar un ‘Desk Rejection’	9
Información de los Socios	15
Tesis Doctorales.....	15
Premios y Reconocimientos.....	15
Publicaciones de los Socios.....	16
Libros	16
Capítulos de Libro.....	16
Artículos.....	17
Anuncios	23
Equipo Directivo de la Sección	24

CARTA DEL PRESIDENTE

Manuel González Díaz



Estimados socios de la Sección de Estrategia Empresarial:

Es un placer volver a ponerme en contacto con vosotros para presentaros el número 25 del Boletín de la Sección de Estrategia Empresarial. Lo primero que deseo destacar es que estrenamos formato. Nuestra editora, la profesora M. Valle Santos, ha efectuado un notable esfuerzo en adaptar la estética del Boletín a las nuevas tendencias sin perder el rigor.

Un segundo aspecto que me complace especialmente anunciaros es la celebración *en formato presencial* del XIV Workshop de la Sección de Estrategia Empresarial. Los compañeros de la Universidad Complutense de Madrid serán los anfitriones y nuestra anterior Presidenta, la profesora María Ángeles Montoro, la responsable del comité organizador. Será la primera ocasión para reunirnos físicamente desde enero del 2020 (Workshop de Castellón). ¡Os animo a que reservéis en vuestras agendas los días 20 y 21 de enero para una escapada académica a Madrid!

En tercer lugar, también quiero destacar nuestra participación en la pasada edición del Congreso Nacional, celebrado en la Universidad Politécnica de Cartagena. Hemos contribuido con 43 comunicaciones de las 177 presentadas, obteniendo 277 conexiones a nuestras sesiones, el 32% del total de conexiones a todas las sesiones. Por otra parte, me gustaría felicitar en nombre de toda la Sección y en el mío propio a los tres compañeros de la Universidad de Castilla-La Mancha ganadores del Premio a la Mejor Comunicación de la Sección. Agradecemos, además, vuestra colaboración al conceder la entrevista que incluimos más adelante en el Boletín.

Este número también contiene un tributo a la memoria de nuestro compañero, el profesor Mariano Nieto, tristemente fallecido el pasado mes de mayo. Está escrito por sus compañeros de la Universidad de León, a los que agradecemos que le hayan dedicado estas emotivas líneas. Todos echaremos de menos a Mariano, ya sea por su campechana sonrisa y sus ganas de vivir o por su notable contribución científica. Descanse en paz.

La sección de Análisis corre a cuenta de Juan Carlos Bou y Xosé H. Vázquez, los dos últimos editores de la revista BRQ-Business Research Quarterly. Su trabajo ofrece valiosas recomendaciones para evitar la temida “desk rejection” a la que todos nos hemos enfrentado. Quiero resaltar el interés de esta contribución porque, primero, su visión es excepcionalmente válida para cualquier investigador, no sólo por el elevado número de *desk rejections* que llevan a sus espaldas, sino también porque el éxito de BRQ ha sido consecuencia de su acertada política editorial y gestión, señalando el camino que debemos seguir. Segundo, el interés de su contribución va más allá de nuestra Sección, lo que es un privilegio y contribuye a apalancar nuestro trabajo en el Boletín. ¡Juan Carlos y Kike: gracias!

Finalizo esta presentación deseando compartir sesión físicamente con vosotros en nuestro Workshop del 20 y 21 de enero de 2022 en la Complutense. Os enviaremos próximamente información detallada para participar en él. Hasta entonces, recibid un cordial saludo.

Inicio ↑

INFORMACIÓN DEL XXX CONGRESO ACEDE



Con el lema “Organizaciones 4.0: Sostenibilidad y Conocimiento”, se celebró de forma online, desde Cartagena, del 28 al 30 de junio de 2021 el XXX Congreso de ACEDE. La Presidenta del Comité Organizador fue la profesora Inocencia Martínez León y el Comité Organizador estuvo integrado por profesores del Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Politécnica de Cartagena.

En el Congreso se presentaron 43 comunicaciones de la Sección (19 en Estrategia, 17 en Innovación y 7 en Gestión de Conocimiento) que se distribuyeron entre 33 sesiones de comunicaciones orales y 10 mesas interactivas. El trabajo que recibió el Premio a la Mejor Comunicación de la Sección de Estrategia Empresarial fue el titulado “Pioneering orientation as a creator of dynamic capabilities: the role of social capital”, realizado por M. José Ruiz, Job Rodrigo y Gloria Parra (UCLM). Este trabajo fue también finalista al Premio General de ACEDE 2021. En este mismo Boletín recogemos, más adelante, una entrevista con los autores.

Los trabajos finalistas al Premio de la Sección fueron los siguientes:

Título: How do ownership concentration and legal form influence innovation?

Autores: Jaime Gómez, Beatriz Pérez-Aradros e Idana Salazar.

Universidad: Universidad de La Rioja.

Título: Redeploying employees to meet change: a “gap-filling” explanation for the performance effects of European corporate groups.

Autores: Pablo Doucet, Ignacio Requejo e Isabel Suárez.

Universidad: Universidad de Salamanca.

Título: Differences in franchise contract design between countries: the case of Austria and Spain.

Autores: Vanesa Solís, Nada Mumdziev y Manuel González.

Universidad/es: Universidad de Oviedo; Amodo.

En el marco del Congreso de ACEDE, el día 29 de junio, se celebró la reunión anual institucional de la Sección. El orden del día de la reunión fue el siguiente:

1. Informe del Presidente de la Sección.
2. Presentación de resultados del cuestionario de satisfacción tras el Workshop.
3. Presentación del canal YouTube.
4. Premios de la Sección: seguimiento y reflexiones.
5. Ruegos y preguntas.

INFORMACIÓN DEL PRÓXIMO WORKSHOP DE LA SECCIÓN

La Sección de Estrategia Empresarial de ACEDE y la Universidad Complutense de Madrid organizarán el próximo Workshop de nuestra Sección los días 20 y 21 de enero de 2022 en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, localizada en el Campus de Somosaguas en Pozuelo de Alarcón y liderado por la Profesora María Ángeles Montoro Sánchez. El Workshop tendrá formato presencial y, si los medios lo permiten, se retransmitirá también online para facilitar la participación de los que por motivos diversos no puedan asistir en físico (especialmente los interesados que se encuentren fuera de España).

La temática a desarrollar en este XIV Workshop de la Sección es la toma de decisiones estratégicas de las empresas ante la respuesta al cambio en el entorno con la aparición de la Covid-19. El objetivo del Workshop es poner en común y discutir los avances en investigación relacionada con las temáticas de nuestra Sección y que versen sobre aspectos relacionados, afectados o consecuencia de la actual situación derivada de la Covid-19, con el objetivo de fomentar el intercambio de conocimiento y el desarrollo de redes de colaboración.

Para ello, como ha sido habitual en los últimos años, el Workshop se desarrolla a lo largo de dos días. La primera de las jornadas, de carácter puramente pedagógico y formativo, consistirá en un Taller dedicado a la formación en metodología cualitativa y la presentación de diferentes programas para su desarrollo (Atlas ti, NVivo) y que tendrá lugar la tarde del jueves 20. Dada la dificultad de abordar este tipo de estudios desde nuestras líneas temáticas, la investigación cualitativa es interesante como vía complementaria a la investigación cuantitativa. A continuación, continuaremos el networking con una cena de trabajo.

Durante la mañana del viernes 21, se presentarán y discutirán los avances de investigación en esta temática de entre las propuestas recibidas. La jornada finalizará con una mesa redonda con directivos que nos pondrán de manifiesto la respuesta estratégica empresarial ante la situación vivida en la pandemia. Contar con la visión de la empresa es una fuente de inspiración para futuras investigaciones. Con ambos tipos de actividades esperamos que el Workshop sea un punto de encuentro, de formación, de discusión, de transmisión de conocimientos e inicio de redes de colaboración e investigación que podamos ver en forma de resultados en futuros congresos y jornadas de nuestra Sección y Asociación. El Workshop acabará con el networking correspondiente en una comida de trabajo de despedida.

Invitamos a todos los profesores e investigadores de la comunidad universitaria a participar en este XIV Workshop de la Sección de Estrategia Empresarial, del que en breve recibiremos información mucho más detallada.

TRIBUTO EN MEMORIA DE MARIANO NIETO



"If you would not be forgotten, as soon as you are dead and rotten, either write things worth reading, or do things worth writing" (Benjamin Franklin, Poor Richard's Almanack – 1738).

Siendo esto cierto, podemos afirmar que nunca nos olvidaremos del profesor, compañero y amigo Mariano Nieto. Su excelente trayectoria investigadora se ha traducido en una amplia producción científica que capta el interés de numerosos académicos y sus actos han generado un impacto que merece ser recordado. Sirva este breve escrito como humilde evidencia de dicha realidad y, por ende, de su inmortalidad en nuestro recuerdo.

La inquietud intelectual del profesor Mariano Nieto le llevó a lo largo de su vida a acercarse a temas diversos dentro del campo de la dirección de empresas. Así, movido por su constante curiosidad y guiado por su ingenio, puso en marcha numerosas investigaciones que contribuyeron significativamente al avance del conocimiento. Basta echar un vistazo a su perfil de autor en las principales bases de datos bibliográficas para darnos cuenta de la magnitud de su obra. Simplemente procesando la frecuencia de los términos presentes en los resúmenes de los trabajos allí recogidos descubrimos los asuntos principales que ocuparon su tiempo en mayor medida. Sin detenernos aquí en las correspondientes métricas, podemos mencionar que el componente social es recurrente en sus estudios, ya sea en relación con el capital social, la responsabilidad social corporativa o la innovación social. Precisamente la innovación y la tecnología constituyen otro bloque principal en sus publicaciones, siendo el tercer gran tema sobre el que investigó profusamente el del emprendimiento. El impacto que el trabajo de Mariano Nieto ha tenido en otros investigadores se deduce de la evolución de citas recibidas por estos trabajos, superando el millar las publicaciones que encontraron inspiración o apoyo en los mismos.

En segundo lugar, Mariano Nieto ha dejado una huella imborrable en multitud de personas con las que se relacionó profesionalmente. Para empezar, son incontables los alumnos de distintos cursos y universidades que recibieron su certera doctrina, principalmente en Dirección Estratégica y Dirección de la Innovación. Por otro lado, dieciséis doctores alcanzaron ese grado bajo su dirección y en las publicaciones antes citadas colaboró con veinticinco coautores diferentes. Las instituciones en que prestó sus servicios también se vieron favorecidas de su aportación e iniciativas. Sus primeros años de profesor tuvieron lugar en las Universidades de Burgos, Politécnica y Complutense de Madrid, llegando en el año 1998 a la Universidad de León para ocupar la plaza de Catedrático de Organización de Empresas con el firme propósito de impulsar y desarrollar el Área al que se incorporaba. En este sentido, la transformación que provocó fue radical, pasando de contar con cuatro profesores a tiempo completo (1 Catedrático de Escuela Universitaria, 1 Titular de Universidad, 1 Titular de Escuela Universitaria, 1 Profesor Ayudante) y siete asociados, a tener en la actualidad un total de quince profesores a tiempo

completo (1 Catedrático de Escuela Universitaria, 8 Titulares de Universidad, 2 Contratados Doctores, 4 Ayudantes Doctores) a los que se suman once profesores asociados y dos becarios de investigación. Sin embargo, no solo fue importante el cambio que su llegada a León conllevó en términos cuantitativos, sino también cualitativos, pues logró crear un área y grupo de trabajo fuerte y unido, que intentaba ser un reflejo de sabiduría, experiencia y buen hacer.

Simultáneamente, entre otras muchas funciones y labores relevantes, señalar que durante esta etapa fue el Director del Departamento de Dirección y Economía de la Empresa durante once años (2004-2015), creó el Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE) a principios del año 2006 (posteriormente reconocido como Unidad de Investigación Consolidada por la Junta de Castilla y León en 2015), lideró diversos Proyectos de Investigación Nacional, dirigió el Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Castilla y León, impulsó y dirigió el Master en Dirección de Empresas (MBA) de la Universidad de León durante diecisiete ediciones, así como el Master Interuniversitario de Investigación en Economía de la Empresa. Simultáneamente, presidió la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE) entre 2010 y 2012 y el Comité de Ciencias Sociales y Jurídicas en el Programa de Evaluación de Profesorado para contratación en la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y la Acreditación (ANECA) entre 2011 y 2014. Sin miedo a embarcarse en nuevas aventuras, trabajó incansablemente los últimos años de su vida en CUNEF Universidad, dando un auténtico ejemplo de voluntad, valentía y coraje.

Finalmente, el índice h y los cargos están lejos de poder reflejar la calidad humana de una persona y, en este sentido, no podemos acabar este texto sin mencionar algunos de los intangibles que Mariano Nieto poseía y de los que tanto nos beneficiamos y disfrutamos los que tuvimos la suerte de compartir faena con él en la Universidad. Se trataba de una persona de naturaleza emprendedora ante nuevos proyectos, innovador en sus propuestas, fantástico estratega en sus decisiones, maestro en el uso de la información en interés del grupo y experimentado gestor de personas, inculcando la importancia del trabajo en equipo por encima de los intereses individuales, y transmitiéndonos la tranquilidad necesaria para superar los momentos complicados y afrontar el futuro con optimismo. Y, por un lado, su discreción, y, por el otro, su cercanía y empatía cuando uno las necesitaba bien en el ámbito profesional como en un plano más personal, eran otras de sus virtudes. Su propio nombre denota otras características del profesor Nieto: Magnífico, Agradecido, Resolutivo, Innovador, Aventurero, Natural y Optimista. Podría decirse que nos estaba preparando para su ausencia, aunque lo cierto es que el vacío que deja será imposible de cubrir.

Querido Mariano, muchas gracias por tu legado, esperamos estar a la altura para continuarlo. Siempre te recordaremos con cariño.

Área de Organización de Empresas

Universidad de León

ENTREVISTA CON LOS AUTORES DEL PREMIO DE LA SECCIÓN



En el XXX Congreso de ACEDE, en Cartagena, M. José Ruiz Ortega, Job Rodrigo Alarcón y Gloria Parra Requena recibieron el Premio de la Sección de Estrategia Empresarial por el trabajo titulado “Pioneering orientation as a creator of dynamic capabilities: the role of social capital”.

A continuación, presentamos una entrevista con los autores del trabajo:

En primer lugar, felicitades por el Premio. ¿Podrías indicarnos en qué consiste el trabajo y cuáles son sus objetivos?

Muchas gracias por las felicitaciones. En el trabajo analizamos cómo las características de las relaciones interorganizativas pueden influir de manera diferenciada en el impacto de la orientación pionera de la empresa en el desarrollo de capacidades dinámicas. El principal objetivo consiste en examinar la influencia de la orientación pionera en el desarrollo de capacidades dinámicas, profundizando en el efecto moderador heterogéneo de dos características clave de las relaciones interorganizativas, la proximidad cognitiva y los vínculos puente. En este sentido, proponemos que el efecto se ve reducido cuando las empresas tienen altos niveles de proximidad cognitiva mientras que se ve aumentado cuando poseen elevados vínculos puente con los agentes con los que se relacionan.

¿Qué metodología de investigación habéis utilizado y cuáles son los principales resultados?

El estudio empírico fue desarrollado en el sector agroalimentario en España. La información necesaria para contrastar las hipótesis planteadas fue recogida a través de un cuestionario dirigido al CEO de las empresas. En total obtuvimos una respuesta válida de 292 empresas. Para analizar los datos utilizamos ecuaciones estructurales mediante mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) debido a la naturaleza del modelo, la posibilidad de eliminar soluciones inadmisibles e indeterminación de factores y por la robustez de la técnica.

Tal y como habíamos planteado en la justificación del modelo propuesto, los resultados obtenidos nos han permitido corroborar las hipótesis propuestas. En este sentido, los resultados ofrecen una visión crítica sobre la importancia de la orientación pionera como microfundamento de las capacidades dinámicas de la empresa. Los resultados permiten comprobar que una entrada temprana en el mercado favorece la creación de capacidades dinámicas ya que la disponibilidad de capacidades complementarias es un factor clave para materializar las ventajas de primer movedor (FMAs). Además, los resultados refuerzan la importancia de considerar las características de las relaciones organizativas en esta relación. En este sentido, las redes que se caracterizan por compartir valores y objetivos son menos adecuadas para detectar nuevas perspectivas y oportunidades que permitan a las empresas utilizar su orientación pionera para desarrollar capacidades dinámicas. Los resultados muestran también que los vínculos puente permiten a estas empresas acceder a conocimiento nuevo y exclusivo que resulta clave para detectar cambios y oportunidades que impulsan la orientación pionera de las empresas, permitiendo generar y desarrollar sus capacidades dinámicas.

¿Cuáles son las contribuciones académicas más importantes de vuestro trabajo?

A partir de este trabajo se plantean tres contribuciones académicas principales. En primer lugar, desde la visión basada en los recursos (RBV) analizamos nuevos factores determinantes de las capacidades dinámicas, en este caso la orientación pionera, incorporando también la influencia de las características de las relaciones interorganizativas en esta relación. En segundo lugar, el trabajo proporciona evidencia de la multidimensionalidad de las relaciones interorganizativas y muestra la importancia de analizar diferentes aspectos de estas relaciones y los efectos que pueden tener en el comportamiento empresarial. Finalmente, los resultados permiten profundizar en el conocimiento de cómo, a través de la orientación pionera, las relaciones interorganizativas de las empresas determinan su transformación en capacidades dinámicas.

¿Cuáles son las principales implicaciones prácticas para los directivos y empresas que se desprenden de esta investigación?

Nuestra investigación pone de manifiesto la importancia de una entrada temprana en el mercado para que las empresas puedan fomentar el desarrollo de sus capacidades dinámicas. Por otra parte, la investigación revela que aquellas empresas con una orientación pionera deben poner atención en el tipo de relaciones que mantienen con el resto de agentes. Así, los directivos deberían evitar aquellas relaciones donde existe un exceso de proximidad en cuanto a valores, objetivos, cultura, etc., con el fin de evitar que se produzca un bloqueo interno y una limitación de sus acciones individuales. Del mismo modo, los resultados obtenidos permiten recomendar a los directivos establecer relaciones con agentes fuera de su red central de contactos, a través de acuerdos comerciales, asistencia a conferencias y ferias, que permitan el acceso a información nueva y relevante.

¿Cuáles son las líneas de investigación que se desprenden de los resultados obtenidos?

Considerando la relevancia actual de las capacidades dinámicas para la competitividad de las empresas, seguir indagando en los antecedentes de dichas capacidades es una cuestión clave. En esta línea, las relaciones interempresariales parecen ser un factor clave del desarrollo de las capacidades dinámicas, por lo cual nuevas líneas de investigación requerirían el análisis de otros aspectos de las relaciones sociales, como puede ser la confianza en los contactos o la densidad de la red. Por otra parte, sería necesario analizar el efecto que las diferentes condiciones del entorno -intensidad de la adversidad, complejidad, etc.- ejercen en su desarrollo.

Para finalizar, este trabajo ha sido premiado en la Sección de Estrategia Empresarial y también ha quedado entre los finalistas del Premio General de ACEDE 2021 a la Mejor Comunicación, lo que confirma la calidad de esta investigación. En vuestra opinión ¿cuáles son los puntos clave sobre los que se sustenta la calidad de esta investigación?

En realidad, esta es una cuestión difícil de contestar, ya que la calidad de las comunicaciones de este congreso es muy elevada. De este modo, no es posible saber qué factores llevaron al Jurado a reconocer nuestro trabajo frente al resto de comunicaciones. Si bien, consideramos que es posible que la integración de diferentes enfoques teóricos para comprender con profundidad cómo se desarrollan las capacidades dinámicas, junto con la rigurosidad del análisis empírico realizado, pudieron ser los elementos decisivos que llevaron al jurado a seleccionar este trabajo. Llegados a este punto, nos gustaría aprovechar esta ocasión para agradecer a los miembros del Jurado el reconocimiento a nuestro trabajo.

Muchas gracias por vuestra colaboración.

ANÁLISIS. CÓMO EVITAR UN ‘DESK REJECTION’: 6 RECOMENDACIONES PARA INVESTIGADORES NOVELES

Juan Carlos Bou y Xosé H. Vázquez



Existe cierto consenso entre los académicos con más experiencia a sus espaldas sobre el hecho de que la competencia internacional ha disparado la dificultad para publicar en revistas de prestigio. Sirva como ejemplo lo sucedido con BRQ-Business Research Quarterly: en el año 2010, cuando la revista se indexó en el JCR, se recibieron 90 artículos. En 2014, el primer año en el que la revista ya pasó a editarse en lengua inglesa, se recibieron 183 trabajos. Desde entonces, el número de envíos a la revista muestra una tendencia que puede tildarse de aterradora para los sucesivos equipos editoriales: 420 en 2018, 600 en 2020 y –se esperan– unos 800 en 2021. Dado que el número de artículos publicados cada año es estable (20), poco hay que explicar sobre por qué BRQ necesita tener tasas de *desk rejection* muy elevadas. De otra forma, mantendríamos a los autores en procesos de revisión prolongados y con resultados a menudo muy frustrantes. Solo se envía a revisar, por tanto, aquellos artículos que, desde el principio, los editores perciben que tienen elevadas posibilidades de superar el proceso de revisión. En mayor o menor medida, el selecto grupo de revistas donde todos queremos publicar nuestras ideas trabajan con estas mismas coordenadas.

Los dos autores de esta nota para la Sección de Estrategia de ACEDE compartimos muchas dudas sobre cómo proceder con nuestros propios trabajos. Sin embargo, el hecho de tener un amplio registro de “*rejects*” a nuestra espalda, junto con la experiencia de haber sido editores de BRQ-Business Research Quarterly, podría habernos iluminado con alguna certeza. En una editorial de BRQ (Vázquez, 2018), abordamos ya de manera global lo que se espera de cada sección de un paper. Nuestro objetivo ahora es centrar el discurso en algunos aspectos más relacionados con esa primera impresión que tiene un editor al recibir un manuscrito y que condiciona su decisión de enviarlo o no a revisión. Estos aspectos son obviamente conocidos por los investigadores más experimentados, pero pueden ser de gran ayuda para investigadores noveles que pueden ver sus propuestas rechazadas pese a tener un buen producto que tan solo requeriría del empuje de un proceso editorial. Buscando la mayor brevedad y aprovechando el formato de este Boletín de la Sección de Estrategia, expondremos estos aspectos en forma de recomendaciones.

Recomendación 1: elige un problema con interés y relevancia o da una respuesta original a un problema ya estudiado.

Conviene reparar en que la razón de buena parte de los *desk rejection* no tiene que ver con el análisis econométrico o cualitativo, o con la profundidad con que los autores abordan la discusión de sus resultados.

Estos aspectos pueden ser mejorados en un proceso de revisión constructivo. El criterio principal de selección de artículos que utilizan los editores es la relevancia de la contribución, que incluye criterios más específicos como la novedad y originalidad (Bergh, 2003), las implicaciones para la gestión (McGahan, 2007; Vermeulen, 2007; Vosburgh, 2014), o la oportunidad temporal e interés de la contribución (Bartunek, Rynes y Ireland, 2006; Dutton y Dukerich, 2006). Todas estas son cuestiones que se remontan temporalmente al momento inicial en que los investigadores decidieron abordar el problema que tratan en el manuscrito.

Adicionalmente, aun cuando la propuesta pudiera ser relevante, es necesario transmitirla de forma clara. Es decir, no es suficiente con tener un buen producto, hay que saber venderlo. Y por ello es tan importante que el título y el resumen atraigan la atención (Vázquez, 2018). Los títulos deben ayudar a predecir el contenido, así como ofrecer novedad y curiosidad para captar interés. Los resúmenes deben incluir el objetivo, el cómo se ha hecho, el qué se ha encontrado, y el porqué es relevante. Un buen resumen puede conseguir captar la media hora de atención que necesita un editor para tomar una decisión informada. O bien puede ser también la clave para animar al editor a pasar al siguiente paper en menos de diez minutos.

Recomendación 2: Revisa el encaje con la línea editorial de la revista.

No es trivial recordar que formamos un área tremendamente multidisciplinar con pilares igualmente importantes en la psicología, sociología, economía o ingeniería. Las teorías que usamos tienen a menudo fundamentos epistemológicos distintos, y

numerosas revistas sustentan sus conversaciones académicas en tradiciones de la literatura diferentes, incluso aunque aborden temáticas semejantes. Con el avance del conocimiento y la especialización creciente de los investigadores, además, las prácticas estándar muestran cierta diferenciación en áreas como recursos humanos, marketing, estrategia, operaciones, finanzas, etc. Si a esto le añadimos la existencia de revistas para académicos y otras destinadas a *practitioners* (Harvard Business Review, MIT Sloan Management Review, California Management Review...), la elección de la revista adecuada para nuestro manuscrito se torna un asunto algo más complejo que hacer una búsqueda por palabras clave o simplemente seleccionar por factor de impacto.

Resulta fundamental tener un conocimiento mínimo de la línea editorial de las revistas y del tipo de artículos que publican, y esto se puede conseguir empleando cierto tiempo en ver sus últimos números: los títulos de los trabajos, los resúmenes, el contenido de aquellos que aparentemente se sitúan en la conversación en la que nosotros como autores deseamos entrar, etc. Por otro lado, conviene recordar que los editores no son omniscientes (ni expertos en todos los tópicos de la línea editorial de la revista), y que un recurso poco utilizado, al menos en nuestra experiencia con BRQ, es clarificar este encaje facilitando su comprensión al editor. Cuando puedan existir dudas, una *cover letter* bien redactada puede ser muy útil. Una buena carta de presentación debe resumir la contribución del manuscrito, destacando aquellos aspectos que pueden ser más interesantes para el equipo editorial:

novedad, relevancia, oportunidad, o rigor de la contribución. Pero, además, se puede argumentar porqué se ha seleccionado la revista para la publicación del artículo. Por ejemplo, la existencia de artículos anteriores que han abordado temas similares, o la contribución marginal que con relación a esos trabajos se pretende aportar, pueden ser argumentos convincentes para el editor. Hacer este ejercicio de reflexión sobre la selección de la revista es un indicio de que los autores han meditado sobre ello, y esto no es trivial para un editor. Naturalmente, conviene no cometer los errores que nosotros mismos hemos detectado al leer alguna *cover letter*: si se ha utilizado en otras ocasiones, hay que recordar cambiar el nombre del editor, el título de la revista, etc.

Recomendación 3: evitar la precipitación en los envíos.

En numerosas ocasiones nos hemos encontrado como editores ante propuestas que todavía están en fase de desarrollo y que, de haberse dedicado el tiempo necesario, podrían haber resultado una contribución interesante para la revista. Por ejemplo: la sección de discusión de resultados no parece tener ninguna relación con la sección teórica que asienta el marco de análisis, o sencillamente solo hay presentación de resultados, sin discusión, o se presentan análisis econométricos muy preliminares que requerirían de mayor elaboración ('kitchen sink regressions', serios problemas de endogeneidad, variables de control sin justificar o insuficientes, gran dependencia de los resultados a las distintas especificaciones del modelo debido simplemente a problemas de multicolinealidad...).

Los recursos editoriales de las revistas son limitados y no se pueden revisar todos los manuscritos que se reciben. Los editores seleccionan cuidadosamente aquellos que tienen elevadas probabilidades de terminar publicándose. Por ejemplo, un elemento clave de la política editorial en BRQ es limitar los '*Revise and Resubmit*' de alto riesgo. Aumentando los *desk rejections* se abrevia el proceso de revisión y no infunde falsas esperanzas a los autores. Solo aquellos artículos que, además de ser propuestas relevantes, demuestran desde el principio que "están bien organizados, correctamente escritos y con mensajes claros sobre cuál es su contribución al conocimiento en management" (Vazquez, 2015: 2) tienen más posibilidades de entrar en el proceso de revisión.

En nuestra experiencia como editores, en ocasiones hemos recibido el lamento de algunos autores que, habiendo sido rechazado su manuscrito, nos preguntan cómo podrán mejorar su contribución si su manuscrito no es revisado y no reciben el correspondiente feedback. Conviene recordar por ello que los artículos no se envían a las revistas para obtener comentarios. Para eso existen otros foros. Por ejemplo, es importante presentar los trabajos en congresos científicos, seminarios (una práctica insuficientemente extendida en nuestros departamentos) o simplemente solicitar, aunque sea informalmente, la opinión de colegas expertos. Solo cuando las versiones iniciales de nuestros trabajos han sido presentadas en estos ámbitos deberían enviarse para su publicación.

Recomendación 4: evita riesgos excesivos y asegúrate de que tu propuesta tiene ciertas garantías de éxito.

En muchos casos la precipitación en el envío viene asociada a prácticas de publicación que priman la inmediatez al trabajo concienzudo. Nos referimos a situaciones donde la selección de la revista es poco meditada y responde más a un juego de oportunidad (“acabo de recibir información sobre esta revista, vamos a probar”) o de probabilidades (“probemos en esta revista a ver si hay suerte; si no, lo enviamos a otra”). Algunos investigadores, quizá presionados por la urgencia en publicar, envían manuscritos a las revistas de forma indiscriminada (no nos referimos aquí a el envío de un mismo manuscrito a varias revistas al mismo tiempo, algo a lo que los autores se comprometen explícitamente a no hacer cuando envían su manuscrito). Podría interpretarse que la regla es “cuanto mayor sea el número y más rápidamente enviemos, más probabilidades hay de que nos acepten algo”. Un rechazo editorial no tiene importancia, pues todos nos hemos encontrado en numerosas ocasiones en esta situación. Sin embargo, realizar muchos envíos a una misma revista que terminen de forma reiterada en rechazo trasmite una imagen de poca solvencia y predispone a rechazos futuros. Igual que en el resto de actividades de investigación, la imagen es importante. Las revistas disponen de información sobre el histórico de envíos, por lo que es fácil detectar estas estrategias. Merece la pena destacar que en BRQ llegamos a recibir 8 artículos de un mismo autor en 2 días.

Recomendación 5: asegúrate de dejar claro en qué conversación estás.

Muy relacionado con la Recomendación 2, otro aspecto interesante para conseguir un mejor ajuste revista-manuscrito es el reconocimiento de trabajos ya publicados en la temática de estudio, y particularmente en la revista. Por ejemplo, un artículo sobre el despliegue conjunto de tecnologías de la información y herramientas de excelencia operacional puede tener cabida en el Journal of Operations Management y no en MIS Quarterly porque la conversación que ha tenido lugar al respecto es distinta (aunque lleguen a los mismos resultados).

Si asumimos que el nuevo conocimiento se construye a partir de las aportaciones realizadas en trabajos anteriores (de ahí la famosa locución de “subirse a hombros de gigantes”, para reconocer las aportaciones anteriores en los logros conseguidos), y que cada artículo supone una contribución marginal en una conversación más amplia, uno esperaría que quede muy claro cuáles son los trabajos sobre los que se hace una contribución, particularmente aquellos que están publicados en la revista en la que el autor está intentando publicar. Hacerlo así es indicio de que los autores conocen la revista y las contribuciones relevantes que se han realizado en su conversación (forman parte del grupo de lectores al que la revista se dirige o han hecho un esfuerzo por conocerla). Además, es más fácil explicar en qué y cómo su propuesta avanza en el conocimiento difundido hasta ahora, facilitando además el encaje revista-manuscrito arriba comentado.

El caso opuesto no es menos preocupante. Nos referimos a aquellos autores que, conocedores de la importancia del número

de citas recibidas para el cálculo del índice de impacto de las revistas, incluyen una gran cantidad de citas a trabajos previos a todas luces excesiva e injustificada desde el punto de vista académico. Cuando las citas no están justificadas, el efecto puede ser contraproducente porque demuestran una actuación forzada, cuando no una impostura. Los autores deben de saber que excesivas 'autocitas' (citas en una revista de artículos publicados por la misma revista) pueden ser contraproducentes para las revistas, además de resultar un comportamiento poco ético. Quizá por este motivo, en su reciente actualización de los criterios de evaluación de la investigación, la ANECA considera a las revistas con un elevado número de autocitas como revistas con comportamientos 'no estándar'. Estos indicios no suelen ser bien recibidos por los editores.

Recomendación 6: cuida los detalles porque, como en las citas, la primera impresión es la que queda.

No es nada personal, pero cuando un editor tiene el mismo día veinte papers encima de la mesa por revisar, un estudiante de doctorado en la puerta, unos exámenes por corregir, etc., es más difícil tener paciencia con quien te envía un trabajo con un título indescifrable, errores gramaticales en el resumen, acrónimos que no entiendes, o un formato que seguramente es muy apreciado en otras revistas (por ejemplo, de manera muy frecuente, en la presentación del *abstract*).

No dejamos de decir a nuestros hijos que eviten sacar conclusiones demasiado rápido y que prescindan de apriorismos, pero el hecho es que los editores tienen, al menos, tantas limitaciones cognoscitivas como los

autores, y sus decisiones, aunque sea de forma inconsciente, no están exentas de sesgos. Todos revelamos una gran cantidad de información cuando enviamos nuestros trabajos: la elección del tema, la manera de proceder, la forma de escribir, el contenido de lo que escribimos, y desde luego, el cuidado con el que presentamos las cosas. Ser concienzudo en todos y cada uno de los aspectos que configuran la impresión formal sobre un manuscrito es probablemente una de las cuestiones más infravaloradas. A veces porque se da por sentado, y otras veces porque seguramente algunos autores no son conscientes del efecto que produce su falta de atención con el producto que están intentando vender.

En definitiva, estamos convencidos de que, en contra de la creencia popular, a los editores no les gusta rechazar manuscritos. Desde luego en BRQ todos los equipos editoriales han enfatizado la empatía con los autores como una señal de identidad de la revista. Cuando es posible, ayudamos a los autores a mejorar sus trabajos mediante procesos de revisión constructivos hasta que estos alcanzan niveles de calidad publicables. Desgraciadamente, el elevado número de propuestas que recibimos no permite que esto sea viable en todos los casos, y la selección de artículos que son enviados a revisar es cada vez más exigente. Este fenómeno se reproduce en un creciente número de revistas, y es lo que explica la necesidad de dedicar una atención especial a ese primer contacto con los editores que condiciona el recorrido inmediato de nuestros trabajos.

REFERENCIAS

- Bartunek, J. M., Rynes, S. L., & Ireland, R. D. (2006). What makes management research interesting, and why does it matter? *Academy of Management Journal*, 49(1), 9-15.
- Bergh, D. D. (2003). Thinking strategically about contribution. *Academy of Management Journal*, 46(2), 135-136.
- Dutton, J. E., & Dukerich, J. M. (2006). The relational foundation of research: An underappreciated dimension of interesting research. *Academy of Management Journal*, 49(1), 21-26.
- McGahan, A. M. (2007). Academic research that matters to managers: On zebras, dogs, lemmings, hammers, and turnips. *Academy of Management Journal*, 50(4), 748-753.
- Vázquez, X. H. (2015). Taking stock, looking ahead. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(1), 1-3.
- Vázquez, X. H. (2018). The poetry of intriguing ideas, logical arguments and rigorous methods in management. *BRQ Business Research Quarterly*, 21(1), 1-10.
- Vermeulen, F. (2007). "I shall not remain insignificant": Adding a second loop to matter more. *Academy of Management Journal*, 50(4), 754-761.
- Vosburgh, R. M. (2017). Closing the academic-practitioner gap: Research must answer the "SO WHAT" question. *Human Resource Management Review*, 100633.

Inicio ↑

INFORMACIÓN DE LOS SOCIOS

TESIS DOCTORALES

Título: Analítica de datos y calidad de la información para la toma de decisiones del marketing.

Doctorando: Morales Serazzi, Manuel Alejandro (Universidad de Salamanca).

Director(es): Martos Partal, María Mercedes; González Benito, Óscar (Universidad de Salamanca).

Resumen: El desempeño organizacional se ha explicado tradicionalmente desde las capacidades del Big Data Analysis (CBDA) y desde la perspectiva del generador de información (tecnología). El propósito de esta tesis doctoral es demostrar empíricamente y en un marco diádico, que el desempeño se explica principalmente por información de calidad y debe medirse desde la perspectiva del tomador de decisiones (marketing, la variable de pérdida en las ciencias sociales). Para ello, esta tesis muestra que los gerentes de tecnología y marketing no entienden lo mismo por calidad de la información. En consecuencia, la configuración de los factores organizacionales que explican el desempeño organizacional en este estudio difiere de la tradicionalmente expuesta en la literatura de datos. Este estudio operacionaliza, a través de ecuaciones estructurales (SEM), un conjunto de factores relacionados con el análisis de datos y big data. Desde una perspectiva práctica, el estudio ofrece un conjunto de determinantes que influyen en la calidad de la información en los proyectos analíticos, con el fin de apoyar a los gerentes en la toma de decisiones que impactan el desempeño organizacional. Los hallazgos tienen aplicabilidad en diversas unidades funcionales de organizaciones que requieren analítica (marketing, recursos humanos, producción, entre otros). Desde el punto de vista de la originalidad, este estudio ofrece una metodología que se basa en el uso de dos informantes para resolver el sesgo de fuente única, y el uso del tomador de decisiones (usuario final) como informante de información de calidad. Además, incluye un mapa estratégico para explicar las relaciones y operacionalizar la implementación de estrategias de datos.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Best Paper on Gender Diversity. IFERA International Family Enterprise Research Academy (2021) Conference:

De Massis, A.; Muñoz-Bullón, F.; Sanchez-Bueno, M.J.; Velasco, P.; Silvio Vismara, S.: Toward a reconciliation of discrepant perspectives on debt in female led firms.

Best Research on Diversity in the Firm. 16th FERC Family Enterprise Research Conference (2021):

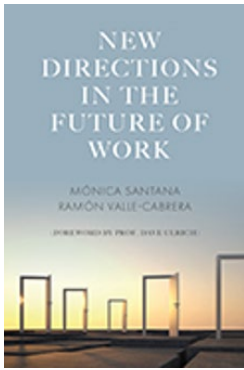
De Massis, A.; Muñoz-Bullón, F.; Sanchez-Bueno, M.J.; Velasco, P.; Vismara, S.: Women's leadership and leverage decisions: Exploring the nature of family firms and their governance.

Best Paper Award, 16th EIASM Workshop on Family Firm Management Research (2021):

Muñoz-Bullón, F.; Sanchez-Bueno, M.J.; Velasco, P.: Family ownership and debt: do socioemotional dimensions depict an indirect relationship?

PUBLICACIONES DE LOS SOCIOS

LIBROS



Santana, M.; Valle-Cabrera, R. (2021). *New directions in the future of work*. Emerald Publishing Limited, Bingley, London.

Resumen: Mónica Santana and Ramón Valle-Cabrera's wide-ranging study explores vital research and industrial issues that are central to understanding the concepts of the Future of Work and address key challenges in this evolving area of debate. A global cast of leading research specialists provide chapters examining a broad spectrum of areas relating to the Future of Work including leadership, talent management, AI and digitalisation, digital skills, new forms of work, industrial relations, vulnerable workers as well as well-being, happiness, satisfaction and burnout. Each chapter offers insights on how individuals and leaders can make choices to shape the future of work and effectively respond to changing contextual conditions, demystifying the future of work from a set of interesting insights into specific actions and choices that will help imagine, invent, and implement a work setting that works. *New Directions in the Future of Work* is illuminating reading for scholars of HRM, Talent Management, Leadership, Industrial Relations, and all those seeking to understand directions of travel for the workplaces of the future.

CAPÍTULOS DE LIBRO



Doucet, P.; Requejo, I.; Suárez-González, I. (2021). ¿Por qué persisten los grupos empresariales en Europa? Vacíos Institucionales, Ventajas Financieras o Limitación de Riesgos. En José Manuel Delgado Gómez, Emilio Huerta Arribas y Carlos Ocaña Pérez de Tudela (Coord.): *Empresa, economía y sociedad. Homenaje a Vicente Salas Fumás*, Vol. I, 51-70
https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2021/09/02_LHVicente-Salas.pdf

Resumen: El objetivo principal de este capítulo es analizar la relevancia económica y tipología de los grupos empresariales en España y en el resto de los países de la Unión Europea (UE). Con ello, se pretende aportar elementos de reflexión y discusión sobre hasta qué punto los estudios empresariales deberían extender los límites de la unidad de análisis más allá de la entidad legal, y considerar el grupo como nivel de análisis relevante. Se repasan las principales explicaciones a la existencia de grupos empresariales y su diversa relevancia en el contexto europeo.



Verdone, F.; Cantarero, S.; Puig, F. (2021). Capturing the Resilience of the Textile Companies as a Specific Response of the Fashion industry. En L. Rienda, L. Ruiz-Fernández, L. Drylie y I. García (2021). *Firms in the Fashion Industry*, 141-161. Palgrave Macmillan, Cham (Switzerland).

Resumen: This chapter aims to analyze the most recent innovative activity of cluster companies and how crises, such as that caused by the COVID-19 pandemic, have influenced this activity, or in other words, it tries to answer the question of how the textile industry, one of the most important in the fashion industry, has responded to the COVID-19 crisis. To do this, the authors analyzed a specific case, the Valencian textile cluster. This cluster comprises 1,000 companies employing about 15,000 people, accounting for 18.5% of companies in the textile industry in Spain. To this end, they focused on the most recent period in order to answer two key questions: (1) How have textile companies faced the coronavirus crisis? And (2) what has been the influence of location on that response?



Vergara, P.; Puig, F. (2021). The lost brightness of Lladró. En P. Ghauri y P. Cateora (Eds.) (2021). *International Marketing*, 5th Edition, 489-494. McGraw Hill, London (UK).

Resumen: The case describes how a multinational company leader in its sector faces a situation of persistent crisis and decline. The history and economic indicators analyzed show the effect of the main implemented strategies. To study and describe the reorganization plan, it has followed the two-stage model (retrenchment and recovery). Finally, reference is made to the main objectives that the company currently has to deal with the difficult situation they are still facing. Some questions are offered to

serve as a base for the discussion.

ARTÍCULOS

Campos, I.; Muñoz-Bullon, F.; Sanchez-Bueno, M. J.; Zuñiga-Vicente, J. A. (2021). Do employees boost opportunities to compete abroad? A longitudinal study of family and non-family firms. *European Management Journal*, In press.

Resumen: This study sheds light on the contingent effect that employee human capital may have on the relationship between family involvement and internationalisation via exporting—both in terms of entry mode (*how to export*) and degree (*how much to export*). We formulate several hypotheses by drawing mainly on arguments from the resource-based view and stewardship theory. The empirical setting is a large sample of Spanish manufacturing firms (family and non-family) operating between 1991 and 2016. Our results reveal that the positive (negative) relationship between family involvement and export intensity (direct exporting) is boosted (mitigated) at higher levels of employee human capital. Our findings thus provide statistical support for a positive and significant contingent approach to the effect human capital has on the connection between family involvement and internationalisation.

Cirillo, A.; Muñoz-Bullón, F.; Sánchez-Bueno, M. J.; Sciascia, S. (2020). Employee downsizing and sales internationalization strategy in family firm. *Journal of Family Business Strategy*, In press.

Resumen: Employee downsizing is a crucial choice that transcends the firm's boundaries and has profound social implications. While the topic has been on researchers' agenda for a long time, literature is still looking for a finer understanding of downsizing in family firms, which are the majority of employers worldwide. Using the Socio-Emotional Wealth perspective, this study explores the contingency effect of sales internationalization strategy on the relationship between family firm status and employee downsizing. Based on a large sample of private Spanish firms, our results reveal that the negative effect of family firm status on downsizing is mitigated at higher levels of export intensity, global focus and when export is done directly.

Elche, D.; Martínez-Pérez, A.; García-Villaverde, P.M. (2021). Pioneering orientation and the threat of imitation in tourism and hospitality firms: the role of knowledge strategy. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 1-30. DOI: 10.1080/19368623.2021.1918309.

Resumen: This paper focuses on the moderating role of knowledge strategy between threat of imitation and pioneering orientation (PO) in tourism and hospitality firms (THFs) located in cultural destinations. First, it studies the moderation of knowledge exploitation strategy and knowledge exploration strategy separately. Second, it analyzes the moderating effect of combined knowledge strategy, which includes exploitation and exploration. The sample consists of 215 THFs located in World Heritage Cities (WHCs) in Spain. The results show divergent moderating roles. While knowledge exploitation strategy positively moderates the relationship between the threat of imitation and PO, the moderating effect of knowledge exploration strategy is negative. Moreover, combined knowledge strategy also moderates the relationship between threat of imitation and PO. This study contributes to the empirical literature by analyzing different knowledge strategies and highlighting the need for simultaneous consideration of exploitation and exploration of knowledge in THFs located in tourism destinations.

Fuentelsaz, L.; Garrido, E.; González, M. (2021). Speed of institutional change and subsidiary performance: The moderating impact of home and host country learning. *Global Strategy Journal*, In press. <https://doi.org/10.1002/gsj.1416>.

Resumen: This research examines the role played by home and host country learning in the relationship between the speed of institutional change and subsidiary performance. We posit a negative relationship between the speed of institutional change in the host country and subsidiary performance. We also argue that this relationship is contingent on the institutional learning that parent multinationals (MNEs) have previously attained in other countries. By integrating the dynamic institution-based view and the organizational learning literature, our analysis highlights the key role that abilities and skills developed by MNEs to face rapid institutional changes have on the host countries in which they operate. We test our theoretical model using a sample of 342 subsidiaries from 68 MNEs operating in emerging and developed economies during 2001–2017.

García-Villaverde, P.M.; Ruiz-Ortega, M.J.; Hurtado-Palomino, A.; De La Gala-Velásquez, B.; Zirena-Bejarano, P.P. (2021). Social capital and innovativeness in firms in cultural tourism destinations: Divergent contingent factors. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100529.

Resumen: The aim of this work is to fill the gap in the literature on how certain internal and external factors affect the relational antecedents of innovativeness in companies in tourism destinations. The article specifically analyzes the moderator effect of two contingent factors, absorptive capacity and technological dynamism, on the relationship between social capital and innovativeness in tourism firms. The empirical study was conducted on a sample of 238 companies located in the World Heritage Cities of Peru. The findings show that while absorptive capacity boosts the positive relationship between social capital and innovativeness, technological dynamism undermines it. The study has a variety of theoretical implications for research and practical implications for managers of companies located in cultural tourism destinations.

Garrido Moreno, A.; García Morales, V.J.; Martín Rojas, R. (2021). Going beyond the curve: Strategic measures to recover hotel activity in times of COVID-19. *International Journal of Hospitality Management*, 96, 102928, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102928>.

Resumen: Hospitality and tourism are facing unprecedented challenges at a global scale, from the impact of the COVID-19 virus. As the world is experiencing the devastating consequences of the pandemic situation, tourism activity has been totally shocked. Particularly, hospitality is one of the industries that will be greatly transformed to adapt its business to a post-Covid-19 scenario. This study shed some light to identify the strategic measures of hotel recovery in the event of a disaster or an external crisis, like current pandemic, with a sample of 237 Spanish hotel managers. The results show valuable insights to guide hospitality managers.

González-Benito, J.; Suárez-González, I.; González-Sánchez, D. (2021): Human resources strategy as a catalyst for the success of the competitive strategy: An analysis based on alignment. *Personnel Review*, In press, DOI: 10.1108/PR-04-2020-0254.

Resumen: This study aims to shed light on this relationship by analyzing human resource management (HRM) strategy as an essential tool for transforming business strategy into results. Focusing on two generic competitive strategies, the authors establish hypotheses on the need for alignment among four echelons: business strategy, HRM system objectives, HRM system capabilities and business performance. The authors test these hypotheses with structural equation modeling techniques using data provided by 204 industrial companies. The results show that to get the most out of a competitive strategy based on quality differentiation, HRM system objectives and capabilities must be focussed on quality. In the same way, a competitive strategy based on innovation differentiation requires HRM system objectives and capabilities focussed on flexibility to achieve the maximum impact on performance. In this second case, alignment is fundamental in low dynamic environments. This research not only provides additional evidence for the strategic relevance of the human resources (HR) function but also reveals the potential benefits of focusing on objectives and capabilities rather than on practices. Moreover, it shows that the role of HRM objectives and capabilities in the implementation of a competitive strategy can be shaped by factors beyond the company's control, such as environmental dynamism.

Martín de Castro, G.; Salmador, M.P. (2021). Editorial. Intellectual capital and corporate environmentalism. *Journal of Intellectual Capital*, 22 (5), 817-822. <https://doi.org/10.1108/JIC-09-2021-390>.

Resumen: In this special issue, we propose a cross-fertilized new field of research and practice by linking intellectual capital and corporate environmentalism, exploring the key issues of social and relational capital in engaging external stakeholders in the development of proactive environmental strategies; the development of a green culture that facilitates the effective implementation of advance proactive environmental strategies; the role of environmental legitimacy, reputation and image in both internal and external stakeholders' engagement, as well as in complementing other organizational environmental efforts and firm performance, the attraction and retention of talent and highly skilled workers and their role in environmental innovation and proactive corporate environmentalism; the dilemma and significance of environmental reporting for firm purposes; or the key role cutting-edge eco-innovations in the firm.

Martínez-Noya, A.; García-Canal, E. (2021). Innovation performance feedback and technological alliance portfolio diversity: The moderating role of firms' R&D intensity. *Research Policy*, 50(9), <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104321>.

Resumen: This paper analyzes how innovation performance feedback affects firms' decisions to change the diversity of their technological alliance portfolio and how this relationship is moderated by firms' R&D intensity. In line with behavioral theory, we argue that only those firms deviating (either above or below) from their performance aspiration levels are expected to embrace changes in their alliance portfolio. We also posit that a firm's R&D intensity captures its ability to identify and detect good partners, based on its technological absorptive capacity. On this basis and given that recent innovation performance may condition firms' attractiveness as partners, we expect that for firms performing below aspirations, R&D intensity negatively moderates the propensity to increase alliance portfolio diversity. On the contrary, when firms perform above aspirations, R&D intensity reinforces the propensity to increase alliance portfolio diversity. We find support for our hypotheses based on data from the Spanish Technological Innovation Panel from 2008 to 2015.

Morales-Serazzi, M.; González-Benito, Ó.; Martos-Partal, M. (2021). Achieving useful data analytics for marketing: Discrepancies in information quality for producers and users of information. *BRQ Business Research Quarterly*, In Press, 2340944421996343.

Resumen: This study proposes as a key cause of the high failure rates in the implementation of analytical projects for marketing decisions, the discrepancy in the information quality (DIQ) perceived between producers (information technology [IT]) and users (marketing) of knowledge. Given that the DIQ between agents is a determining factor in the success of the ability to data analytics, this study focuses on examining this concept and its causes, specifically the resources related to data analytics that influence DIQ. The results of the surveys carried out with the IT and marketing managers of 95 companies in Spain, analyzed with a comparative methodological approach (dyadic), reveal the sources of the discrepancy, namely, the quality of the data, the technological capabilities, the talent, Chief Executive Officer (CEO) support, and alignment of the data plan with the marketing plan.

Pertusa-Ortega, E.M.; Molina-Azorín, J.F.; Tarí, J.J.; Pereira-Moliner, J.; López-Gamero, M.D. (2021). The microfoundations of organizational ambidexterity: A systematic review of individual ambidexterity through a multilevel framework, *BRQ Business Research Quarterly*, 24 (4), 355-371. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2340944420929711>.

Resumen: The analysis of ambidexterity at the individual level may help to open the black box of organizational ambidexterity and to address the microfoundations of the exploration/exploitation dilemma in order to know how it can be achieved. The purpose of this article is to examine the main characteristics, antecedents, and consequences of individual ambidexterity, highlighting several key theoretical and methodological issues. Through a systematic literature review, we synthesize and integrate knowledge about individual ambidexterity, identifying opportunities and challenges for future research. We propose a multilevel framework that includes antecedents, consequences, and contingent effects of individual ambidexterity and their relationships. This multilevel framework may help to overcome the micro-macro divide in the management field. We also provide a synthesis of future research proposals.

Royo-Vela, M.; Amézquita, J.C.; Puig, F. (2021). Market orientation in service clusters and its effect on the marketing performance of SMEs. *European Journal of Management and Business Economics*, In press. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-12-2019-0216>.

Resumen: This paper aims to address research gaps with regard to the relationship between market orientation and marketing performance when small- and medium-sized enterprises (SMEs) are located within a service cluster. The three main objectives of this research are to determine the effect that the cluster can have on both the market orientation of clustered companies and their marketing performance and to furthermore evaluate the effect of the market orientation of companies in the cluster on their marketing performance.

Ruiz-Ortega, M.J.; García-Villaverde, P.M.; De La Gala-Velásquez, B.; Hurtado-Palomino, A.; Arredondo-Salas, Á.Y. (2021). Innovation capability and pioneering orientation in Peru's cultural heritage tourism destinations: Conflicting environmental effects. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 441-450.

Resumen: This study responds to the demand for works on the antecedents of pioneering orientation in firms in tourism destinations. Specifically, the article analyzes the effect of two contingent environmental factors, namely competitive intensity and technological dynamism, on the relationship between innovation capability and pioneering orientation in hospitality and tourism firms. We analyze a sample of 238 firms in cultural heritage tourism destinations in Peru. The results show that innovation capability is a key antecedent of pioneering orientation in hospitality and tourism firms. Additionally, while competitive intensity strengthens the positive relationship between innovation capability and pioneering orientation, technological dynamism weakens it. The conclusions suggest various theoretical implications and practical recommendations for managers of firms located in cultural heritage tourism destinations.

Santana, M.; Rampasso, I.; Pavan, M.; Dibbern, T.; Rodrigues, E.; Walter, L.; Anholon, R. (2021). Trends in remote work: a study using science mapping. *WORK: A Journal of Prevention, Assessment & Rehabilitation*, In press.

Resumen: The objective of this research is to perform a scientific mapping on the theme "remote work", aiming to highlight the prominent themes associated with the subject for the years 2020 and 2021 (until the beginning of February). An initial sample of 479 articles published in the analyzed period was listed from the Web of Science database. After carefully reading their titles, abstracts and keywords, it was evidenced that 186 articles were directly associated with the scope of this research. The analysis of these 186 articles was carried out using the Scimat software, in order to identify the motor, basic or transversal themes, evolving or declining, and isolated or specific subjects. It was also conducted analysis of journals with the largest number of documents in the sample, journals with the highest number of cited references, and the most used references mentioned by the analysed articles. The results clearly showed three themes as motors, namely: "Job-satisfaction", "Flexible-work" and "Stress". "COVID-19" and "Remote-work" were classified as basic and transversal themes for the period. "Family" and "Communication" were classified as emerging themes, and the term "prevalence" that was associated with words such as "quarantine" and "back pain", as a "highly developed and isolated theme". The term "office" was in the transition between the upper quadrants, tending to be a motor term, but analyzing the findings, it is possible to verify that the results evidenced in this cluster were debated in the other themes. Although the study has an exploratory character and the authors used a conservative approach in the operationalization of the software (regarding words combination and terms elimination), the findings presented are interesting and may direct the studies of other researchers interested in the subject.

Inicio ↑

ANUNCIOS

Seminario: "Análisis Bibliométrico: SciMAT" impartido en el Instituto para el Desarrollo Tecnológico y la Innovación en Comunicaciones (IdeTIC). Mónica Santana.

<https://www.youtube.com/watch?v=s0eup0gS05w>

35 Congreso de la International Society of Franchising (ISoF).

Lugar y fecha de Celebración: DeGroote School of Business, McMaster University, Burlington, Ontario, Canada, del 2 al 4 de junio de 2022.

Plazo máximo envío de trabajos (papers, posters y casos docentes): 15 de enero de 2022.

<https://franchisesociety.com/2022-annual-conference>

Inicio ↑

EQUIPO DIRECTIVO DE LA SECCIÓN



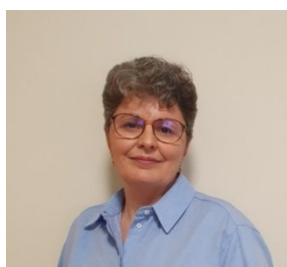
Presidente
Manuel González Díaz
(U. de Oviedo)



Vicepresidente
Juan Pablo Maicas
López
(U. de Zaragoza)



**Investig., docencia y
rel. institucionales**
M. José Ruiz Ortega
(U. de Castilla la Mancha)



Editora del Boletín
M. Valle Santos Álvarez
(U. de Valladolid)



Secretaria
Laura Cabeza García
(U. de León)

Próximo Boletín de la Sección de Estrategia Empresarial: Primavera 2022.