

EDITORIAL

El Consejo Editorial de la Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época presenta el volumen 2 de 2022, que, además de las secciones habituales, Tribuna y Reseñas bibliográficas, recoge en la Sección especial, al cuidado de las profesoras Teresa Martínez-Fernández, Catedrática de Organización de Empresas de la Universidad Jaume I, y Gloria Parra-Requena, Profesora Titular de Organización de Empresas de la Universidad de Castilla-La Mancha, siete artículos sobre sostenibilidad y *clusters* bajo una perspectiva estratégica. En la sección Tribuna se publican seis artículos y en la de Reseñas bibliográficas dos trabajos más.

SECCIÓN ESPECIAL

Sostenibilidad y *Clusters* bajo una Perspectiva Estratégica

Teresa Martínez-Fernández

Departamento de Administración de Empresas y Marketing

Universidad Jaume I

Gloria Parra-Requena

Departamento de Administración de Empresas

Universidad de Castilla-La Mancha

Desde la aparición del conocido Informe Brundtland en 1987, la sostenibilidad ha adquirido un papel vital para la actividad económica y social en todo el mundo. Así, en estas últimas décadas se ha producido una creciente preocupación social, institucional y científica por el impacto de la actividad humana en la sostenibilidad de los ecosistemas, demandando un desarrollo sostenible. Pero ¿cómo alcanzar un desarrollo sostenible? Muchos de los retos actuales a los que se enfrenta la sociedad sólo se pueden resolver desde una perspectiva global en términos de sostenibilidad. Se trata de una apuesta por el progreso social, un equilibrio medioambiental y el crecimiento económico.

Las empresas, como actores centrales de la economía, tienen un papel dual en el desarrollo sostenible al ser, por un lado, generadoras de problemas de sostenibilidad y, por otro, esenciales para lograr entornos medioambientales, sociales y económicos más competitivos y sostenibles (Baumgartner y Rauter, 2017). Desde este enfoque, se exige a las empresas implantar posturas sostenibles para compatibilizar su competitividad con su compromiso hacia la solución de los problemas naturales y sociales generados por la actividad económica (Kiron *et al.*, 2017).

En este marco, la sostenibilidad se ha convertido en los últimos años en una perspectiva importante dentro del campo organizativo (Amui *et al.*, 2017) y, particularmente, en la estrategia empresarial. Académicamente, la relación empresa-sostenibilidad ha sido analizada desde diversos enfoques teóricos, entre los que destacan: 1) la responsabilidad social corporativa y 2) la sostenibilidad corporativa. Recientemente, siguiendo los fundamentos de estos enfoques, aparece el concepto de la orientación a la sostenibilidad, como una postura estratégica proactiva, que permitirá a las empresas afrontar un proceso drástico de transformación empresarial para impulsar proactivamente la sostenibilidad empresarial, integrando preocupaciones, comportamientos y prácticas de sostenibilidad en las que se equilibran intereses económicos,

medioambientales y sociales (Khizar *et al.*, 2021). Asimismo, otro tópico es la orientación emprendedora a la sostenibilidad (OES) con el objetivo de analizar cómo las empresas detectan y aprovechan oportunidades vinculadas con el desarrollo sostenible (Martínez *et al.*, 2015; Criado-Gomis *et al.*, 2020).

Bajo estas premisas, este número especial se centra en aquellas aglomeraciones territoriales generadoras de economías o ventajas para las empresas y organizaciones allí localizadas. Actualmente, podemos observar cómo la sostenibilidad en estos *clusters*/distritos despierta una gran preocupación académica, social y política. Así, en la literatura de *clusters* se demandan nuevos enfoques para abordar la competitividad y la sostenibilidad de las aglomeraciones territoriales (Díez-Vial y Montoro-Sánchez, 2017).

En línea con esta demanda de estudios, en este número especial se recogen siete contribuciones recientes en el campo de la sostenibilidad y su relación con el territorio desde una perspectiva estratégica.

Así, el número especial se abre con el artículo titulado “La transmisión del conocimiento formal e informal entre los trabajadores operarios del distrito industrial: El caso del Distrito Agroindustrial de Anápolis”, cuyos autores son Eduardo Dias Leite, del Instituto Federal de Educación, Ciencia y Tecnología de Brasilia, junto a Xavier Molina Morales, y Luis Martínez Cháfer, de la Universidad Jaume I de Castellón, y Edgar Reyes Junior, procedente de la Universidad de Brasilia. Este trabajo presenta un estudio sobre la influencia de la transmisión del conocimiento formal e informal entre los trabajadores operarios del distrito agroindustrial de Anápolis, en Brasil. Las principales conclusiones obtenidas señalan que el proceso de formación reside de manera principal en la actuación del gobierno. Asimismo, la pertenencia de los operarios a las asociaciones profesionales y haber recibido formación en las mismas instituciones hacen que las relaciones personales y profesionales sean más fuertes, facilitando la transmisión de nuevos conocimientos.

Los destinos y *clusters* turísticos son el objeto del trabajo de Mateo Manuel Córcoles-Muñoz, de la Universidad de Castilla-La Mancha. Bajo el título “Destinos y *clusters* turísticos: hacia un modelo de ecosistema sostenible”, el autor presenta un modelo teórico que analiza el papel de los destinos y *clusters* turísticos como ecosistemas sostenibles. Para ello desarrolla un análisis de los diferentes *stakeholders* presentes en todo sistema turístico y cómo influyen y están influidos para lograr un turismo sostenible. Como principal conclusión se señala que los destinos turísticos, entendidos como *clusters*, se configuran como ecosistemas sostenibles en los que los comportamientos de cada uno de los actores que los integran conducen hacia un funcionamiento y comportamiento sostenible a nivel de destino.

El tercer artículo ha sido elaborado por profesores de la Universidad de Alicante, José Francisco Molina Azorín, Juan José Tarí, María Dolores López Gamero, Jorge Pereira Moliner, Eva M^a Pertusa Ortega y Ana Isabel Antón López. Partiendo del concepto de destino turístico inteligente y examinando su relación con la sostenibilidad, el trabajo titulado “Los destinos turísticos inteligentes y la sostenibilidad” indica las principales dimensiones que pueden ayudar a mejorar su competitividad (gobernanza, innovación, tecnología, accesibilidad y sostenibilidad). En concreto, fundamentalmente, se centra en esta última, indicando acciones e indicadores que se pueden utilizar en sus diferentes dimensiones (económica, ambiental y social) y que pueden ayudar a promover soluciones sostenibles en el sector turístico desde ese nivel de localización de los destinos turísticos.

En cuarto lugar, el trabajo titulado “Principales oportunidades ambientales en el distrito industrial textil valenciano” de Francisco Javier Ortega Colomer, de la Universidad de Valencia, analiza las principales oportunidades ambientales a las que el distrito industrial textil valenciano tendrá que enfrentarse en los próximos años. Para ello, se han recogido datos a

través de un cuestionario realizado tanto a las consultoras ambientales que trabajan en la zona, como a una muestra de empresas que conforman el distrito. Los resultados aportan evidencias acerca de los servicios ambientales ya cubiertos en la zona, como es el caso de la gestión de tramitaciones ambientales, así como otros en los que hace falta un mayor recorrido, pues no han sido identificados expresamente como una oportunidad de mercado.

El quinto artículo ha sido elaborado por el investigador Xavier Raso Domínguez, junto a los profesores Luíís Martínez Chafer y F. Xavier Molina Morales, todos ellos de la Universidad Jaume I de Castellón. Desde una perspectiva de estudio de caso, el trabajo bajo el título “Sostenibilidad en los *clusters* agroalimentarios de la Comunidad Valenciana. Estudio de caso” analiza la sostenibilidad dentro de los *agro-clusters* de la Comunidad Valenciana. En concreto, el caso del *cluster* de la uva de mesa embolsada del Vinalopó mediante el consejo regulador de la denominación de origen. El objetivo consiste en evaluar, mediante el análisis documental, cuánto ha impactado la sostenibilidad en el mismo a través de la utilización de distintos indicadores. Entre los principales resultados destaca que, si bien es evidente que la sostenibilidad forma parte intrínseca del *cluster*, existen matices y falta de información hacia el consumidor que no favorecen la percepción de sostenibilidad.

A continuación, Juan José Juste Carrión junto a Guillermo Aleixandre Mendizábal, ambos profesores de la Universidad de Valladolid, nos presentan su trabajo bajo el título “*Clúster* y sostenibilidad: una aproximación desde el sector español del vino y sus denominaciones de origen”. El artículo tiene como principal objetivo ofrecer una aproximación al papel del sector del vino en general y el de las denominaciones de origen vinícolas como exponentes de *clusters* a escala territorial, en particular, en relación con la sostenibilidad. Partiendo de un análisis exhaustivo de la industria agroalimentaria española y sus denominaciones de origen, y haciendo hincapié en la relevancia del sector vinícola, el trabajo señala la trascendencia de las denominaciones de origen para la España rural – ampliamente afectada por la despoblación y el envejecimiento demográfico –, sobre todo en aquellos territorios en los que el enoturismo aparece como elemento de diversificación productiva, así como la creciente vinculación entre el mundo del vino y la sostenibilidad ambiental.

Finalmente, cierra este número especial la contribución de los profesores José-Vicente Tomás-Miquel, Jordi Capó-Vicedo y Josep Capó-Vicedo de la Universidad Politécnic de Valencia, titulada “El camino hacia el desarrollo sostenible de los *clusters* industriales: un estudio entre los futuros líderes del *cluster* textil valenciano”. Ante la necesidad de tener en cuenta la sostenibilidad en todos y cada uno de los ámbitos de la sociedad, este estudio pretende arrojar luz sobre la percepción que los estudiantes universitarios, como futuros integrantes de las áreas de dirección y gestión de las empresas de los *clusters* industriales, tienen acerca de este concepto y de la incorporación de estrategias más sostenibles en las mismas. Los resultados obtenidos muestran implicaciones relevantes para la investigación educativa, así como para las políticas y estrategias empresariales del *cluster*. En líneas generales, la investigación revela un importante interés general por los aspectos vinculados a la sostenibilidad, revelando la influencia que en estos procesos puede tener la inclusión de formación en este ámbito, así como en la ética medioambiental en los planes de estudio universitarios.

REFERENCIAS

- Amui, L. B. L., Jabbour, C. J. C., de Sousa Jabbour, A. B. L., y Kannan, D. (2017). Sustainability as a dynamic organizational capability: a systematic review and a future agenda toward a sustainable transition. *Journal of Cleaner Production*, 142, 308-322.

- Baumgartner, R. J., y Rauter, R. (2017). Strategic perspectives of corporate sustainability management to develop a sustainable organization. *Journal of Cleaner Production*, 140, 81-92.
- Brundtland, G. H., Khalid, M., Agnelli, S., Al-Athel, S., & Chidzero, B. J. N. Y. (1987). Our common future. New York, 8.
- Criado-Gomis, A., Iniesta-Bonillo, M. A., Cervera-Taulet, A., y Ribeiro-Soriano, D. (2020). Women as key agents in sustainable entrepreneurship: A gender multigroup analysis of the SEO-performance relationship. *Sustainability*, 12(3), 1244.
- Díez-Vial, I., y Montoro-Sánchez, Á. N. (2017). From incubation to maturity inside parks: the evolution of local knowledge networks. *International Journal of Technology Management* 73(1-3), 132-150.
- Khizar, H. M. U., Iqbal, M. J., y Rasheed, M. I. (2021). Business orientation and sustainable development: A systematic review of sustainability orientation literature and future research avenues. *Sustainable Development*, 29(5), 1001-1007.
- Kiron, D., Unruh, G., Reeves, M., Kruschwitz, N., Rubel, H., y ZumFelde, A. M. (2017). Corporate sustainability at a crossroads. *MIT Sloan Management Review*, 58(4).
- Martínez-Pérez, Á., García-Villaverde, P. M., y Elche, D. (2015). Eco-innovation antecedents in cultural tourism clusters: External relationships and explorative knowledge. *Innovation*, 17(1), 41-57.

SECCIÓN TRIBUNA

La sección se abre con el artículo titulado “Satisfaction and motivation: a study with servers from the Traffic Department of Federal District in Brasil”, cuyo autor es Eduardo Dias Leite, del Instituto Federal de Educación, Ciencia y Tecnología de Brasilia. El trabajo investiga la satisfacción y motivación en el trabajo de los empleados de la Secretaría de Tránsito del Distrito Federal. Los resultados muestran que el factor que más influye en los servidores públicos es la motivación por el logro y el poder. Sin embargo, se muestran indiferentes a la motivación por el desempeño, logro e involucramiento en el trabajo.

La segunda aportación, titulada “El estudio del *branding* y el *packaging* desde la óptica del neuromarketing” la firman Arta Antonovica, Víctor José Cerro Rodríguez, Dolores Lucía Sutil Martín y María García de Blanes Sebastián, todos ellos profesores de la Universidad Rey Juan Carlos. Los autores presentan un estudio bibliométrico en el que corroboran que ambos conceptos están teniendo una intensa dedicación por parte de los investigadores, aunque hay una alta fragmentación de la literatura, como consecuencia del diverso origen académico de los autores que los abordan.

El tercer trabajo, titulado “Investigation of the effects of learning and performance goal orientation on team creative efficacy and new service development performance within the organization”, es de Zafer Adiguzel, de la Universidad Medipol de Estambul, y de Fatma Sonmez Cakir, de la Universidad de Bartin (Turquía). El artículo analiza las relaciones entre las variables que se orientan al objetivo del aprendizaje, el desempeño, el apoyo ejecutivo, la eficacia creativa de los equipos de trabajo y el desarrollo de nuevos servicios en la empresa. Para estudiarlas llevan a cabo una encuesta a 592 trabajadores del sector productivo.

En cuarto lugar, Blanca Martínez Marcos, de la Universidad de Salamanca, nos presenta una contribución sobre los hábitos de consumo en tiempos de pandemia, titulada “¿Ha

modificado la COVID-19 los hábitos de consumo de los estudiantes a pesar de su formación académica? La posible mirada hacia la RSC”. En este artículo, la autora aborda la influencia que una nueva mirada a la realidad, ocasionada por la influencia de la pandemia, puede tener sobre la responsabilidad social corporativa de las empresas y los nuevos objetivos de desarrollo sostenible.

“El papel de la cultura en la evaluación de la felicidad entre países. Una aproximación fsQCA” es el título del cuarto artículo que publicamos en esta sección. Los autores, Francisco José Torres Peña, Francisco José Torres Ruiz y Manuela Vega Zamora, de la Universidad de Jaén, plantean que la felicidad tiene importantes efectos en la imagen y prestigio de los países, por lo que llevan a cabo un estudio de mejora de sus métodos tradicionales de medición, con la inclusión de variables culturales.

Finalmente, la sección se cierra con el artículo titulado “The bank’s effect on digital capability and knowledge acquisition within the performance and digital native’s perception on mobile banking”, cuyos autores son Buket Asian y Zafer Adiguzel, de la Universidad Medipol de Estambul, y Fatma Sonmez Cakir, de la Universidad de Bartin, ambas de Turquía. El trabajo analiza los efectos de la adquisición de conocimiento y habilidades digitales sobre el comportamiento y las percepciones de los nativos digitales sobre las aplicaciones de banca móvil derivadas de la expansión de Internet. Mediante una encuesta a trabajadores de banca en Turquía, los autores concluyen que los bancos turcos deberían dar más importancia a la información que se suministra y a la digitalización.

RESEÑAS BIBLIOGRÁFICAS

El número finaliza con dos reseñas. La primera nos la ofrece David López Jiménez, de la EAE Business School, que nos presenta el libro *Bezonomics*, de Brian Dumaine, publicado por la editorial Conecta en 2021 en la ciudad de Madrid. La segunda, redactada por Sara Herrada Lores, de la Universidad de Almería, presenta el libro *Marketing en redes sociales*, de las autoras María Sicilia, Mariola Palazón, Inés López y Manuela López, publicado también en 2021 por la editorial ESIC en la ciudad de Madrid.

Juan Carlos Rodríguez Cohard, Teresa Martínez-Fernández y Gloria Parra-Requena.