

Palabras de la redacción

Franck Barès

Volume 28, Number spécial, 2024

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1116621ar>

DOI: <https://doi.org/10.59876/a-4b6w-v4nk>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

HEC Montréal
Université Paris Dauphine

ISSN

1206-1697 (print)

1918-9222 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Barès, F. (2024). Palabras de la redacción. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 28(spécial), 6–6.
<https://doi.org/10.59876/a-4b6w-v4nk>

Palabras de la redacción

Franck Barès

Profesor titular, Editor en Jefe, HEC Montréal
franck.bares@hec.ca

Este último número del año incluye once artículos, de los cuales cuatro forman parte del dossier especial procedente del congreso Atlas-AFMI que se llevó a cabo en Niza en 2022. Una palabra de los editores invitados -con un título llamativo: *Ética, resiliencia y nuevos desafíos de la gestión internacional*- contextualiza los desafíos actuales en la gestión internacional, así como los cuatro artículos seleccionados.

En el primer artículo titulado “El rol de las rutinas y sus artefactos en la articulación entre estandarización y flexibilidad: propuesta de un marco conceptual integrador”, Savéria Cecchi propone presentar un marco conceptual para dar cuenta de la interacción entre la estandarización y la flexibilidad en contextos organizativos. Este marco se enfoca en dicha interacción a través de la perspectiva de las rutinas organizativas y sus artefactos. Esto permite establecer vínculos entre diversas contribuciones hasta ahora relativamente independientes. La autora destaca la utilidad de los conceptos de inscripción y *affordance* para examinar cómo los artefactos están íntimamente entrelazados con el tejido social de sus contextos de diseño y uso, aunque sin descuidar sus formas materiales.

El segundo artículo, de Ali Uyar, Faten Lakhal, Cemil Kuzey y Abdullah S. Karaman, titulado “¿Los accionistas valoran la responsabilidad social corporativa (RSC)? El papel de la visibilidad de la empresa, los recursos financieros disponibles y la supervisión”, plantea que aunque muchos estudios anteriores han examinado la relación entre la responsabilidad social empresarial (RSE) y el valor de la empresa, las conclusiones son inconsistentes. En este estudio se examina cómo la visibilidad de la empresa, los recursos financieros y la supervisión influyen en la relación entre la RSE y el valor de la empresa. Se observa que el rendimiento de la RSE y sus tres dimensiones: ambiental, social y de gobernanza, tienen efectos positivos en el valor de la empresa. Los resultados también muestran que en presencia de recursos excedentes y una sólida gobernanza corporativa, el efecto positivo de la RSE en el valor de la empresa está fuertemente respaldado. Estos hallazgos sugieren que los líderes deben tener en cuenta tanto los intereses de los accionistas como abordar las preocupaciones de las partes interesadas, especialmente cuando la empresa cuenta con recursos financieros disponibles y un consejo efectivo.

En el tercer trabajo cuyo título es “De vuelta a los orígenes: redescubriendo el papel de los individuos en el modelo de Uppsala”, Stefano Valdemarin constata que durante 40 años, el modelo de Uppsala se ha centrado en la internacionalización de empresas, considerando el análisis a nivel individual como un campo inexplorado. Recientemente, el modelo ha sido criticado en ese aspecto por académicos, provocando a sus autores introducir procesos a nivel micro en algunas de sus dimensiones. Pero ¿es posible integrar completamente el nivel micro en el modelo de Uppsala? Mediante el desarrollo de una revisión sistemática de la literatura, este artículo tiene como objetivo abrir ese campo inexplorado. Junto con contribuciones metodológicas, se redescubre el papel de los individuos, se muestra cómo el modelo puede integrarlos, se desarrolla un enfoque microfundacional completo y se sugieren futuras direcciones de investigación.

El artículo siguiente, una propuesta de Viatcheslav Avioutskii y Fabrice Roth, se titula “Análisis de la reacción geopolítica y normativa de las empresas que operan en Rusia ante la agresión contra Ucrania” y en él se analiza el efecto de la agresión rusa contra Ucrania sobre las decisiones de salida del mercado ruso de las empresas extranjeras. Se introduce en este artículo un enfoque geopolítico de la Gestión Internacional para analizar estas decisiones en

un contexto de desglobalización. El estudio tiene también en cuenta los criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) para explicar las decisiones de salida. Por medio de técnicas de regresión múltiple se prueban estas variables sobre una muestra compuesta por aproximadamente 2000 empresas. Los resultados muestran que las decisiones de salida fueron tomadas más de conformidad con la orientación geopolítica del país de origen que en función del interés económico. Los criterios ASG (democracia y derechos humanos) también afectan significativamente las decisiones de salida.

En el quinto artículo, de Jacqueline Boysselle y René Díaz-Pichardo, titulado “El efecto moderador de la participación en redes alternativas alimentarias en la relación entre la comunicación de empresa socialmente responsable y la confianza de marca”, los autores sostienen que, aunque la comunicación de empresa socialmente responsable (CESR) puede afectar la percepción de los consumidores sobre la ética corporativa e influir en sus decisiones de compra y consumo, también puede ser percibida como *greenwashing*. Con base en la teoría de señalización, proponen que la pertenencia a redes alternativas de alimentación (RAAs) modera la forma en que la percepción de la CESR impacta la confianza de marca. Usando un diseño experimental de tipo transversal, y escalas tipo Likert en modelos de ecuaciones estructurales, entienden que las personas pertenecientes a RAAs desarrollan una mayor confianza de marca ante la señal de CESR. Esta investigación contribuye a entender mejor la transformación del consumidor hacia un consumo más sostenible.

Mariana Bassi Suter, Felipe Mendes Borini, Lucas dos Santos Costa, Alison J. Glaister, Raquel Meneses y Nathalie Georgia Carina Johnston proponen, por su lado, un trabajo titulado “Comprender la capacidad de la marca de los empleados y los impactos de la imagen del país de origen para las empresas internacionalizadas”. Este artículo se enfoca en comprender el papel de la capacidad de marca (*branding*) del empleado (EmpBCap) en la explotación de la imagen del país de origen (IPO) como un recurso estratégico de la empresa. Basándose en la teoría de los recursos y la teoría de la señalización, identifican que EmpBCap potencia la IPO como una ventaja específica del país (IPO-VEP). Recolectan tres conjuntos de datos, con un total de 1.060 observaciones de ejecutivos que trabajan en empresas internacionalizadas con sede en Portugal y Brasil. Mediante el uso de procedimientos psicométricos y análisis estructural de ecuaciones simultáneas, los resultados muestran que la capacidad EmpBCap constituye un antecedente de la IPO-VEP y ejerce un efecto indirecto sobre el desempeño de la empresa.

En el último artículo, escrito por Marie Kerveillant, Philippe Lorino, Michaël Mangeon y Olivier Saulpic, “Abrir al público un gran proyecto nuclear: Superar el marco del diálogo técnico desarrollando una deliberación pluralista”, se trata la gran importancia que tiene la implicación del público en la gobernanza de organizaciones involucradas en actividades que presentan un alto nivel de riesgo para la sociedad. Los autores proponen una mejor comprensión de tal implicación y de sus efectos estudiando a un nivel micro el diálogo entre expertos institucionales y miembros de la sociedad civil, en torno al “Expediente de opciones de seguridad” para el depósito profundo de residuos nucleares “CIGEO” en Francia. Demuestran que, a pesar de limitaciones resultando de la estructuración de la pericia en la industria nuclear en Francia, el diálogo ha permitido cambios reales, aunque limitados. Debaten, entonces, las condiciones para superar el marco del diálogo técnico entre expertos introduciendo la noción de pluralismo.

¡Buena lectura!