

Negocios internacionales: Evolución, consolidación e identificación de los temas que lideran el campo de investigación

Área de investigación: Teorías de la administración y de la organización

Edith Joann Anzo Múnera

Universidad de Medellín

Colombia

eanzo@udem.edu.co / edith_anzo@yahoo.com

XIII CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA



Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Negocios internacionales: Evolución, consolidación e identificación de los temas que lideran el campo de investigación

Resumen

Negocios Internacionales se encuentra en una etapa de pre-paradigma, en la cual busca identificarse como un campo de investigación con teorías propias. La ponencia mostrará el proceso vivido por los negocios internacionales para identificarse como tal resaltando, en una primera parte, su origen y evolución en el siglo XX y XXI en la que se presentan los temas que han liderado la investigación en negocios internacionales y sus nuevas direcciones tomadas por el campo en busca de su propio objeto de estudio. De igual manera, su proceso de consolidación, en el que se mostrarán las principales corrientes de investigación del campo que representan el debate existente al considerar desprenderse de las demás disciplinas económicas y administrativas e identificar su propio objeto de estudio, o continuar dependiendo de ellas en los trabajos académicos e investigativos del campo de negocios internacionales. Por último, se hará un análisis de la frontera de investigación del campo mostrando las principales universidades y escuelas de negocios, revistas, autores, libros y eventos de investigación del campo de negocios internacionales. Por último, se pretende identificar la brecha existente entre la frontera de investigación del campo y el estado de este desde un ámbito local.

Palabras Claves: Negocios Internacionales, Campo de Investigación, Pierre Bourdieu, frontera de investigación

Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

NEGOCIOS INTERNACIONALES: EVOLUCIÓN, CONSOLIDACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LOS TEMAS QUE LIDERAN EL CAMPO DE INVESTIGACIÓN

1. INTRODUCCIÓN

En las ciencias económicas y administrativas se puede identificar, por lo general, la existencia de escuelas representativas de cada enfoque, las cuales aportan a la evolución del campo y buscan la uniformidad de sus actores al establecer tendencias y teorías. Esto se da cuando el campo establece, en medio de esa permanente lucha, unos patrones de comportamiento frente a la investigación que le permiten realmente contribuir al campo y hacer de este un espacio en constante crecimiento.

Negocios internacionales parece presentar una dinámica distinta a esta, debido a que es un área de conocimiento sin paradigmas que rijan su rumbo, pero sí se encuentra en una etapa de pre-paradigma. Como lo planteó Stopford (1998, 636) «Negocios Internacionales necesita una teoría unificadora, luego debe convertirse en un campo más estrecho en su ámbito de aplicación», para ello, negocios internacionales necesita salir de la etapa de pre-paradigma y pasar a una etapa de paradigma, en la que podría identificarse como un campo con teorías propias y desde allí, divisar todo el trabajo que le espera a cada uno de los agentes que conformen el campo respecto a la investigación y aplicación de los negocios internacionales.

Un campo caracterizado por un amplio margen en el cual es difícil llegar a un consenso, es probable que haga pocos avances científicos y que permanezca permanentemente en la camisa de fuerza de una etapa de pre-paradigma, la cual no confiere estatus, prestigio y los recursos en la comunidad de las ciencias sociales y disciplinas de negocios (Pfeffer, 1993). Esta es una característica propia del campo de los negocios internacionales donde se evidencia que la principal causa de la dificultad que presenta para salir de esa etapa es la misma dependencia de otras disciplinas.

La necesidad de definir qué es lo mejor para Negocios Internacionales (identificar las principales preguntas de investigación del campo o mantenerse en la interdisciplinaria y diversidad), se ha convertido en el objeto de estudio de los principales contribuyentes del campo, es decir, los representantes de las más importantes revistas (autores y editores) de Negocios Internacionales, los autores de los más prestigiosos libros de Negocios Internacionales, los doctores en Negocios Internacionales de las instituciones académicas de mayor reconocimiento académico y científico, entre muchos otros actores que componen este espacio de luchas denominado campo de investigación en Negocios Internacionales y quienes se convierten en esa punta de lanza que dirige la investigación de dicho campo.

2. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL CAMPO DE INVESTIGACIÓN DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

2.1 Origen y evolución del campo en el siglo XX

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

**ANFECA**
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

Para comenzar, Peter Buckley¹(2002) realiza una descripción de los negocios internacionales desde la época de la post Segunda Guerra Mundial hasta el año 2000 dividida en tres etapas. La primera va hasta la década de 1970 y se enfoca directamente en los flujos de la Inversión Extranjera Directa; en la segunda habla de la explicación de la existencia, la estrategia y la organización de las Empresas Multinacionales, etapa que va desde 1970 hasta 1990; y la tercera va desde 1980 hasta 2000 y trata de la Internacionalización a la Globalización “Nuevas formas de Negocios Internacionales”.

Es en este punto donde Peter Buckley, se arriesga a divulgar la posible necesidad de los investigadores en negocios internacionales de descubrir una nueva “gran pregunta”, la cual debería contener diferentes cuestiones, entre las que se encuentran la entrada de grandes jugadores en la economía mundial, las diferentes formas de organización de la empresa como característica de los distintos contextos culturales, la identificación de tendencias a la (y lejos de) globalización y los desafíos para el capitalismo global.

2.2 Evolución del campo en el siglo XXI

Como complemento a las etapas propuestas por Buckley (2002), se ha encontrado que el trabajo de Griffith et al. (2008) revela una valiosa información sobre la evolución del campo –sin intentar desmeritar el aportante trabajo realizado por Buckley– puesto que se identifican las recientes contribuciones que estuvieron dirigiendo la agenda de los negocios internacionales en un período de 1996 – 2006 en seis revistas internacionales líderes (Griffith, Tamer, & Xu, 2008). Todo esto, con el fin de examinar las futuras direcciones vistas por los más prolíficos académicos del campo. En este punto, el campo ya tiene una estructura académica compuesta por un grupo exclusivo de revistas, las cuales son el reflejo de los temas de negocios internacionales que lideran y redirigen continuamente el campo de investigación en los años 1996 a 2006, definiendo de esta manera una frontera del campo de investigación de los negocios internacionales.

En el año 2009, sale a la luz académica una agitadora información para el campo de investigación de negocios internacionales; puesto que se da un cambio de perspectiva de este, es decir, se identifica un Ambiente de Negocios Internacionales (International Business Environment –IBE) para el estudio del área misma desde unas dimensiones claves que determinan los temas tratados en la investigación en negocios internacionales.

El Ambiente de Negocios Internacionales –ANI es el elemento central que estableció a los Negocios Internacionales como una disciplina distinta, porque el ANI es la característica idiosincrática que distingue a la investigación de los Negocios Internacionales de otras áreas de gestión, y de estudios de la gestión de las empresas a gran escala (Portugal, Li, Guisinger, & Ribeiro, 2009). En el proceso de evolución del campo, se ha mantenido latente el debate de establecer a los negocios internacionales como una disciplina distinta o que haga parte de la multidisciplinariedad; pero al momento de hablar del ANI, es importante apreciar la

¹ BA in Ciencias Sociales y Económicas, University of York; MA in Economía del Desarrollo, University of East Anglia; PhD, University of Lancaster; Drhc (Uppsala). Profesor de Negocios Internacionales y Director del Centro de Negocios Internacionales de la Universidad de Leeds, (CIBUL). Ha publicado 26 libros, ha sido editor de 17 libros y ha escrito más de 175 artículos sobre inversión extranjera directa, la empresa multinacional, gestión internacional y economía del turismo en revistas líderes de Inglaterra, Estados Unidos, Japón y Europa, incluyendo 20 artículos en el *Journal of International Business Studies*.

necesidad del campo de alimentarse de otras disciplinas, puesto que, aunque se busca identificar un espacio de investigación y estudio propio de los negocios internacionales, que distinga al campo de otras áreas, se necesitan otras disciplinas para alimentarlo. El Ambiente de Negocios Internacionales es multidimensional –abarca los riesgos políticos, las diferencias culturales, los riesgos de cambio, la idiosincrasia legal y fiscal –los académicos que buscan entender los efectos transfronterizos, han estado escogiendo de diferentes disciplinas (por ejemplo, marketing, finanzas, operaciones, estrategia, comportamiento organizacional) las teorías y métodos relevantes (Portugal, Li, Guisinger, & Ribeiro, 2009).

La existencia del ANI en el campo de investigación de negocios internacionales, influencia la manera de operar en este, en la medida en que construyen unos límites a los estudios de negocios internacionales, los cuales se reflejan en los temas de investigación de los artículos publicados en las principales revistas del campo, teniendo presente su multidisciplinariedad. Si el Ambiente de Negocios Internacionales es el contexto de los estudios de Negocios Internacionales y es el que delimita el dominio de la investigación en Negocios Internacionales, debemos esperar que la investigación existente, de alguna manera, haya incorporado y haya enfatizado en las múltiples dimensiones del ambiente en los últimos años (Portugal, Li, Guisinger, & Ribeiro, 2009). La investigación existente es el indicador principal para analizar los estudios de negocios internacionales, por tanto, es allí donde se observan siete dimensiones que abarcan los temas de investigación en negocios internacionales.

Gráfico 1 Dimensiones del Ambiente de Negocios Internacionales



Fuente: Elaboración propia, basada en información de (Portugal, Li, Guisinger, & Ribeiro, 2009)

Es evidente que los académicos de negocios internacionales, con sus artículos y análisis del campo de investigación en negocios internacionales, han sido los principales contribuyentes a su evolución, puesto que son los que identifican los puntos de inflexión del campo, creando etapas de evolución a través de diferentes mecanismos como la identificación de pregunta (s) de investigación y de dimensiones de negocios internacionales donde se mueven los temas de investigación y, a su vez, todos los agentes del campo.

3. EL CAMINO HACIA LA CONSOLIDACIÓN DEL CAMPO

Contemplar que el campo de los negocios internacionales se encuentra en una etapa de pre-paradigma (Pfeffer, 1993), conlleva a pensar que aún tiene mucho por hacer para establecer sus propias teorías que lo diferencien de las demás áreas ‘familiares’. Es decir, su momento de

consolidación no ha llegado aún, puesto que existe una constante rivalidad entre la interdisciplinariedad y la autonomía del campo; por ello, todavía no está listo para establecer suposiciones teóricas que hagan de éste un espacio compuesto por agentes que, aunque mantengan su posición de lucha, acepten que todos caminan hacia el mismo lado y que todos están construyendo la tan anhelada, auténtica y autónoma área de los negocios internacionales. Por ello, se reconocen los esfuerzos que hacen día a día los académicos de negocios internacionales (en su habitus), por captar la atención de las demás disciplinas para demostrar la viabilidad del campo al querer ser un disciplina reconocida y respetada por sus aportes académicos y su propio objeto de estudio, y como consecuencia de esto, obtener el prestigio de los académicos de otras disciplinas.

La interacción entre los diferentes agentes del campo (universidades, académicos, etc.), para obtener productos académicos e investigativos que conlleven a un continuo crecimiento y una sólida consolidación, habla de la madurez obtenida hasta el momento por el campo de investigación en negocios internacionales y de las oportunidades que podría tener para establecerse como área autónoma de conocimiento e investigación.

Negocios Internacionales necesita acentuar su identidad, refinar y mantener su ventaja competitiva, reorganizar sus rutinas y tomar medidas que envalentonarán su posición en el paisaje académico e institucional actual (Shenkar, 2004). Teniendo presente el estado del campo actualmente, es importante resaltar que el crecimiento de este depende directamente del trabajo realizado por las escuelas de negocios y los académicos, quienes son los grandes contribuyentes que, a través de revistas, logran generar nuevo conocimiento para consolidar el campo de investigación en negocios internacionales de una manera legítima, no sólo para los agentes pertenecientes al campo sino también para los que pertenecen a cualquier otra área de conocimiento.

3.1 Principales corrientes de investigación (preguntas de investigación)

El campo de los negocios internacionales se ajusta al campo científico propuesto por Pierre Bourdieu, especialmente porque la rivalidad entre sus agentes contribuye de manera visible a su evolución, lo cual se refleja en las discusiones acerca del objeto de estudio y de las preguntas de investigación más relevantes en la investigación en negocios internacionales.

De esta manera, preguntas como ‘¿Podemos explicar la secuencia de entrada de las naciones como los principales actores de la economía? (Gran Bretaña, Estados Unidos, Alemania, Japón, Singapur, Corea y China), ¿Por qué son diferentes formas de organización de la empresa características de los contextos individuales y culturales? ¿O es este un artefacto? y ¿En qué medidas empíricas podemos identificar las tendencias a (y lejos de) la globalización? (Buckley, 2002), son tres aspectos a cuestionar después de la Segunda Guerra Mundial en el campo de los negocios internacionales derivados de la ‘gran pregunta’ sin descubrir que deja en el aire Buckley, puesto que se convierten en el referente principal para establecer futuras corrientes de investigación.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

A partir de estas cuestiones, Mike Peng² en el año 2004, como respuesta a lo pedido por Buckley y englobando sus tres preguntas propuestas en el año 2002, ilustra la ‘gran pregunta’ de investigación que necesita el campo para establecer sus propias fronteras de investigación y la especificidad del campo: ¿Qué determina el éxito y el fracaso internacional de las firmas? (Peng, 2004).

Seguidamente, en el año 2008 se hicieron dos grandes aportes reflejados en dos grandes preguntas que arrojaron información primordial al campo y que, de alguna manera, materializaron lo expresado en años anteriores por Peter Buckley y Mike Peng. Estas preguntas fueron: 1) ¿Cuáles recientes contribuciones han estado dirigiendo la agenda de investigación en negocios internacionales? y 2) ¿Qué temas emergentes en la literatura son probables para sentar las bases para el trabajo futuro?(Griffith, Tamer, & Xu, 2008).

Para darle respuesta a la primera pregunta, en la tabla 1 se pueden apreciar los 8 trabajos más citados, los cuales demuestran una gran influencia en la dirección de la investigación en negocios internacionales en el período 1996 – 2006.

Tabla 1 Los trabajos más citados (al menos 60 citaciones) en las revistas de negocios internacionales en el período 1996 – 2006

Autor (es)	Año	Tema
Dunning	1998	Localización y la empresa multinacional.
Lyles y Salk	1996	Adquisición de conocimientos de ‘foreign parents’ en ‘joint ventures’ internacionales.
Leonidou y Katsikeas	1996	Proceso de desarrollo de exportación
Newman y Nollen	1996	El ajuste entre las prácticas administrativas y la cultura nacional
Holt, Terpstra y Kai-Cheng	1997	El impacto de la cultura nacional y la ideología económica sobre los valores del trabajo directivo
Aulakh, D.F. Kotabe y Sahay	1996	La confianza y el comportamiento en las asociaciones de comercialización transfronteriza
Luo y Peng	1999	Aprender a competir en una economía de transición
Kuemmerle	1999	Los impulsores de la inversión extranjera directa en la investigación y el desarrollo

Elaboración propia, basada en información de (Griffith, Tamer, & Xu, 2008), traducción propia

Para responder la segunda pregunta, los académicos David Griffith, Salih Tamer Cavusgil y Schichun Xu, seleccionaron 112 artículos que cuentan con más de 20 citaciones, para identificar los principales temas que estos tratan, los cuales se ven en la tabla 2.

² Pregrado en Estrategia Global, Maestría en ‘Global Business’ (MBA), Doctorado en Administración Estratégica Avanzada (PhD). Distinguido profesor de la Estrategia Global, Organizaciones, Estrategia y Gestión Internacional, School of Management, Universidad de Texas, Dallas (USA). Editor encargado de la revista Asia Pacific Journal of Management, miembro del comité editorial del Journal of International Business Studies, Journal of World Business y Strategic Management Journal.

Tabla 2 Principales temas de los artículos con más de 20 citaciones en el período 1996 – 2006

Tema	# de Artículos	Porcentaje
Dinámica de negocios y estrategia	47	41.96%
Cultura, conflicto y cognición	15	13.39%
Comportamiento del consumidor y gestión de la cadena de suministro	13	11.61%
Mercadeo, gestión estratégica de recursos humanos y relaciones laborales	11	9.82%
Economía y economía política	10	8.93%
Capitalismo comparativo, instituciones y negocios internacionales	6	5.36%
Organización y gestión	5	4.46%
Tecnología e innovación	3	2.68%
Empresarismo y nuevas empresas	2	1.79%

Elaboración propia, basada en información de (Griffith, Tamer, & Xu, 2008), traducción propia

Sobre la base de las consideraciones anteriores, es oportuno señalar la importancia de los artículos publicados en las principales revistas del campo de negocios internacionales. De acuerdo con el análisis que se hizo en el período 1996 – 2006 (Griffith, Tamer, & Xu, 2008), del cual ya se hizo mención anteriormente, las revistas seleccionadas para el estudio son: *Journal of International Business Studies (JIBS)* (411 artículos), *Management International Review (MIR)* (344 artículos), *Journal of World Business (JWB)* (291 artículos), *Journal of International Marketing (JIM)* (221 artículos), *International Marketing Review (IMR)* (346 artículos), *International Business Review (IBR)* (382 artículos). Los 15 artículos con más de 49 citaciones seleccionados, sirven en el presente trabajo para identificar las corrientes de estudio de los artículos publicados en las seis revistas más representativas e influyentes del campo de investigación en negocios internacionales.

Tabla 3 Los 10 artículos más frecuentemente citados en el período 1996-2006

Nombre artículo	Nombre autor (es)	Revista	# de citaciones	Año publicación
<i>Location and the multinational enterprise.</i>	Dunning, J. H.	<i>Journal of International Business Studies</i>	86	1998
<i>Knowledge acquisition from foreign parents in international joint ventures: An empirical examination.</i>	Lyles, M.A., & Salk J. E.	<i>Journal of International Business Studies</i>	86	1996
<i>The export development process: An integrative review of empirical models.</i>	Leonidou, L.C., & Katsikeas, C.S.	<i>Journal of International Business Studies</i>	83	1996
<i>Culture and congruence: The fit between</i>	Newman, K.L.,	<i>Journal of International</i>	80	1996

<i>management practices and national culture.</i>	&Nollen, S.D.	<i>Business Studies</i>		
<i>The impact of national culture and economic ideology on managerial work values: A study of the United States, Russia, Japan and China.</i>	Ralston, D.A., Holt, D.H., Terpstra, R.H., &KaiCheng, Y.	<i>Journal of International Business Studies</i>	75	1997
<i>Trust and performance in cross-border marketing partnerships: A behavioral approach.</i>	Aulakh, P.S., Kotabe, M., &Sahay, A.	<i>Journal of International Business Studies</i>	63	1999
<i>Learning to compete in a transition economy: Experience, environment, and performance.</i>	Luo, Y., &Peng, M.W.	<i>Journal of International Business Studies</i>	62	1999
<i>The drivers of foreign direct investment into research and development: An empirical investigation.</i>	Kuemmerle, W.	<i>Journal of International Business Studies</i>	60	1999
<i>Experimental knowledge and cost in the internationalization process.</i>	Eriksson, K., Johanson, J., Majkgard, A., & Sharma, D.D	<i>Journal of International Business Studies</i>	59	1997
<i>What differences in the cultural backgrounds of parthners are detrimental for international joint ventures?</i>	Barkema, H.G., Vermeulen, F.	<i>Journal of International Business Studies</i>	58	1997

Fuente: Elaboración propia, información de Junio 1 de 2007, tomado de (Griffith, Tamer, & Xu, 2008)

Asimismo, en el mismo estudio se analizaron los artículos más citados en artículos de negocios internacionales, para analizar en primer lugar, los temas de los artículos más influyentes en la construcción de los artículos de negocios internacionales y, por otro lado, las revistas donde se publican estos artículos de negocios internacionales.

Tabla 4 Los 10 artículos más frecuentemente citados en los artículos de negocios internacionales en AMJ, AMR, SMJ en el período 1996-2006

Nombre de artículo	Nombre autor (es)	Revista	# de citaciones	Año publicación
<i>Knowledge,</i>	Inkpen, A. C.,	<i>Academy of</i>	170	1997

<i>bargaining power, and the instability of international joint ventures</i>	Beamish, P. W.	<i>Management Review</i>		
<i>Customer power, strategic investment, and the failure of leading firms</i>	Christensen, C. M., Bower	<i>Strategic Management Journal</i>	164	1996
<i>Specialized supplier networks as source of competitive advantage: Evidence from the auto industry</i>	Dyer, J. H.	<i>Strategic Management Journal</i>	153	1996
<i>Creating and managing a high-performance knowledge-sharing network: The Toyota case</i>	Dyer, J. H., Nobeoka, K.	<i>Strategic Management Journal</i>	149	2000
<i>Foreign entry, cultural barriers, and learning.</i>	Barkema, H. G., Bell, J. H. J., Pennings, J. M.	<i>Strategic Management Journal</i>	144	1996
<i>International diversification: Effects on innovation and firm performance in product-diversified firms</i>	Hitt, M. A., Hoskisson, R. E., Kim, H.	<i>Academy of Management Journal</i>	140	1997
<i>Effective interfirm collaboration: How firms minimize transaction costs and maximize transaction value</i>	Dyer, J.H.	<i>Strategic Management Journal</i>	131	1997
<i>Knowledge flows within multinational corporations</i>	Gupta, A.K., Govindarajan, V.	<i>Strategic Management Journal</i>	131	2000
<i>The growth of the firm in planned economies in transition: Institutions, organizations, and strategic choice</i>	Peng, M. W., Health, P. S.	<i>Academy of Management Review</i>	122	1996

Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria

http://congreso.unam.mx
informacion
Teléfonos

52 (55) 5622.84.90
52 (55) 5622.84.80
Fax 52 (55) 5616.03.08

ANFECA
Asociación Nacional de Facultades de Contaduría y Administración
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

<i>A general theory of network governance: Exchange conditions and social mechanisms</i>	Jones, C., Hesterly, W.S., Borgatti, S. P.	<i>Academy of Management Review</i>	107	1997
--	--	-------------------------------------	-----	------

Fuente: Elaboración propia, información de Junio 1 de 2007, tomado de (Griffith, Tamer, & Xu, 2008)

Como ya se hizo notar, los temas que han estado cambiando el Ambiente de los Negocios Internacionales en los últimos años tienen ese carácter ‘internacional’ que representa al campo, es decir, han estado más relacionados con Negocios Internacionales que con otras disciplinas, puesto que dichos temas ofrecen herramientas para desenvolverse en los escenarios internacionales, contemplando los diferentes riesgos que existen al participar en los negocios internacionales. Hasta aquí, hay que reconocer que, hay en el fondo, una clara muestra de la evolución del campo y de lo que ha logrado en esa búsqueda de identidad al tratar temas que competen con propiedad –más no de manera exclusiva– a los Negocios Internacionales.

4. FRONTERA DEL CAMPO DE INVESTIGACIÓN

En el campo de investigación de negocios internacionales se pueden identificar unos agentes principales que cumplen la función de representar al campo y de alimentarlo continuamente con sus aportes académicos, los cuales abarcan desde los proyectos de investigación, artículos, libros y autores hasta eventos de investigación –entre muchos otros– creando así, esa punta de lanza que tiene el campo y que hace que se genere un proceso permanente de consolidación de este.

Gráfico 2. Principales agentes del campo de investigación en Negocios Internacionales



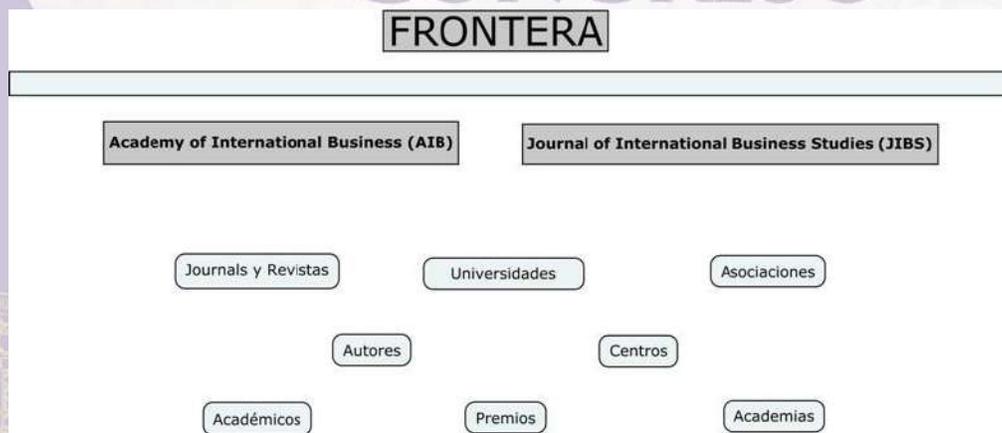
Fuente: Elaboración propia

El campo es un espacio autónomo regido por leyes propias, de ahí que su funcionamiento no pueda reducirse a una única lógica (Flachsland, 2003). Por consiguiente, cada agente encuentra su propio espacio con funciones específicas, haciendo que su rol en el campo de investigación sea de gran relevancia en la construcción de la academia propia de los negocios internacionales. Entre los principales agentes se encuentran las universidades, los académicos, las academias, los centros, las revistas, los autores, las asociaciones y los premios, todos estos encaminados a crear, revalidar y difundir –entre otras cosas– los conceptos propios del campo, lo que

genera un sistema de retroalimentación de conocimientos que lo nutren y hacen que cada vez más se consolide esa búsqueda de la identidad del campo de investigación en negocios internacionales.

Por ello, en la frontera de investigación no sólo se encuentran los agentes que dirigen el campo y que establecen las tendencias de investigación de este, sino que también se encuentran los agentes periféricos que, si bien no son líderes ni puntos de referencia en el campo, tienen una posición significativa al momento de aportar al crecimiento y fortalecimiento del campo de investigación.

Gráfico 3 Estructura de los agentes que conforman la frontera del campo de investigación en Negocios Internacionales



Fuente: Elaboración propia

En el campo ya es posible identificar la estructura de los agentes que conforman la frontera de investigación, teniendo presente la posición de cada uno de ellos y su influencia en el campo de acuerdo a ella. Todo esto, con el fin de determinar cuáles son las ‘capas’, es decir, los agentes que habrían que permearse para obtener así, un acceso al campo y poder llegar a ser participantes relevantes en el campo de investigación de negocios internacionales.

En cuanto a la delimitación de la frontera del campo de negocios internacionales, debido a que el campo es identificado por otras disciplinas como interdisciplinario, ha sido difícil establecer hasta donde llega el estudio del campo de investigación de temas propios de negocios internacionales. En adición a esto, se observa que otras disciplinas traspasan las fronteras del campo de negocios internacionales especialmente por dos razones: 1) la interdisciplinariedad, al ver que el campo se nutre de otras disciplinas para explicar los fenómenos correspondientes a negocios internacionales y 2) la misma tendencia de las disciplinas a internacionalizarse hace que estas se acerquen cada vez más al campo de negocios internacionales.

5. PRINCIPALES UNIVERSIDADES Y ESCUELAS DE NEGOCIOS, REVISTAS, LIBROS Y AUTORES

Para los agentes del campo de investigación de negocios internacionales es importante tener unos referentes teóricos visibles que les permitan ver la evolución y el proceso de consolidación que el

http://co

informac

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

campo ha tenido. Para esto, se necesita tangibilizar los aportes académicos de las universidades y escuelas de negocios internacionales en las revistas, autores, libros y eventos del campo.

5.1 Principales Universidades y Escuelas de Negocios

Los principales agentes encargados de sacar a la luz académica dichos aportes son las Universidades y sus Escuelas de Negocios, pues a través de los estudiantes, profesores e investigadores de los programas académicos de pregrado y posgrado de negocios internacionales de estos planteles se genera constantemente el conocimiento que hace evolucionar y consolidar con el paso del tiempo al campo de investigación en negocios internacionales.

The School of Management (University of Texas at Dallas, USA), en su página web oficial, maneja unos rankings de las Universidades y Escuelas de Negocios basados en las contribuciones de estas al campo, de acuerdo con el número de artículos escritos por los autores de cada Escuela de Negocios. El último Ranking Mundial arrojado por la Universidad, ha estudiado las contribuciones en investigación en el período 2006 – 2010 (Universidad de Texas).

Tabla 5 Ranking Mundial de las Universidades y Escuelas de Negocios Internacionales basadas en su contribución a la investigación del período 2006 – 2010.

RANKING	UNIVERSIDAD	ESCUELA DE NEGOCIOS	ARTÍCULOS	PAÍS
1	<i>University of Pennsylvania</i>	<i>The Wharton School</i>	321	Estados Unidos
2	<i>Duke University</i>	<i>The Fuqua School of Business</i>	241	Estados Unidos
3	<i>University of Michigan at Ann Arbor</i>	<i>Ross School of Business</i>	235	Estados Unidos
4	<i>New York University</i>	<i>Leonard N. Stern School of Business</i>	250	Estados Unidos
5	<i>Harvard University</i>	<i>Harvard Business School</i>	194	Estados Unidos
6	<i>University of Maryland at College Park</i>	<i>Robert H. Smith School of Business</i>	219	Estados Unidos
7	<i>University of Chicago</i>	<i>Booth School of Business</i>	213	Estados Unidos
8	<i>Stanford University</i>	<i>Graduate School of Business</i>	195	Estados Unidos
9	<i>Columbia University</i>	<i>Graduate School of Business</i>	209	Estados Unidos

10	<i>Institut Européen d'Administration des Affaires –INSEAD</i>	-----	187	Francia
----	--	-------	-----	---------

Fuente: Tomado de página de la Universidad de Texas (Dallas, USA). Lista publicada en Marzo 15 de 2011. Página web <http://somweb.utdallas.edu/top100Ranking>

Las Escuelas de Negocios en el campo son importantes porque son los espacios generados por las universidades en los que la interacción entre los estudiantes, académicos y los centros de investigación conforman la comunidad académica internacional, liderando la generación del conocimiento en negocios internacionales tanto desde el sector privado como público y convirtiéndose así, en la fuente de información más importante para otro agente del campo como las revistas. A su vez, se convierten en la materia prima de los premios y las asociaciones creadas en el campo de los negocios internacionales, siendo estos los medios de difusión del conocimiento que lidera el campo.

5.2 Principales revistas

Uno de los principales actores que componen el campo de investigación son las revistas de negocios internacionales y las diferentes disciplinas funcionales que hacen parte de este. Todo esto, debido a que en el campo coexisten revistas propias de negocios internacionales, pero también juegan un papel fundamental las revistas de las disciplinas más cercanas al campo, como es el caso de las revistas de administración y economía.

Puede decirse que, en la mayoría –por no decir todas– de las revistas indexadas reconocidas a nivel mundial por el campo de negocios internacionales existen grandes exigencias de calidad académica para publicar allí, lo que hace que se genere una exclusividad entre los autores y académicos más destacados en el campo. Esto hace que académicos de negocios internacionales recurran a publicar en revistas indexadas de otras disciplinas, las cuales también son de alta calidad académica pero no manejan procesos de selección y publicación de artículos tan engorrosos puesto que se trata de artículos de temas no propios de su disciplina.

Entre las revistas más reconocidas en el campo de negocios internacionales, ya sean propias de negocios internacionales, de administración o de mercadeo se encuentran *Journal of International Business Studies (JIBS)*, *Journal of World Business (JWB)*, *Management International Review (MIR)*, *Harvard Business Review*, *Journal of Marketing*, *Academy of Management Journal*, *Academy of Management Review*, *Journal of Finance*, *American Economic Review*, *International Marketing Review*, *Journal of International Marketing*, *International Business Review*, *Strategic Management Journal*, *The Multinational Business Review*, *California Management Review*, *Long Range Planning*, *International Journal of Management*, *The Journal of American Academy Business*, *Cambridge (JAABC)*, *Business Review*, *Cambridge (BRC)*. Estas revistas son un canal de difusión clave para la divulgación de la información académica que da muestra de la evolución y el proceso de consolidación del campo. En este punto, cabe notar que los editores de las revistas juegan un rol de gran importancia en la construcción del campo, puesto que sus artículos y columnas editoriales también representan el estado del campo y las críticas constructivas a este.

<http://congreso.informacongreso.unam.mx>
informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

La existencia de un gran número de revistas donde se publican artículos de negocios internacionales es una clara muestra de que el campo tiene una producción académica establecida y que realmente los académicos realizan investigaciones que le competen al campo de negocios internacionales, mostrando así, que los agentes hacen énfasis en su evolución.

En el estudio realizado en el período 1996 – 2006 (Xu, Yalcinkaya, & Seggie, 2008), se seleccionaron seis revistas líderes de negocios internacionales, se estableció el porcentaje de participación de los artículos de acuerdo con el número de autores de cada uno de ellos. En este, se puede identificar que el número de autores empleados para escribir un artículo infiere en el nivel de participación de este en el campo.

Tabla 6 Revistas seleccionadas en el estudio 1996 - 2006 y número de artículos publicados en cada una de ellas

Revista	# de artículos
<i>Journal of International Business Studies</i>	411
<i>Management International Review</i>	344
<i>Journal of World Business</i>	291
<i>Journal of International Marketing</i>	221
<i>International Marketing Review</i>	346
<i>International Business Review</i>	382
Total	1995

Fuente: Elaboración propia, tomado de (Xu, Yalcinkaya, & Seggie, 2008).

Tabla 7 Porcentaje de artículos publicados en 6 revistas de negocios internacionales de acuerdo con el número de autores

	Un solo autor	2 autores	3 autores	4 autores	5 o más autores
JIBS	21,41%	44,28%	26,28%	5,11%	2,43%
MIR	31,10%	45,06%	19,77%	3,78%	0,29%
JWB	28,87%	40,21%	22,68%	6,19%	1,72%
JIM	22,17%	42,53%	23,98%	8,14%	3,17%
IMR	29,77%	41,62%	21,09%	4,91%	2,60%
IBR	27,23%	44,24%	22,25%	5,76%	0,52%

Fuente: Elaboración propia, tomado de (Xu, Yalcinkaya, & Seggie, 2008).

En este punto, es importante observar que la dinámica del número de autores depende de la revista en la que se desea en algún momento publicar, puesto que para esto se deben analizar las estadísticas ya presentadas y adecuar a la revista, de manera estratégica, la manera cómo se va a construir determinado artículo. Al mismo tiempo, es importante analizar la estructura que tiene cada revista pues el texto también debe estar acorde con los ejes temáticos y con el estilo de la revista.

5.3 Principales libros

Para conocer los libros de negocios internacionales que más influencia tienen en el campo, es necesario retomar el estudio realizado en un período de 11 años (1996-2006), donde se podrá analizar el nombre del libro, nombre de autor, la editorial, la ciudad y el año en que se publicó.

Tabla 8 Libros más influyentes en el campo de negocios internacionales en el período 1996 – 2006

Nombre del libro	Nombre de autor	Editorial	Ciudad	Año publicación
Global shift: Reshaping the global economic map in the 21 st century (4 th ed.).	Dicken, P.	The Guilford Press	New York	2003
Alliance capitalism and global business	Dunning, J.H	Routledge	Oxford	1997
The world is flat	Friedman, T.L.	Farrar, Straus and Giroux	New York	2005
Cultures and organizations: Software of the mind (2 nd ed.)	Hofstede, G.	McGraw – Hill	New York	2004
Knowledge and competitive advantage: The coevolution of firms, technology, and national institutions	Murmann, J. Peter	Cambridge University Press	Cambridge	2003

Fuente: Elaboración propia, tomado de (Griffith, Tamer, & Xu, 2008)

Los libros influyen de una manera importante en el proceso de evolución y consolidación del campo, guiando los conocimientos y la difusión de ellos hacia el objeto de estudio propio de los negocios internacionales, aclarando que, aunque el campo aún se encuentre en esa búsqueda, ha tenido interesantes acercamientos, lo que conlleva a dejar atrás temas de investigación que no le competen al campo de investigación en negocios internacionales.

5.4 Principales autores

Para identificar los autores prolíficos en el campo de investigación en negocios internacionales, se retoma el estudio realizado en el período 1996 – 2006 (Xu, Yalcinkaya, & Seggie, 2008), y se toma como revista de referencia para este análisis el *Journal of International Business Studies* al ser la revista donde son publicados el mayor número de artículos de negocios internacionales.

Tabla 9 Ranking de los autores más prolíficos que publican en *Journal of International Business Studies* en el período 1996 – 2006 y Universidad / Escuela a la que pertenecen

Ranking	Nombre de autor	Citas	Universidad / Escuela
1	Luo, Yadong	12	University of Miami / School of Business Administration
2	Buckley, Peter J.	9	University of Leeds / School of Business
3	Pan, Yigang	8	York University / Schulich School of Business

4	Brouthers, Lance Eliot	8	<i>Kennesaw State University</i>
4	Tse, David	9	<i>University of California at Berkeley</i>
6	Shenkar, Oded	6	<i>Ohio State University / Fischer College of Business</i>
7	Dunning, John H.	3	<i>University of Reading, University of Rutgers. R.I.P</i>
7	Meyer, Klaus	4	<i>University of Bath / Copenhagen Business School</i>
7	Peng, Mike W.	5	<i>University of Texas at Dallas / School of Management</i>
10	Brouthers, Keith D.	5	<i>North Carolina State University / College of Management</i>

Fuente: Elaboración propia, tomado de (Xu, Yalcinkaya, & Seggie, 2008)

Los agentes del campo de investigación en negocios internacionales deben identificar su habitus, es decir, su forma de hacer las cosas en determinado escenario académico que le permita obtener sus fines. Para esto, primero hay que conocer los medios, los cuales se componen de las revistas de negocios internacionales o áreas funcionales, los centros de investigación en negocios internacionales, las universidades con programas de negocios internacionales, los congresos de negocios internacionales y demás espacios propicios para presentar los trabajos realizados que nutran el campo y lo hagan diferenciarse de las demás disciplinas económicas y administrativas por medio de un objeto de estudio propio.

6. CONCLUSIONES

Debido a la búsqueda de identidad propia por parte de los agentes del campo de investigación en negocios internacionales, es necesario crear escenarios académicos que le permitan afianzar los conocimientos propios de negocios internacionales, mostrar los avances teóricos del campo para así, apropiarse cada vez más del objeto de estudio que le corresponde a negocios internacionales como disciplina.

Cuando los agentes del campo de investigación en negocios internacionales convergen continuamente en pro de la consolidación del campo, se generan de manera natural unas posiciones de poder –relaciones de dominación y subordinación entre los agentes–, es aquí donde se identifica la frontera de investigación del campo de negocios internacionales en la que agentes como la Academia de Negocios Internacionales (Academy of International Business –AIB) y el Journal of International Business Studies –JIBS se ubican en la frontera del campo liderando los avances académicos y científicos del campo. A su vez, existen otros agentes que se encuentran en la zona periférica los cuales alimentan el campo con sus aportes académicos que le permitan generar una consolidación seria del campo de investigación en negocios internacionales.

Agentes como las principales universidades y escuelas de negocios, revistas, libros, autores y eventos de investigación son los que forman la punta de lanza que necesita el campo para fortalecer su proceso de evolución y consolidación y, de esta manera, salir del continuo debate en

el que se encuentra: seguir 'dependiendo' de otras disciplinas o 'desligarse' de ellas para tener su propio campo de investigación diferenciador.

XVI

CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA



Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

BIBLIOGRAFÍA

- Barlett y Ghoshal, 1., Dunning, 2., Peng, 2., Rugman y Brewer, 2., & Toyne y Nigh, 1.
- Buckley, P. J. (2002). Is the International Business Research Agenda Running Out of Steam? *Journal of International Business Studies* , 33, 365-373.
- Flachsland, C. (2003). *Pierre Bourdieu y el capital simbólico*. Campo de Ideas.
- González Carvajal, P. J. (2003). *El factor geopolítico en las relaciones internacionales frente a los procesos de globalización e integración: un replanteamiento*. Medellín.
- Griffith, D. A., Tamer, S., & Xu, S. (2008). Emerging themes in international business research. *Journal of International Business Studies* , 39, 1220-1235.
- Peng, M. W. (2004). Identifying the big question in international business research. *Journal of International Business Studies* , 35, 99-108.
- Pfeffer. (1993). Barriers to the advance of organizational science: paradigm development as a dependent variable. *Academy of Management Review* , 18, 599-620.
- Portugal, M., Li, D., Guisinger, S., & Ribeiro, F. (2009). Is the International Business Environment the actual context for International Business Research? *RAE* , 49.
- Shenkar, O. (2004). One more time: international business in a global economy. *Journal of International Business Studies* , 35, 161-171.
- Universidad de Texas, D. (s.f.). *School of Management Web*. Recuperado el Enero de 2011, de <http://somweb.utdallas.edu/top100Ranking/searchRanking.php?t=w>
- Xu, S., Yalcinkaya, G., & Seggie, S. H. (2008). Prolific authors and institutions in leading international business journals. *Asia Pacific Journal of Management* , 25, 189-207.

Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación. Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510