



NEGOCIOS INTERNACIONALES: EVOLUCIÓN, CONSOLIDACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LOS TEMAS QUE LIDERAN EL CAMPO DE INVESTIGACIÓN¹

**INTERNATIONAL BUSINESS: EVOLUTION, CONSOLIDATION
AND IDENTIFICATION OF LEADING RESEARCH TOPICS**

Recibido: 27/01/2012

Aprobado: 05/04/2012

Edith Anzo Múnera

Maestranda en Gobierno y Profesional en Negocios Internacionales, egresada de la Universidad de Medellín, docente investigadora del programa Negocios Internacionales de la Universidad de Medellín-Colombia, perteneciente al Grupo de Investigación en Economía y Negocios Internacionales -GENI-.

Correo electrónico: eanzo@udem.edu.co

1 Este artículo es resultado de la Investigación "Gestión organizacional para el desarrollo regional: aspectos centrales", de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Medellín, junio 2010 – junio 2011.

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

Resumen

El artículo mostrará el proceso vivido por los negocios internacionales para identificarse como un campo de investigación con teorías propias, resaltando su origen y evolución en los siglos XX y XXI, donde 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.

En su proceso de consolidación se mostrarán las principales corrientes de investigación y el debate existente al considerar desprenderse de las demás disciplinas económicas y administrativas con un objeto de estudio propio, o continuar dependiendo de ellas.

También se hará un análisis de la frontera de investigación del campo mostrando la posición que ocupan los agentes de acuerdo con su aporte al crecimiento académico de este. Una versión preliminar a este trabajo se presentó en el XVI Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática de la UNAM-2011.

Palabras clave

Negocios internacionales
Campo de investigación
Pierre Bourdieu
Frontera de investigación

Clasificación JEL: M16; M10; M19

INTERNATIONAL BUSINESS: EVOLUTION, CONSOLIDATION AND IDENTIFICATION OF LEADING RESEARCH TOPICS

Abstract

This article shows the process experienced in international business to identify itself as a research field with their own theories, highlighting their source and evolution in the XX and XXI century, which introduces the topics that have led the international business research and new directions taken by the field for its own object of study. In its consolidation process, main research directions will be shown as well as the ongoing debate by considering the fact that this field emerges from the other financial and administrative disciplines with its own object of study or it continues relying on them. Finally, a research field frontier analysis will be done by showing the agent ranking according to their contribution to the academic growth. A preliminary version of this paper was presented at the XVI International Congress of Accounting, Business Administration and Computer Science from UNAM-2011

Key Words

International business
Research field
Pierre Bourdieu
Research frontiers

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) "negocios internacionales necesita una teoría unificadora, luego debe convertirse en un campo más estrecho en su ámbito de aplicación", para ello requiere salir de la etapa de pre-paradigma y pasar a una 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.

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 en la camisa de fuerza de una etapa de pre-paradigma, la cual no confiere estatus ni prestigio (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.

En este sentido, la necesidad de definir qué es lo mejor para negocios internacionales (identificar las principales preguntas de investigación del campo o mantenerse en la multidisciplinariedad 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), los autores de los más prestigiosos libros, los doctores 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.

Bourdieu libra una batalla contra esa idea del sentido común que sostiene que el conocimiento es ese espacio puro, incontaminado, cuya única finalidad es la libertad de la humanidad y el progreso de los individuos. Nada que ver, concluye Bourdieu: también allí hay barro y sangre (Flachsland, 2003).

A partir del concepto de campo de investigación de Pierre Bourdieu, sus agentes y los tipos de capital que cada uno de estos posea, se puede realizar una útil descripción del campo objeto de estudio, para llegar a conclusiones valiosas que le puedan aportar a los investigadores y demás académicos interesados en la consolidación del campo de investigación en negocios internacionales.

Origen y evolución del campo de investigación de los negocios internacionales

Origen y evolución del campo en el siglo XX

Para comenzar, Peter Buckley (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".

Diferentes explicaciones de los flujos de la Inversión Extranjera Directa se quisieron hacer a lo largo de la época. En primera medida, puesto que se trataba de flujos privados de inversión, se llevaron estos flujos a la economía industrial; en este punto es Stephen Hymer (1976, escrito en 1960), quien en su disertación doctoral comenta que:

La firma internacional al entrar al mercado extranjero debe poseer interiormente una ventaja transferible, el control que le da una cuasi-monopólica oportunidad para competir con las firmas locales. Barreras al comercio y barreras que impiden a las empresas del país anfitrión duplicar esta ventaja, significa que la Inversión Extranjera Directa es frecuentemente la forma más preferida de explotar esta ventaja en los mercados extranjeros (Hymer, 1976 [1960]).

En los años 70, la empresa multinacional fue el eje central en la agenda de los negocios internacionales, analizando que los problemas de organización de la empresa se basan principalmente en las tensiones y presiones externas. La teoría de los recursos ha tenido un rol fundamental en la explicación de las empresas multinacionales y sus estrategias. En adición a esto, se destaca la importancia de los costos de transacción en los mercados internos y externos en el crecimiento de la empresa.

Respecto a la última etapa identificada por Buckley, desde los años 80 se reconoce el papel de la economía global como influyente primordial en la agenda de los negocios internacionales. En esta época, la competitividad fue el factor que llevó a transformar la manera como las empresas podían enfrentar las demandas externas asumiendo la evidencia de una extrema incertidumbre de las multinacionales en este ambiente.

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.

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 demeritar 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. 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.

Como lo dice Guisinger (2000, 2001), el Ambiente de Negocios –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 negocios internacionales de otras áreas

de gestión, y de estudios de la gestión de las empresas a gran escala. 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 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” (Nehrt, Truitt, and Wright (1970), Boyacigiller and Adler (1997), and Guisinger (2001), “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, p. 283).

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 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.

El camino hacia la consolidación del campo

“Para que un campo se constituya como tal debe tener dos elementos: la existencia de un capital común y la lucha por su apropiación” (Flachsland, 2003). En el proceso de consolidación del campo se evidencia, en primer lugar, la posesión de un capital por parte de cada uno de los agentes, ya sea económico, social, cultural o simbólico, y una constante lucha por obtener cada vez mayor capital, y como consecuencia de esto, el prestigio y el reconocimiento de los demás agentes quienes no tienen mayor interés en

hacerlo, lo cual proporciona de nuevo un espacio para una nueva lucha por el capital.

“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 multidisciplinariedad y la autonomía del campo; por ello, todavía no está listo para establecer suposiciones teóricas que hagan de este 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.

Sin embargo, algunos autores han analizado diferentes maneras de obtener dicha consolidación, comenzando con las diferentes conclusiones a las que llega John Dunning cuando comenta que:

Tal vez su mayor decepción ha sido su inhabilidad de convencer a sus colegas que no tratan los negocios internacionales –particularmente en algunas escuelas de negocios– de la necesidad de prestar más atención a los desafíos intelectuales planteados por la transnacionalización de las corporaciones y de reconocer las contribuciones únicas, con las cuales los académicos de negocios internacionales puede hacer su propia comprensión y apreciación de este fenómeno (Dunning 2002).

Esto como muestra de los esfuerzos que hacen día a día los académicos de negocios internacionales (en su habi-

lus), por captar la atención de las demás disciplinas para demostrar la viabilidad del campo al querer ser una 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. Esta 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 sus artículos y 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.

Siendo conscientes de esto, Oded Shenkar (2004) propone algunos pasos concretos para la investigación y los frentes institucionales, que puedan con suerte, revertir la amenaza al campo y rejuvenecer sus contribuciones del conocimiento.

Gráfico 2. Pasos que podrían revertir la amenaza al campo y rejuvenecer sus contribuciones del conocimiento.



Fuente. Elaboración propia, basada en información de (Shenkar 2004) traducción propia.

Para ilustrar mejor estos pasos se puede hablar de dos aspectos puntuales, en primer lugar, el curso de la investigación en negocios internacionales y la metodología que se debe emplear como estrategia para promover la consolidación del campo y neutralizar las amenazas a este, por ejemplo, considerar el compromiso con la interdisciplinariedad, no con la multidisciplinariedad, puesto que en esta última lo que se pretende hacer es tomar los conceptos y metodologías de diferentes disciplinas y aplicarlas de una manera no integrada, mientras que la interdisciplinariedad lo que busca es que las diferentes disciplinas tengan procesos de interacción trabajando en conjunto por un objeto común.

En segundo lugar se encuentran las estrategias de las instituciones del campo para aportar de manera consecuente a este, como establecer alianzas con otras instituciones que le permitan contribuir de una manera cooperativa al

campo –reforzando el papel de la interdisciplinariedad– y abriendo caminos a un mayor número de productos de cada proyecto de investigación que se realice de manera conjunta. Además de esto, es importante también para las instituciones, iniciar y mantenerse en procesos de acreditación, los cuales construyen el escenario para mostrarles a los diferentes públicos, y a la vez, a los diferentes agentes del campo, cuál es su nivel de calidad y cuál es su aporte a este desde la docencia y la investigación.

Negocios internacionales tiene las capacidades y las herramientas para diferenciarse por medios distintos al costo, y para demostrarles a los grupos importantes que no sólo puede generar valor agregado sino también redefinir los parámetros de valor. Un esfuerzo concertado puede producir un cambio de dirección que detendrá el declive del campo y posicionarlo para el crecimiento y desarrollo (Shenkar, 2004).

He aquí una oportunidad importante para el campo de comenzar el camino hacia la consolidación, para esto es necesario que el campo de investigación de negocios internacionales decida si asume el reto de ser un campo separado de otras disciplinas y bases académicas en un contexto interdisciplinario, o si por el contrario, acepta que depende de otras disciplinas para poder participar en la investigación y arrojar las herramientas que se necesitan para enfrentar las transacciones internacionales que caracterizan al campo

Prosiguiendo con el tema, los objetos de estudio del campo han ido evolucionando y son el reflejo de la consolidación que ha obtenido el campo a lo largo de toda su trayectoria. En el año 2008 se habló de los temas que conservaban un papel importante para la academia de negocios internacionales en el período comprendido entre los años 1996 - 2006.

Por ejemplo, hay un claro enfoque en la persistencia de las principales corrientes de negocios internacionales. Temas como los 'Joint Ventures' y las subsidiarias de las empresas multinacionales siguen siendo fundamentales para los académicos de negocios internacionales. Otros temas persistentes incluyen: la empresa multinacional, estrategias de entrada a los mercados extranjeros, estandarización y cultura (Griffith, Tamer, & Xu, 2008).

Este punto se puede destacar observando el crecimiento del campo, partiendo de temas como la Inversión Extranjera Directa (Buckley, 2002), hasta llegar a enfatizar en temas como las alianzas y expansión de las multinacionales, y en general, el estudio de la empresa multinacional. "En particular, los investigadores apuntan a la importancia de comprender el rol de los mercados emergentes en la globalización" (Griffith, Tamer, & Xu, 2008). Como se ve, el campo tiene una fuerte tendencia a tratar temas de vertiente administrativa, pues se ha centrado en el análisis de la empresa internacional en sus diferentes modalidades de operación, como la empresa multinacional, transnacional, entre otras; y por otro lado, el tema de estrategia de entrada y la cultura también ha sido

de gran relevancia para el campo de investigación.

"El futuro de la investigación en negocios internacionales es muy prometedor. Muchas de las cuestiones planteadas por los académicos requieren investigaciones empíricas, acoplado a metodologías de investigación más rigurosas" (Griffith, Tamer, & Xu, 2008). Esto se complementa con lo dicho anteriormente por Shenkar (2004), puesto que se necesita enfatizar en las estrategias de investigación que alimenten del campo de una rigurosidad científica adecuada y, de esta manera, poder tener unas evidencias más contundentes del proceso de consolidación en el que se encuentra. El campo de investigación en negocios internacionales, sin duda, presenta un claro proceso de consolidación, evidenciado principalmente en la evolución de los temas objeto de estudio de este y la manera como, a través del tiempo, ha ido creando su propia identidad que la distinga de las demás disciplinas y la haga verse en el mundo académico como un campo sólido que le aporta a la ciencia mediante la permanente generación de conocimiento.

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 más relevantes en la investigación acerca del tema.

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 las 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 para 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.

A comienzos del año 2000, se consideraba pertinente cuestionarse sobre la participación y el liderazgo de los mercados extranjeros de países como Gran Bretaña, Estados Unidos, Alemania, Japón, Singapur, Corea y China. Otro aspecto para observar es la relación entre el contexto cultural e individual, y las diferentes formas de organización de las compañías, ya que al encontrarse en un mercado global, la forma de operar en este debe adaptarse a las nuevas condiciones, y en último lugar, encontrar las tendencias a (y lejos de) la globalización desde el empirismo del propio campo.

A partir de estas cuestiones, Mike Peng en 2004, como respuesta a lo pedido por Buckley y englobando sus tres preguntas propuestas en 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).

Aunque el aporte realizado por Peng ha sido, sin duda, trascendental para el campo, se puede decir que esta gran pregunta aún no muestra una independencia de negocios internacionales de otras disciplinas –silos- funcionales. "Esta pregunta es lo suficientemente novedosa para comprometer (a la mayoría de) el campo de los negocios internacionales

caracterizado por una amplia diversidad de antecedentes disciplinarios, intereses de investigación y herramientas metodológicas" (Peng, 2004). Es decir, que para poder darle respuesta se necesitan bases teóricas propias de otras disciplinas como la administración, la contaduría, el mercadeo, entre otras, para identificar qué determina el éxito y el fracaso internacional de las firmas.

Como se ha mencionado anteriormente, 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 contribuciones recientes 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).

"En este artículo, la investigación realizada arrojó valiosos resultados al considerar que fueron 1.995 diferentes artículos publicados en revistas de negocios internacionales y que, 1.255 de estos fueron citados en total 9.541 veces" (Griffith, Tamer, & Xu, 2008).

Para darle respuesta a la primera pregunta, en la tabla 1 se pueden apreciar los ocho 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, 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

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

Estos trabajos se convierten en un punto de referencia relevante al momento de establecer la frontera de investigación sobre el tema, puesto que al ser los más citados representan los asuntos que más se tratan en los diferentes productos científicos de negocios internacionales en la década mencionada y esto hace que el campo, en su proceso de evolución y consolidación, identifique los aspectos que le pertenecen, todo dentro del proceso de afianzamiento de su identidad como campo de investigación.

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.

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%

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

En este punto se pueden observar los asuntos de mayor relevancia y cercanía a negocios internacionales, donde los temas líderes de acuerdo con las citaciones son la dinámica de negocios y estrategias; y la cultura, conflicto y cognición, aspectos que reflejan las intenciones de los agentes de aportar a su consolidación.

Se puede distinguir la relevancia de la cultura como un tema firme en el campo, puesto que es un factor clave para los negocios internacionales en cuanto a que contribuye con el desarrollo de estrategias que faciliten la inserción de las empresas a los mercados internacionales, especialmente en medio del fenómeno globalizador en el que se encuentran dichas empresas.

El viento de la globalización ha ampliado la mentalidad de los ejecutivos, ha extendido el alcance geográfico de las empresas y ha empujado a la investigación en algunas nuevas trayectorias. Una de ellas es la preocupación por la cultura nacional. Mientras que la búsqueda en negocios internacionales se ha estado ocupando de las cuestiones económicas / legales y estructuras y formas organizacionales, la importancia de la cultura nacional –ampliamente definida como valores, creencias, normas y patrones comportamentales de un grupo nacional– se ha vuelto cada vez más importante en las últimas dos décadas, en gran parte como un resultado del trabajo clásico de Hofstede (1980) (Kwok Leung, Baghat, Erez, & Gibson, 2005).

La economía también ha jugado un papel importante en todo el proceso del campo, debido a que siempre se ha visto como una de las disciplinas que más pueden nutrir los negocios internacionales. Sin embargo, cabe resaltar la tendencia del campo de buscar su propia identidad incluso arriesgándose a acercarse más a la administración, puesto que en esta se identifican los temas de mayor pertinencia en los procesos de internacionalización vividos por el sector empresarial y la forma como deben desarrollarse las organizaciones en los ambientes internacionales.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, es oportuno señalar la importancia de los artículos publicados en las principales revistas. 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 textos 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 management practices and national culture.</i>	Newman, K.L., & Nollen, S.D.	<i>Journal of International Business Studies</i>	80	1996
<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., & Kai Cheng, 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 partners 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).

El estudio de la empresa multinacional, la transferencia de conocimientos mediante la conformación de joint venture, la inserción en los mercados internacionales, la influencia de los análisis culturales para dicha inserción y las formas de competir en una economía en transición corresponden a los principales temas de estudio de los artículos más citados en las revistas de negocios internacionales, lo que remarca el camino recorrido por el campo al enfocarse en temas más cercanos a los negocios internacionales.

“Como las citaciones indican la importancia del trabajo para otros en el campo, la frecuente citación de estos artículos

sugiere que ellos han demostrado ser muy influyentes en el campo de negocios internacionales” (Griffith, Tamer, & Xu, 2008). Es de gran importancia resaltar que los 15 textos con más de 49 citaciones han sido publicados en la *Journal of International Business Studies*, lo que da algunas pistas de los agentes más influyentes del campo. Igualmente, en el mismo estudio se analizaron los escritos más citados en textos de negocios internacionales para analizar, en primer lugar, los temas más influyentes en la construcción de los artículos y, por otro lado, las revistas donde se publican.

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, bargaining power, and the instability of international joint ventures</i>	Inkpen, A. C., Beamish, P. W.	<i>Academy of Management Review</i>	170	1997
<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
<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).

Con respecto a esta información, se considera muy valioso tomar de manera literal el análisis realizado por los investigadores encargados de este estudio, quienes sacan excelentes conclusiones:

En primer lugar, sugiere un ambiente cada vez más competitivo entre las revistas por la calidad de la investigación en negocios internacionales. Las publicaciones de las áreas funcionales se vuelven más accesibles para la investigación, ya que debe haber una tendencia entre los académicos a seleccionarlas. Esto puede ser debido a las estructuras de recompensa institucional, diferencias en la

calidad percibida a través de las revistas, o la calidad en el trabajo publicado. En segundo lugar, pocas instituciones mantienen departamentos de negocios internacionales, y por lo tanto académicos individuales son capacitados en áreas específicas. Por ello, estos académicos pueden mantener un rol administrativo con respecto a las revistas de sus áreas funcionales. Por último, estos resultados sugieren que los investigadores que examinan el campo de negocios internacionales deberían mirar un amplio conjunto de publicaciones cuando se evalúa el impacto y la etapa de desarrollo de la disciplina en mención (Griffith, Tamer, & Xu, 2008).

Avanzando en el tiempo, encontramos que en el año 2009 se identificaron otros temas que han sido de mayor relevancia en los últimos años para el campo, los cuales anteriormente no habían sido parte de los más relevantes:

Recientes acontecimientos se han dado en el mundo a nivel político, cultural, social y militar, con motivo de un mayor énfasis en el Ambiente de Negocios Internacionales. El ANI está cambiando rápidamente (Dunning, 2009; Peng, 2004) bajo las influencias de la globalización de algunos mercados, el progreso en las tecnologías de información, las modificaciones en las instituciones nacionales y supranacionales (WTO, UN, EU, NAFTA), la emergencia de las organizaciones no gubernamentales, el crecimiento económico de las economías emergentes, la atención del ambiente natural y la ética empresarial y los recientes eventos terroristas (Portugal, Li, Guisinger & Ribeiro, 2009).

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, o sea que dichos temas ofrecen herramientas para desenvolverse en los escenarios internacionales contemplando los diferentes riesgos. Hasta aquí, hay que reconocer que en el fondo hay una clara muestra de la evolución que se ha logrado en esa búsqueda de identidad al tratar temas que competen con propiedad –mas no de manera exclusiva– a los negocios internacionales.

Frontera del campo de investigación

Según Bourdieu (2002), para identificar la frontera de investigación del campo de negocios internacionales es necesario reiterar que en este convergen continuamente los agentes que lo conforman. Los agentes sociales son conscientes de que aunque están sometidos a determinismos, contribuyen a producir la eficacia de aquello que los determina en la medida en que ellos estructuran lo que los determina. Esto precisa no sólo las relaciones de dominación y subordinación que representan al campo, sino también las posiciones de cada uno de los agentes en ese espacio de luchas, esto es, la manera como ellos contribuyen teniendo como referencia a los agentes de la frontera y, a su vez, siendo referencia para otros.

En la 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 3. 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.

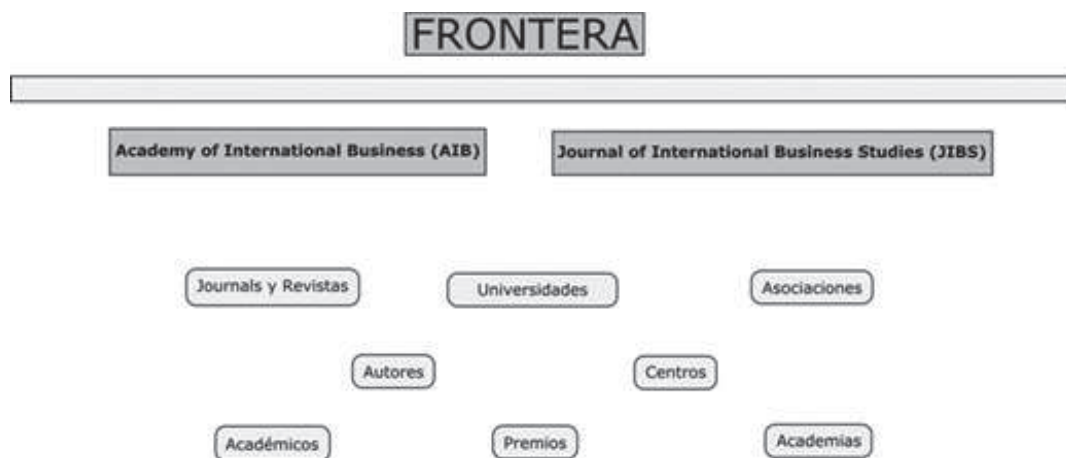
Ahora bien, en la frontera no sólo se encuentran los agentes que dirigen el campo y que establecen las tendencias de investigación de este, sino que también se encuentran los agentes periféricos que, si bien no son líderes ni puntos de referencia en el campo, tienen una posición significativa al momento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

“¿Y por qué los agentes aceptan la dominación? (...) El individuo necesita legitimar su vida, tiene derecho a buscar una justificación de por qué existe como existe” (Flachsland, 2003). Para hacer esto un poco más claro, se podrían adaptar los conceptos geopolíticos *Heartland*² y *Hinterland*³.

El heartland del campo de investigación de negocios internacionales se puede determinar como la zona de mayor poder, donde se encuentran los agentes que tienen bajo su control los recursos necesarios para su desarrollo, como la Academia de Negocios Internacionales y su JIBS (*Journal of International Business Studies*), ya que son las principales fuentes de información y publicación de las investigaciones que dirigen, y a la vez, estos agentes tienen una capacidad de decisión política y un poder general sobre todo el campo, reflejado en la exclusividad de dichas publicaciones y en lo herméticos que pueden llegar a ser estos agentes.

El *hinterland*, en el campo de negocios internacionales, puede hacer referencia a los demás agentes que se encuentran en la periferia del heartland, como lo son las universidades, asociaciones, academias, autores y académicos, entre otros, quienes con los recursos necesarios alimentan permanentemente al campo, ocupando espacios que permitan delimitar de una manera más clara su frontera de investigación en negocios internacionales.

Gráfico 4. Estructura de los agentes que conforman la frontera del campo de investigación en negocios internacionales.



Fuente. Elaboración propia.

2 Para ver definición del concepto 'Heartland' véase (González Carvajal, 2003).

3 Para ver definición del concepto 'Hinterland' véase (González Carvajal, 2003).

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 mismo de acuerdo con 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 área de investigación de negocios internacionales.

Ahora, si bien es cierto que en el campo se genera una coexistencia de los agentes tanto en el *heartland* como en el *hinterland*, también es importante mencionar cómo se delimita la frontera de dicho campo de negocios internacionales. Debido a que es identificado por otras disciplinas como interdisciplinario, ha sido difícil establecer hasta dónde llega el estudio del área de investigación de temas propios de negocios internacionales. Para esto, se ha partido de la 'gran pregunta' de Mike Peng (2004), la cual puede representar a los temas que le competen a negocios internacionales, estableciendo así la frontera. Sin embargo, se genera cierta duda respecto al alcance y la efectividad de esta pregunta, ya que otras disciplinas traspasan las fronteras, 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 a los negocios internacionales.

Las fronteras permeables de negocios internacionales han sido históricamente una gran fortaleza del campo (Bartlett y Ghoshal, 1991; Dunning, 2001; Peng, 2001; Rugman y Brewer, 2001; Toyne y Nigh, 1997). Esta afirmación, junto con las razones expuestas anteriormente, son las causas principales del gran debate.

Conclusiones

El campo de investigación en negocios internacionales presenta una dinámica distinta a la de otras disciplinas

económicas y administrativas, debido a que no se identifican en este unas escuelas teóricas que puedan guiar el campo, sino que se encuentra en una etapa de evolución y consolidación en la que trata de identificar el objeto de estudio propio de los negocios internacionales. Esto lo ha hecho con el paso del tiempo a través de la identificación de varias preguntas de investigación aportadas por los académicos más influyentes del campo y, posteriormente, por la identificación del Ambiente de Negocios Internacionales donde se establecen unas dimensiones en las que se mueven los temas que le pertenecen al 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.

Los agentes del campo deben contribuir con sus aportes académicos y científicos a la construcción del campo de investigación en negocios internacionales, identificando el objeto de estudio propio de los negocios internacionales.

Referencias

- Bartlett, C. and GHOSHAL, S. (1991). Global strategic management: impact on the new frontiers of strategy research. *Strategic Management Journal*, 12 (Summer special issue), 5-16
- Bourdieu, P. (2002). Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto. Montessor.
- Boyacigiller, N., Adler, N. (1997). Insiders and outsiders: bridging the worlds of organizational behavior and international management.
- Buckley, P. J. (2002). Is the International Business Research Agenda Running Out of Steam? *Journal of International Business Studies*, 33, 365-373.

- Chan, K. C., Fung, H.-G., & Leung, W. K. (2009). Influential Research and Institutions in International Business Research. *The Multinational Business Review*, 17(1), 23-45.
- Dunning, J. (2001). The Key Literature on IB Activities: 1960-2000, in A. Rugman and T. Brewer (eds.). *The Oxford Handbook of International Business*, Oxford University Press: Oxford, UK, 36-68.
- Dunning, J. H. (2002). Perspectives on International Business Research: A professional Autobiography Fifty Years Researching and Teaching International Business. *Journal of International Business Studies*, 33(4), 817-835.
- Dunning, J. (2009). The key of literature on IB activities: 1960-2006. *The Oxford handbook of international business*. New York: Oxford University Press, 39-71
- Flachsland, C. (2003). *Pierre Bourdieu y el capital simbólico*. Buenos Aires: 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.
- Guisinger, S. (2008). A curmudgeon's view of the discipline of international business Research. *Journal of International Business Studies*, 39, 1220-1235.
- Guisinger, S. (2001) From OLI to OLMA: incorporating higher levels of environment and structural complexity into the Eclectic paradigm. *International Journal of the Economics of Business*, 8, 257-272.
- Hymer, S. (1976) *The International Operations of National Firms*, MIT Press: Cambridge, MA, [First written as a Ph.D. dissertation in 1960].
- Kwok Leung, R. S., Baghat, N. R., Erez, M., & Gibson, C. (2005). Culture and International Business: recent advances and their implications for future research. *Journal of International Business Research Studies*, 36, 357-378.
- Nehrt, L., Truitt, J., Wright, R. International business research: past, present and future. *Indiana University Graduate School of Business*, 1970.
- Peng, M.W. (2001). The resource-based view and international business. *Journal of Management*, 27, 803-829.
- 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, 282-294.
- Rugman, A. And Brewer, T. (2001) *The Oxford Handbook of International Business*, Oxford University Press: Oxford, UK.
- Shenkar, O. (2004). One more time: international business in a global economy. *Journal of International Business Studies*, 35, 161-171.
- Stopford. (1998). Book review of international business: An emerging vision. *Journal of International Business Studies*, 29, 635-637.
- Toyne, B. and Nigh, D. (1997). *International Business: An Emerging Vision*, University of South Carolina Press: Columbia.