

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
DEPARTAMENTO DE TURISMO

*TRABAJO DE DIPLOMA EN OPCIÓN
AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
TURISMO*

Análisis bibliométrico de la producción
científica sobre alianzas estratégica en la
revista Strategic Management Journal

Autora: Yisel Rodríguez Mendoza
Tutor: Msc Nolberto Cruz Aguilera

Holguín, 2012
"Año 53 de la Revolución"

Pensamiento

Es importante descubrir lo que estamos acostumbrados a mirar todos los días. Los secretos que debido a la rutina, no conseguimos ver.

Paulo Coelho

Dedicatoria

*A toda mi familia, y en especial
a mi abuelo querido que aunque hoy no esté a mi lado todo
mi sacrificio y esfuerzo es para que se sienta orgulloso de mí,
así como toda la vida yo he estado de él, para ti mi viejito
lindo es toda mi vida.*

Agradecimientos

*A mi abuelo por ser mi guía, mi ángel protector.
A mi abuela por tanto amor, por hacerme sentir la persona
más importante en este mundo.
A mi mamá, mi mejor amiga, mi confidente, por tantos
consejos y por regalarme su vida.
A mi papá por educarme tan bien, por todos los años de
dedicación.
A mi hermano Ernesto por ser tan bueno y quererme tanto.
A Tata, Dani, Daylén por estar siempre a mi lado.
A tío Cali por ser tan especial.
A mi familia por mimarme tanto.
A Fer por su amor, su ayuda y su comprensión.
A mis amigas Yeline, Yaritza, Arletis, Daylín, Arianna por
todos los momentos maravillosos en estos cinco años
universitarios.
A Lizandra, Mariannis, Yilian, Grisel por ser mis
hermanitas de toda la vida.
A tío Románico, Yaylén, Yaneisi, Margarita por acogerme
con tanto amor en su casa.
A Alexey, tía Yamila, Adela por brindarme su mano cuando
más lo necesité.
A mi tutor Norberto por su atención.
A Arnel por su ayuda.
A los profesores que han contribuido a mi formación
profesional.
A todos muchas gracias.*

Resumen

Las alianzas estratégicas han tomado auge en los últimos años pues constituyen una poderosa herramienta en el mundo empresarial lo que ha condicionado el aumento en las investigaciones científica de dicho tema. La bibliometría aplica métodos matemáticos y estadísticos a toda la literatura de carácter científico y a los autores que la producen, con el objetivo de estudiar, analizar e identificar las tendencias y el crecimiento del conocimiento en las distintas disciplinas. Los estudios bibliométricos permiten ver la actividad, estructura y evolución de una ciencia, mediante la obtención de datos que puedan aportar conocimiento, cuantificar sus resultados y aplicarlos en diferentes campos.

La presente investigación realiza un análisis bibliométrico de las publicaciones sobre alianzas estratégicas de la revista Strategic Management Journal en el período comprendido entre los años 1988-2009. Se emplea como método para la investigación un estudio bibliométrico, donde se combinan técnicas bibliométricas con técnicas del análisis de redes sociales.

El objetivo de este trabajo es identificar los patrones predominantes en las alianzas estratégicas como un subcampo de investigación académica de la disciplina Dirección Estratégica en la literatura más relevante a nivel mundial. Dentro de los principales resultados obtenidos destacan: la existencia de un comportamiento inestable en las producción de artículos sobre alianzas estratégicas en el período analizado, los artículos son realizados en su mayoría en universidades de prestigio y por autores del sexo masculino, se evidencia el alto grado de cooperación de los autores de esta temática, la inexistencia de autores con productividad alta y el predominio de los autores con productividad baja. Estos resultados aportan información para conocer los elementos fundamentales que caracterizan tanto a los artículos como a los autores e instituciones vinculados con el tema de alianzas estratégicas.

Abstract

Strategic alliances have taken peak in the last years because they constitute a powerful tool in the managerial world what has conditioned the increase in the scientific investigations of this topic. The bibliometric applies mathematical and statistical methods to the whole literature of scientific character and the authors that produce it, with the objective of studying, to analyze and to identify the tendencies and the growth of the knowledge in the different disciplines. Bibliometric studies allow to see the activity, structure and evolution of a science, by means of the obtaining of data and it can contribute to knowledge, to quantify their results and to apply them in different fields.

The present investigation carries out a bibliometric analysis of the publications about strategic alliances of the Strategic Management Journal in the period understood among the years 1988-2009. It is used as method for the investigation a bibliometric study, where it combines bibliometric technical with technical of the analysis of social networks.

The objective of this work is to identify the predominant patterns in the strategic alliances as a part of academic investigation of the discipline strategic management in the most outstanding literature at world level. As main obtained results can find: the existence of an unstable behavior in the production of articles about strategic alliances in the analyzed period, the articles are carried out in its majority in universities of prestige and for authors of the masculine sex, the high grade of cooperation of the authors in this thematic, the non existence of authors with high productivity and the prevalence of the authors with low productivity. These results contribute information to know the fundamental elements that characterize as much to the articles as to the authors and institutions linked with the topic of strategic alliances.

Índice

Introducción.....	1
Capítulo I: Marco Teórico Referencial	5
1.1 Antecedentes de la administración	5
1.1.1 Orígenes del término estrategia.....	6
1.1. 2 Evolución del concepto estrategia	7
1.1. 3 Las estrategias empresariales. Elementos componentes y tipología	11
1.1.3.1 Tipos de estrategias.....	14
1.2 Fusiones y adquisiciones: antecedentes de las alianzas estratégicas	15
1.2.1 Alianzas estratégicas. Definiciones.....	18
1.2.2 Tipos de Alianzas Estratégicas	20
1.2.3 El éxito en las alianzas estratégicas	23
1.3 Producción científica	24
1.3.1 Publicaciones científicas.....	25
1.4 Análisis bibliométrico	27
1.4.1 Evolución de los estudios bibliométricos.....	28
1.4.2 Importancia de la bibliometría	30
1.4.3 Indicadores bibliométricos	31
Capítulo II: Análisis bibliométrico de las alianzas estratégicas	34
2.1 Pasos para la investigación	35
2.2 Análisis bibliométrico de los artículos.....	38
2.2.2 Artículos más citados.....	40
2.2.3 Análisis institucional.....	41
2.2.4 Análisis de la autoría.....	42
2.2.4.1 Productividad de los autores.....	42
2.2.4.2 Género de los autores	45
2.2.4.4 Colaboración entre los autores	46
2.2.5 Análisis de palabras claves.....	48
2.3 Análisis de redes.....	50

Conclusiones Parciales:	52
Conclusiones	54
Recomendaciones	55
Bibliografía	56
Anexos	60

Introducción

En el desarrollo histórico de la humanidad, la división del trabajo, el surgimiento del comercio y el dinero son los antecedentes de las primeras empresas en su forma más rudimentaria. Con la revolución industrial el mundo cambió por completo y se gestaron numerosas invenciones que dieron lugar a la producción y el consumo hasta llegar a las grandes empresas industriales, comerciales y de servicio que caracterizan el mundo moderno.

La realidad actual de crisis económica internacional trae consigo empresas en quiebra, el cierre de muchas de ellas y millones de personas desempleadas. Estas condiciones, junto con el desarrollo tecnológico y la apertura de mercados, hace que las empresas tengan que adaptarse a un entorno dinámico y busquen nuevas oportunidades que les permitan no sólo mantenerse dentro del mercado, sino, competir altamente con sus productos o servicios.

Las empresas dependen de la actuación de proveedores, procesos productivos, clientes, empleados y competidores. Las firmas para mejorar sus niveles de desempeño y competitividad, son conscientes de que en el entorno puede estar lo que necesitan para cumplir con sus objetivos. Hacia adelante y hacia atrás en su cadena de valor pueden encontrar oportunidades valiosas para reforzar sus estrategias de crecimiento. Consecuentemente con esto, han surgido nuevas direcciones para las prácticas gerenciales y organizacionales.

El continuo proceso de globalización e internacionalización de la economía ha desplegado en los escenarios corporativos una tendencia hacia la creación de alianzas estratégicas, motivadas por la necesidad de aumentar la competitividad, reducción de los costos, compartir riesgos, crear opciones para futuras inversiones, acceso a nueva tecnología y posicionar mejor sus productos en el mercado. Las organizaciones optan por utilizar las alianzas estratégicas cuando no existen posibilidades que permitan lograr una gestión individual con seguridad de éxito.

Las alianzas estratégicas representan un vehículo de valor en los servicios orientados al cliente. Este tipo de estrategia garantiza una forma de hacer

Introducción

negocios con mayores rendimientos al compartir costos que van desde la investigación y desarrollo hasta la entrega del producto o la prestación del servicio.

Diversos han sido los autores que han encaminado sus estudios al tema de alianzas estratégicas, debido a la importancia que estas tienen en el ámbito empresarial. Entre los aspectos abordados por los autores que investigan sobre alianzas estratégica se encuentran la cooperación entre empresas a través de alianzas estratégicas (Doz, 1996; Rothaermel, 2001; Luo 2008); los beneficios en la actividad de las alianzas (Arend, 2005, 2006,2009); la formación de las alianzas (Ahuja, 2009; Colombo, 2003; Rothaermel, 2008; Reuer, 2002) y las alianzas estratégicas en las diferentes industrias como la biotecnología (Baum,2000;Sanoro,2005), aerolíneas (Garrette,2009), la del software (Lavie,2007;Tiwana,2008) y la automovilística (Pont,2002). Estas investigaciones contienen de forma explícita elementos que permiten un mejor entendimiento de la temática.

La bibliometría aplica métodos matemáticos y estadísticos a toda la literatura de carácter científico y a los autores que la producen, con el objetivo de estudiar y analizar la actividad científica. Los estudios bibliométricos se sustentan en la aplicación de indicadores que permiten analizar la cantidad de publicaciones producidas por un autor, institución o revista; conocer el grado de cooperación existente entre los autores y analizar las referencias bibliográficas e informar sobre su obsolescencia. El interés por la producción científica como criterio para comparar el crecimiento y desarrollo de una disciplina o área del conocimiento en general ha dado lugar al fortalecimiento de los estudios bibliométricos, se han realizado estudios sobre gestión estratégica (Pierre Boissin, Claude Castagnos, Guieu; 2003), psicología clínica (Agudelo, Bretón-López, Bela-Casal; 2003)., salud (Machado Cano, Morgado Bonachea, Alegant Padrón, 2009) , turismo y hospitalidad (Albacete-Sáez, Fuentes-Fuentes, Bojica, Fernández-Pérez; 2011) y en el campo de la dirección estratégica (Ramos Rodríguez, Ruiz Navarro, 2004; Nerur, Rasheed, Natarajac, 2008; Ramos Rodríguez, Ruiz Navarro; 2011) . Aunque las alianzas

Introducción

estratégicas es un tema de gran importancia dentro de la dirección estratégica no se ha realizado análisis sobre la bibliografía de esta temática que permitan conocer con mayor claridad como se ha comportado la producción científica sobre alianzas estratégicas, lo cual evidencia la necesidad de este estudio.

Se plantea como **Problema científico**: ¿Cuáles son los patrones predominantes de las alianzas estratégicas como subcampo de investigación académica de la disciplina dirección estratégica en la literatura más relevante a nivel mundial en el período 1988-2009?

Se define como **objeto de estudio**: las alianzas estratégicas y como **campo de acción**: la producción científica sobre alianzas estratégicas en la revista Strategic Management Journal en el período 1988-2009

El **objetivo general** de la presente investigación es identificar los patrones predominantes de las alianzas estratégicas como un subcampo de investigación académica de la disciplina dirección estratégica en la literatura más relevante a nivel mundial a partir de un análisis bibliométrico de los artículos publicados en la revista Strategic Management Journal en el período 1988-2009.

Para darle cumplimiento a este objetivo se plantearon los **objetivos específicos** siguientes:

1. Elaborar el marco teórico referencial de la investigación sobre la temática alianzas estratégicas a través de la consulta de la bibliografía nacional e internacional
2. Determinar los indicadores del análisis bibliométrico para la investigación
3. Identificar la unidad de análisis
4. Recolectar y procesar los datos
5. Analizar los resultados.

Para desarrollar la investigación se trazaron las **preguntas de investigación** siguientes:

- ¿Cuál ha sido el comportamiento de la producción científica vinculada con alianzas estratégicas?
- ¿Cuáles son los artículos más citados?

Introducción

- ¿Cuáles son las instituciones con mayores aportaciones al tema?
- ¿Cuáles son los autores con mayor productividad científica en esta temática y los más citados?
- ¿Cómo se ha comportado la participación de ambos sexos en las investigaciones de alianzas estratégicas?
- ¿Existe colaboración entre los autores que investigan sobre alianzas estratégicas?
- ¿Cuáles son los términos más empleados por los investigadores?
- ¿Cuáles son los autores más centrales?

En la investigación se emplean los **métodos teóricos-empíricos** siguientes:

Análisis y síntesis: de la información a partir de la revisión de la literatura especializada

Histórico-lógico: en el análisis de la evolución de las alianzas estratégicas a nivel mundial y sus manifestaciones en Cuba

Inducción-deducción: en la comprensión de los resultados de los métodos estadísticos aplicados

Análisis de contenido: revisión de los análisis bibliométricos para determinar similitudes con el estudio realizado

Métodos bibliométricos: clasificación, frecuencia y distribución de los datos

Estadísticos: el programa UCINET para el procesamiento de los datos.

Para la presentación, el trabajo de diploma se estructuró de la forma siguiente: un capítulo I donde se recogen los elementos teórico referenciales que sustentan la investigación, un capítulo II donde se realiza un análisis bibliométrico y de redes sociales de la producción científica sobre alianzas estratégicas de la revista Strategic Management Journal, un cuerpo de conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación y finalmente se presenta la bibliografía consultada y los anexos para complementar los resultados expuestos.

Capítulo I: Marco Teórico Referencial

El presente capítulo, como resultado del análisis y revisión bibliográfica, expone las definiciones y los principales elementos relacionados con las alianzas estratégicas, objeto de estudio de la investigación. Consta de cuatro epígrafes que abordan principalmente la Dirección Estratégica, las alianzas estratégicas, la producción científica y el análisis bibliométrico. Este capítulo persigue como objetivo sentar las bases teóricas empíricas que sustentan la investigación.

1.1 Antecedentes de la administración

Las actuales concepciones administrativas son el resultado de un proceso iniciado en los mismos albores de la humanidad y que ha evolucionado y adquirido sus propios perfiles a través de diferentes épocas y etapas.

Las personas han sido administradas en grupos y en organizaciones desde los tiempos de la prehistoria. Aún las tribus más simples de cazadores y recolectores reconocían y obedecían a un líder o a un grupo responsable de tomar decisiones y de su bienestar. A medida que las sociedades crecieron y se hicieron más complejas fue más notoria la necesidad de contar con administradores.

En Europa, la influencia de los grandes filósofos fue un aspecto de gran importancia para el pensamiento administrativo, entre ellos se destacan Platón, Aristóteles y Descartes. Sus principales aportes fueron la clasificación de las formas de gobiernos y clases sociales y los primeros principios sobre la división del trabajo y tramos de control.

Una de las civilizaciones que más influyó en el pensamiento administrativo fue el pueblo romano, quien marcó las bases más importantes de la sociedad moderna e influyó en la sociedad actual haciendo uso de la administración e incluso teniendo administradores que se hacían cargo de ella, que recibían el nombre de gestores o mandatarios.

La Edad Media se caracterizó por un estancamiento y un retroceso en todas las actividades e influyó mucho en el aspecto administrativo. La Revolución

Industrial incidió también en el desarrollo de la administración, pues dentro de los principales cambios y aportaciones se encuentran:

- Cambios de los sistemas de producción
- Disminución en los costos de producción
- Aparecen los grandes inventos (la imprenta y la máquina de vapor)
- Aparece una nueva clase social: el obrero
- Desaparece el pequeño artesano
- Aparece la competencia.

Los principales precursores de la administración fueron: Henry Robinson Town, Charles Baddag y Roberto Owen. Ellos plantearon la necesidad de que cada administrador intercambiara ideas con los de diferentes compañías y la incorporación de la administración al ámbito empresarial al resaltar que esta debía ser tomada como una ciencia dentro de la empresa. También abordaron la necesidad de la calidad, así como de la producción en una empresa y que en esta última hay dos factores importantes: la maquinaria y los seres humanos.

La administración es el proceso de planear, organizar, liderar y controlar los esfuerzos de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos para lograr objetivos establecidos¹.

En los tiempos actuales a la administración de las organizaciones se le presentan nuevos desafíos y retos, ante esta situación los directivos han sido capaces de buscar nuevas respuestas administrativas. Se evidencia una evolución de los conocimientos en este tema, que han favorecido el desarrollo de un enfoque diferente de entender y practicar la administración con la inserción de la estrategia en al campo de la dirección.

1.1.1 Orígenes del término estrategia

La palabra estrategia tiene su origen en la antigüedad proviene de términos griegos: *estrategia*, *estrategos* o *el arte del general en la guerra*, procede de la fusión de dos palabras: *stratos* (ejército) y *agein* (conducir, guiar).

¹ Stoner, James. Administración, 5ta edición

Capítulo I

En la antigua Grecia los generales tenían no sólo que ganar y ganar guerras sino también dirigir un ejército, apropiarse de territorios, proteger las ciudades de invasiones, suprimir al enemigo. Cada tipo de objetivo requería un despliegue distinto de recursos para lo que era necesario trazar planes, trayectorias a seguir.

La estrategia en la época del Imperio Romano (450 a.n.e.) estaba basada en la conducción de los problemas del Estado mediante habilidades administrativas. El término hacía referencia a la habilidad para aplicar la fuerza, vencer al enemigo y crear un sistema unificado de gobierno local, incluía habilidades administrativas y políticas que permitieran dominar los territorios conquistados. En la cultura japonesa el vocablo se corresponde con el de “*heihō*” que quiere decir “el arte del samurai”.

Las experiencias de concebir y hacer realidad proyectos estratégicos comienzan a sistematizarse conscientemente y a trasmitirse con el objetivo de instruir, asociados a proyectos militares y(o) políticos de conquista.

El mundo en que se vive actualmente es inestable y para triunfar y mantenerse en él es imprescindible anticiparse a los posibles cambios que puedan ocurrir para crear ventajas competitivas sostenibles. Por ello ningún ámbito de la vida social se escapa de la necesidad de aplicar el llamado pensamiento estratégico.

1.1. 2 Evolución del concepto estrategia

Diversos factores contribuyeron a la incorporación de las ideas estratégicas al mundo empresarial, se destacan dos fundamentalmente: el incremento de la competencia por los mercados y el nuevo reparto del mundo frente a la única potencia que fortaleció la guerra (Estados Unidos), y el surgimiento de la Unión Soviética y con ella el fortalecimiento del movimiento sindical mundial.

Es en este contexto en que surge la Escuela Neoclásica de la Administración, incorporando un conjunto ecléctico de teorías entre las que se destaca la Administración por Objetivos (A.P.O.) y la Planeación Estratégica.

Capítulo I

Los conceptos de estrategia y de administración estratégica han ido evolucionando a lo largo del tiempo.

Alfred Chandler (1962) la define como "la determinación conjunta de objetivos de la empresa y de las líneas de acción para alcanzarlas".

En el período de 1965 a 1975 comenzó un movimiento académico en torno al enfoque estratégico en la administración de negocios que incluyó la creación de revistas especializadas y el desarrollo de numerosas investigaciones tanto en Europa como en Estados Unidos y es precisamente en este último donde el término estrategia reemplazó al término políticas en sus escuelas de negocios.

Ansoff (1976) describe la dirección estratégica como "el conjunto de objetivos y acciones dirigidas a asegurarse una ventaja competitiva sostenible". Ansoff es el pionero del término "administración estratégica", y define la estrategia empresarial como la dialéctica de la empresa con su entorno donde se dejan explícitos los objetivos generales y los cursos de acción fundamentales de acuerdo con los medios actuales y potenciales de la empresa, a fin de lograr la inserción óptima de ésta en el medio socio económico.

H. Mintzberg (1978)² resume una concepción de la estrategia empresarial desde varios puntos de vistas que viene a sintetizar todas las anteriores y tiene gran valor para el tratamiento práctico del término por empresarios ocupados en aplicar el pensamiento estratégico a sus negocios. Así este autor define la estrategia:

- ✓ Como plan: acciones en función de objetivos. Acciones conscientes con un propósito determinado
- ✓ Como pauta de acción: maniobra para ganar al contrincante
- ✓ Como patrón: concibe no sólo qué hacer, sino también el cómo. Es un modelo de comportamiento, incluye la definición de políticas
- ✓ Como posición: es un medio para ubicar a la empresa en su entorno
- ✓ Como perspectiva: Es una abstracción que existe en la mente, una invención de mentes imaginativas. Es una perspectiva compartida.

² Ídem

Capítulo I

Según Menguzzatto y Renau (1984)³ la estrategia “Explícita los objetivos generales de la empresa y los cursos de acción fundamentales, de acuerdo con los medios actuales y potenciales de la empresa, a fin de lograr la inserción de ésta en el medio socioeconómico”.

George Morrissey (1985)⁴ plantea que es aquello donde se dirige una empresa en el futuro en vez de cómo llegar ahí; entonces define la estrategia como la dirección en la que una empresa necesita avanzar para cumplir con su misión.

Halten, K.J. (1987) define que “Dirección estratégica es el proceso a través del cual una organización formula objetivos y está dirigida a la obtención de los mismos (...) Análisis y acción están integrados en la dirección estratégica”.

Robert Grosse (1992) plantea “La estrategia vista desde una óptica global, integra una serie de conceptos y acciones que se inician con el establecimiento de metas y objetivos, así como la traducción de los planes en programas y el monitoreo para asegurar el cumplimiento de los objetivos, además, implica la tarea de comunicar y de mostrar una línea para el empleo general de los recursos”.

Ohmae (1993) la define como “el comportamiento por el que una corporación se diferencia positivamente de sus competidores, usando los puntos fuertes relativos de la corporación para satisfacer mejor las necesidades del consumidor”.

Londoño (1995) la refiere como “Un programa general de acción y un despliegue implícito de empeños y recursos para obtener objetivos trascendentes. La estrategia define el qué, cuándo, cómo, dónde y para qué de los recursos, lógicamente promoviendo su plena contribución al desarrollo del potencial de la empresa”.

Por su parte Ronda Pupo (2007) plantea que “Dirección estratégica es el proceso iterativo y holístico de formulación, implantación, ejecución y control de un conjunto de maniobras, que garantizan una interacción proactiva de la

³ Zayas, Enrique. La dirección estratégica en Nicaragua.

⁴ Ronda, Guillermo (2007). Dirección Estratégica: Constructo y dimensiones

Capítulo I

organización con su entorno, para coadyuvar a la eficiencia y eficacia en el cumplimiento de su objeto social”.

Aunque no exista una definición universalmente reconocida del concepto estrategia, los autores que refieren el tema tienen consenso de que la misma son planes, guías, trayectorias, posiciones para lograr los objetivos de las empresas y para determinar los recursos que destinará a sus principales acciones, dándole vital importancia al entorno con sus oportunidades y amenazas. Ronda Pupo (2007) plantea que la dirección es el proceso encaminado al logro de estos objetivos y estrategias propuestas.

Actualmente las empresas se enfrentan al reto de asimilar fuertes y continuos cambios, no sólo del entorno altamente influenciado por agentes externos, sino también sociales, medios tecnológicos, nuevas regulaciones y legislaciones y recursos de capital. En este ambiente de mayor competencia, las empresas tienen que buscar alternativas creativas, viables, para poner en práctica y desarrollar todas las potencialidades que aseguren una supervivencia a largo plazo, para ello resulta de vital importancia tomar decisiones dentro del ámbito empresarial para poder adaptarse a este cambiante y complejo mundo, por lo cual la Dirección Estratégica significa:

- Desarrollar con éxito el proyecto estratégico
- Introducir estrategias temporales que hagan posible, y hasta puedan sustituir, en condiciones dadas la estrategia concebida en función de mantener el rumbo de la empresa
- Tomar decisiones en función de desarrollar las competencias distintivas
- Desarrollar el arte de la anticipación al cambio
- Liderar la consecución del rumbo previsto
- Desarrollar un poder negociador frente a los grupos de interés del entorno y hacia los miembros de la organización
- Adoptar, por aproximaciones sucesivas, la estructura y funcionamiento de la organización, su sistema y órganos de dirección
- Crear y desarrollar valores, cultura

- Aplicar una evaluación y control que haga sistemático el proceso evitando caídas o saltos en la empresa.

La Dirección Estratégica guía el comportamiento de la organización en el tiempo y garantiza la continuidad de la misma. Es el proceso donde se combinan la estrategia deliberada (proyectada) con las contingentes (concebidas para actuar ante hechos de probable ocurrencia) y emergentes (no previstas durante la planificación). Hace posible un liderazgo durante la conducción del cambio y desarrolla la capacidad de aprender en la organización.

La Dirección Estratégica es de vital importancia para las entidades actuales que no pueden sobrevivir simplemente al hacer un buen trabajo, tienen que hacer un trabajo excelente si quieren tener éxito en un mercado que se caracteriza por un rápido crecimiento y una dura competencia. La dirección estratégica constituye un enfoque de administración que cree en el esfuerzo del hombre y de la entidad para elegir libremente el futuro de esta.

1.1. 3 Las estrategias empresariales. Elementos componentes y tipología

La estrategia empresarial se refiere al planteamiento de las actividades comerciales del grupo empresarial como un todo, con el propósito de alcanzar ciertos objetivos predeterminados a nivel empresarial. Se dirige a desarrollar un número de capacidades distintivas o capacidades esenciales (Hamel y Prahalad, 1994), que la empresa sea capaz de traducir en una ventaja competitiva sostenible y, a su vez, en valor agregado.

La estrategia empresarial abarca a toda la organización, las capacidades distintivas que la compañía ha desarrollado a nivel empresarial, como la reputación o el talento innovador, están en posibilidad de explotarse conjuntamente con los activos estratégicos, con el fin de aumentar la ventaja competitiva de los negocios componentes.

Capítulo I

Menguzzato y Renau (1990)⁵ aportaron los siguientes elementos componentes de las estrategias empresariales, que son necesarios tener en cuenta en el contexto cubano para la adopción de estrategias.

1. El campo de actividad: que visualiza la amplitud y las características de la empresa con su entorno. El término campo de actividad permite tener en cuenta las relaciones de la empresa con su entorno en calidad de una empresa pública que responde a una necesidad estatal. En nuestro contexto se condiciona esta concepción a partir de la primacía de la propiedad estatal, que condiciona la participación del Estado en las relaciones económicas. También es más amplio el concepto de actividad, permitiendo aplicarlo al análisis estratégico de organizaciones no empresariales

2. Las capacidades distintivas: se producen como resultado de la integración de los recursos y habilidades de la organización (tecnológica, organizativa, de dirección) presentes y potenciales. Las habilidades antes mencionadas son las consideradas por muchos autores como "competencias distintivas"

Las capacidades expresan la conjunción de recursos con habilidades en un término más amplio. Ellas garantizan el "saber estar" de la organización con su entorno. Las competencias distintivas expresan el "saber hacer" de la organización. Se consiguen como resultado de las características del personal, sus métodos y tecnologías, su organización y sistema de valores. Se manifiestan en la cultura de la empresa

3. Las ventajas competitivas son las cualidades que garantizan la superioridad frente a la competencia, así como las fortalezas de la empresa. Las ventajas se logran teniendo en cuenta: el acceso a materias primas, la imagen corporativa, el canal de distribución y el dominio de la tecnología de punta. En las organizaciones el éxito depende de la capacidad de sus integrantes para percibir oportunidades y combinar eficientemente los recursos que se disponen. Existen fuentes tangibles de ventajas competitivas como (activos financieros, activos físicos, patentes, licencias, capital humano). En la actualidad la

⁵ Díaz, Vicente; Ramírez, Miguel; Palacios, Ángela. Estrategia empresarial. Un nuevo enfoque para su ejecución.

Capítulo I

competencia trata de hacer lo mismo que nosotros, el reto del empresario consiste en identificar, desarrollar y mantener las ventajas competitivas en el tiempo. Esto puede lograrse si se incorpora la disponibilidad de aprender como parte indisoluble del trabajo diario. El crear en una organización una cultura de aprendizaje permanente, convierte el proceso de aprender en una ventaja competitiva sostenible

4. La sinergia se obtiene como resultado del equilibrio entre el campo de actividad, las capacidades distintivas y las ventajas competitivas. La coherencia entre el campo de actividad y las capacidades de la empresa pueden llegar a convertirse en una ventaja competitiva importante. Lo contrario sería una debilidad considerable que puede retardar el desarrollo de la organización. Una estrategia por muy exitosa que sea para una empresa, no tiene por qué serlo para otras aún perteneciendo al mismo sector, porque es necesario que ella esté en correspondencia con el grado de desarrollo de los cuatro elementos anteriores. La tipología de estrategia maestra que se adopte en la práctica debe ser resultado del estudio de la sinergia que posea la empresa a partir de la combinación del campo de actividades, con capacidades distintivas y ventajas competitivas.

Las organizaciones emplean tres niveles de estrategia que incluyen los componentes antes mencionados:

- Estrategia de negocios: se definen en el nivel de Unidades Estratégicas de Negocios. En empresas diversificadas adquieren especial importancia y en su adopción serán las capacidades distintivas y las ventajas competitivas los elementos más importantes. Su definición requiere del estudio particular de cada unidad. En el caso de empresas no diversificadas estos dos niveles se solapan
- Estrategia funcional: fijan metas para las diversas áreas funcionales y son características de cada una de las funciones de la empresa. Persiguen lograr la eficiencia en las actividades funcionales que soportan el desenvolvimiento de los niveles estratégicos, por cuanto la relación entre las estrategias funcionales y de negocios es matricial

➤ Estrategia maestra: conocida como estrategia global o estrategia de empresa debe garantizar los objetivos más generales de la empresa, su visión. El campo de acción y las capacidades distintivas son imprescindibles en este nivel. Las estrategias maestras se formulan en organizaciones diversificadas.

1.1.3.1 Tipos de estrategias

Ronda Pupo (2007) maneja la clasificación siguiente para las estrategias empresariales:

- I. Crecimiento Interno
- II. Estrategias de estabilidad
 - Estrategias de Reducción
 - Desintensificación
- III. Diversificación
- IV. Liquidación
- V. Estrategias combinadas

Estrategias de crecimiento

Ronda Pupo (2007) en su libro Dirección Estratégica, Constructo y Dimensiones plantea que las estrategias de crecimiento están encaminadas a ampliar ventas, mercados y beneficios. Buscan la consolidación de la empresa en su mercado. Estas estrategias incluyen las de crecimiento interno.

Las estrategias de crecimiento interno según las creencias preservan la cultura organizacional, la eficiencia, la calidad, y la imagen de la organización. Se logran mediante el incremento de las ventas, la producción, la capacidad y/o la fuerza de trabajo. El crecimiento interno no sólo incluye el incremento en los mismos negocios que posee la empresa sino que puede incluir la creación de nuevos negocios, tanto en dirección vertical como horizontal. El crecimiento interno horizontal incluye la creación de nuevas actividades o negocios que operan en el negocio original de la empresa, en tanto que el crecimiento vertical interno refiere la creación de negocios dentro del canal vertical de distribución y toma la forma de abastecedor- consumidor.

Las estrategias de crecimiento interno comprenden:

- Estrategias de fusión
- Estrategias de adquisición
- Integración horizontal
- Integración horizontal relacionada
- Integración horizontal no relacionada
- Integración vertical relacionada
- Integración vertical no relacionada
- Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas son un modelo de colaboración importante para muchas empresas. Los motivos por los que se forman alianzas, señalados por los autores Kale, Singh y Perlmutter (2000), pueden ser resumidos en varias razones: ganar ventaja competitiva en los mercados, acceso o análisis de nuevas tecnologías y el Know-How, más allá de la frontera de las empresas, llegar a economías de escala y su alcance, o compartir el riesgo o la incertidumbre con sus socios.

Las alianzas estratégicas son la tendencia de organización futura debido a la fuerte competencia global y precisamente constituyen el centro de atención de la investigación

1.2 Fusiones y adquisiciones: antecedentes de las alianzas estratégicas

Los términos "fusión", "adquisición" y "toma de control" forman parte del lenguaje común de las fusiones y adquisiciones. En una fusión, las compañías se unen para combinar y compartir sus recursos con el fin de alcanzar objetivos comunes. Los accionistas de las empresas que se fusionan a menudo permanecen como propietarios conjuntos de la entidad fusionada.

Una adquisición se parece más a una negociación directa, en la que una empresa compra los activos o acciones de la otra y en la que los accionistas de la compañía adquirida dejan de ser los propietarios de la misma. En una fusión puede surgir una nueva entidad que abarca a las empresas fusionadas, mientras que en una adquisición la empresa adquirida se convierte en

Capítulo I

subsidiaria de la adquirente. Una "toma de control" es similar a una adquisición y también implica que la compañía adquirente es mucho más grande que la adquirida. Cuando, por el contrario, la empresa adquirida es más grande que la adquirente, la adquisición se denomina "toma de control inversa".

Las adquisiciones persiguen el crecimiento y la expansión de los activos, ventas y participación en el mercado adquirente. Uno de sus propósitos fundamentales es el aumento de la riqueza de los accionistas a través de las adquisiciones dirigidas a crear o tener acceso a una ventaja competitiva a largo plazo para el adquirente. Las adquisiciones pueden estar motivadas por el interés personal de los administradores o el deseo de poder, la construcción de imperios o las gratificaciones complementarias que van de acuerdo con el tamaño de la empresa.

Las adquisiciones deben formar parte de las estrategias de negocios y empresariales del adquirente. La estrategia de negocios se conforma para lograr una ventaja competitiva a largo plazo para la empresa. Los datos más recientes apoyan en parte la visión de que las adquisiciones pueden agregar valor a los accionistas de la adquirente.

En los grandes grupos empresariales, las decisiones de inversión, como es el caso de las adquisiciones, son materia de una amplia variedad de conflictos internos. Tal vez se refieran a que determinado proceso de adquisición tenga objetivos mal definidos y compromisos políticos confusos, y esto lleve a una toma deficiente de decisiones.

Cuando la adquisición es motivada por el deseo de alcanzar el dominio o aumentar el poder en el mercado; los grupos de accionistas y administradores tal vez ganen con la fusión, pero esto será en detrimento de los consumidores. La reducción en la competencia también tendrá consecuencias de largo plazo para la competitividad y crecimiento de la economía como un todo.

Las adquisiciones y fusiones con frecuencia fracasan en el cumplimiento de sus expectativas y objetivos, las compañías necesitan explorar medios alternativos para alcanzar los mismos objetivos. Entre las múltiples opciones de crecimiento de que disponen las empresas, los consultores cada vez más

Capítulo I

aconsejan adoptar soluciones “flexibles” y “adaptativas” de colaboración estratégica, desplazando a las tradicionales fusiones y adquisiciones, Nascimento (2005).

Las alianzas, las fusiones o adquisiciones son mecanismos que permiten agrupar recursos en poder de diferentes empresas para el crecimiento internacional. Las diferencias que existen entre ellas explican la elección entre una y otra opción (Sánchez Lorda y García-Canal, 2006). Estas diferencias giran en torno a cuatro puntos clave: los recursos que ponen en común (en una alianza sólo se comparten recursos seleccionados mientras que en una adquisición son todos los recursos de las dos empresas), la dirección del acuerdo o entidad resultante (en las alianzas los socios mantienen su autonomía, por lo que la gestión es compartida; mientras que en las adquisiciones la empresa adquirente gestiona la adquirida), la retribución a los propietarios de los recursos (mientras que las adquisiciones implican pagar por todos los recursos de la empresa adquirida, las alianzas permiten a las empresas disponer de recursos externos sin tener que pagar el valor íntegro de los recursos utilizados) y la reversibilidad de la operación (las alianzas son operaciones más fáciles de disolver que las adquisiciones). Las fusiones y adquisiciones son, en definitiva, operaciones con un mayor grado de irreversibilidad y suponen por tanto un mayor compromiso que las alianzas.

En años recientes, se han desarrollado un sinnúmero de alianzas estratégicas en todo el mundo. Estas alianzas estratégicas no llegan a ser del todo como las adquisiciones y están motivadas por consideraciones tales como: reducción de costos, compartir tecnología, desarrollo de productos, acceso al mercado o a fuentes de capital. Sus objetivos no difieren de los que persiguen las adquisiciones.

Las alianzas estratégicas estructuradas de manera adecuada representan una alternativa menos costosa que las adquisiciones. Muchas son las razones que se consideran para preferir las alianzas estratégicas, en lugar de las fusiones, son entre ellas, la velocidad de implementación, el costo generalmente inferior, la facilidad de menores permisos y trámites legales, entre otras. Cuando dos o

más compañías agrupan sus recursos, sus objetivos conjuntos se asegurarán de manera sencilla y económica.

1.2.1 Alianzas estratégicas. Definiciones

El contexto económico actual, los constantes cambios tecnológicos y la existencia de mercados cada vez más abiertos y competitivos propician que las empresas vean limitadas sus capacidades para responder y hacer frente de forma individual a su estrategia de crecimiento. Por ello, muchas organizaciones optan por establecer acuerdos de cooperación como consorcios, empresas conjuntas, acuerdos de tecnologías y alianzas estratégicas.

Para García Canal (1994) un acuerdo de cooperación es toda aquella decisión estratégica adoptada por dos o más empresas, entre las que no existe una relación de subordinación, que optan por coordinar parte de sus acciones de cara a la consecución de un objetivo.

Desde la década del 90 el tema de las alianzas estratégicas comenzó a difundirse como uno de los tópicos más significativos en la literatura de la Dirección Estratégica, Zajac (1998). Los autores al referirse a las alianzas estratégicas utilizan indistintamente algunos términos como coalición o acuerdos de cooperación o colaboración.

Chase y Aquilano (1995)⁶ las definen como una relación mutua y continua que comprende un compromiso a largo plazo, intercambio de información y reconocimiento de los riesgos y recompensas de la relación.

Las alianzas estratégicas son mecanismos de colaboración entre empresas mayormente utilizados para desarrollar esfuerzos conjuntos de colaboración

⁶ Hernández, Damaris (1996). Aspectos a considerar para la conformación de Alianzas Estratégicas. Experiencia en Cuba.

Capítulo I

como una forma primaria para alcanzar objetivos a corto y largo plazo, Gulaty (1998).

Martínez Martínez (2003), considera que las alianzas estratégicas son una asociación de intereses entre dos o más empresas para mejorar la competitividad del conjunto y que se lleva a cabo coordinando sus recursos y capacidades, en un proceso de cooperación con aprendizaje mutuo.

Las alianzas estratégicas, según Muñoz Martín y Montoro Sánchez (2007) consisten en acuerdos a largo plazo, mutuamente beneficiosos entre uno o más socios en el que recursos, conocimientos o capacidades son compartidos con el objetivo de mejorar sus posiciones competitivas.

Las alianzas estratégicas, conocidas también por el término en inglés joint venture, consisten en acuerdos mediante el cual dos o más empresas legalmente independientes deciden crear una empresa con entidad jurídica propia, pero cuyo dominio legal les corresponde, dedicando a esta empresa una parte de sus activos y siendo recompensadas por ello con los beneficios que la empresa creada obtiene.

Al referirse al tema Suárez Guerrero (2010) las describe como toda unión voluntaria y organizada de personas y(o) empresas, que aglutinan fuerzas en aras de lograr ventajas especiales; que les permitan estar en mejor situación competitiva, durante un período de tiempo determinado.

La revisión de la literatura sugiere que existe consenso por parte de los autores en los siguientes aspectos:

- Las alianzas estratégicas son acuerdos de colaboración entre empresas que conservan su personalidad jurídica independiente
- Se intercambian recursos y capacidades por parte de los socios para desarrollar acciones futuras
- El proyecto se desarrolla a largo plazo, y los implicados comparten tanto los riesgos como los beneficios
- Las empresas optan por este tipo de estrategia para obtener ventajas competitivas imposibles de lograr de forma independiente.

Capítulo I

En la investigación se toma como referencia el concepto de alianzas estratégicas emitido por Ronda Pupo (2007) que las define como acuerdos de unión o cooperación entre dos o más organizaciones en un proyecto, un área selecta de negocios o actividades, compartiendo sus costos, riesgos o beneficios.

Es ampliamente reconocido que las alianzas son formadas por diferentes motivos Colombo (2003), entre ellos se identifican los siguientes:

- Razones de eficiencia

Compartir costos y riesgos, especialización mutua del trabajo y la consolidación de la capacidad de producción.

- Razones competitivas

Asociarse con un competidor, ejercer poder en el mercado con clientes y proveedores y definir nuevos estándares.

- Razones estratégicas

Entrada en nuevos mercados geográficos y desarrollo de nuevas capacidades.

En las últimas décadas las alianzas estratégicas han adquirido una progresiva importancia para las empresas a la hora de competir. Su uso como herramienta estratégica ha dado lugar a un incremento en el interés por reflexionar sobre sus manifestaciones e importancia.

1.2.2 Tipos de Alianzas Estratégicas

Las alianzas estratégicas adoptan una variedad de formas que van desde los simples acuerdos entre empresas para vender y comprar mutuamente sus productos, hasta la creación de entidades independientes diferenciadas de manera jurídica (Sudarsanam, 1996). Autores como (Hernández Castillo, Castillo Coto, 2000; Suárez Guerrero, 2010 y Cruz Aguilera, 2011) manejan su clasificación según la tecnología y atendiendo a su forma jurídica.

Según la tecnología

Alianzas complementarias: se complementan empresas con capacidades de naturaleza diferente, por ejemplo, un producto desarrollado en una empresa se comercializa mediante la red de otra. Este tipo de alianza muchas veces se

Capítulo I

limita a la comercialización de un producto ya desarrollado por los socios. En su mayoría se crean para insertar el producto en nuevos mercados geográficos.

Integración conjunta: unen empresas que se asocian para realizar economías de escala sobre un componente o una fase aislados del proceso de producción. Estos elementos comunes se incorporan a productos que siguen siendo específicos de cada empresa y que compiten en el mercado. Este tipo de alianza se enfrenta a menudo con un problema de pérdida de eficacia, por lo que sus productos se adaptan cada vez menos a las necesidades de sus clientes-socios queda obsoleta frente a las evoluciones tecnológicas del mercado. El éxito de esta alianza está condicionado por la puesta en práctica de un sistema de gestión estratégica capaz de dirigir su evolución frente a los cambios del entorno.

Alianzas de adición: las empresas se unen para desarrollar, producir y comercializar un producto en común. Las capacidades y contribuciones son de manera similar y persiguen un objetivo de tamaño. Las alianzas aditivas frente al riesgo de pérdida de capacidad y los inconvenientes de la duplicación de algunas tareas, organizan la rotación de las responsabilidades entre los aliados.

Según su forma jurídica

Acuerdos de cooperación que crean una nueva persona jurídica: dos o más empresas aportan capital en forma de recursos financieros, humanos, tecnológicos u otro tipo de activos para formar una nueva empresa y compartir la propiedad de la misma.

Joint Venture o inversión conjunta: el término en inglés joint venture, también es conocido como riesgo compartido. Es un tipo de acuerdo comercial de inversión conjunta a largo plazo entre dos o más personas jurídicas. Sólo existe joint venture cuando se unen recursos y se comparten las ganancias y las responsabilidades, con independencia de que se constituya o no una nueva persona jurídica" (Lipton, Charles 1983)

Capítulo I

Consortios: es una alianza entre varias empresas que establecen una forma de contrato mediante el cual se formaliza una relación a largo plazo entre ellas y una organización conjunta. Generalmente se realiza para desarrollar proyectos de gran envergadura. (Ronda Pupo, 2007)

Proyectos auspiciados por gobiernos o instituciones internacionales: se crea una nueva entidad aunque ésta no es propiedad de los asociados que lo conforman, sino del gobierno o de la institución que financia el proyecto.

Acuerdos de cooperación donde no se crea una nueva persona jurídica: son asociaciones entre empresas que no implican la creación de una nueva persona jurídica, ni la participación en la propiedad por parte de los socios. En esta clasificación se incluyen las Joint Venture antes mencionadas.

Licencias: se desarrollan acuerdos contractuales entre empresas de distintos países, en los cuales una le concede a la otra el derecho a usar un proceso productivo, una patente o una marca restringida.

Franquicias: modo de cooperación mediante el cual una empresa (franquiciador), a cambio de determinadas compensaciones económicas, cede a otra (franquiciado), el derecho a la comercialización de determinados tipos de productos y/o servicios. Las franquicias brindan posibilidades como el uso del nombre, presentación común en los establecimientos que el franquiciador actúa, compartir el know-how y la prestación continua de asistencia técnica y comercial, Ronda Pupo (2007).

Contratos de administración: contrato mediante el cual una empresa extranjera exporta la administración de determinados negocios, vendiendo sus servicios a una empresa local.

Contratos de manufactura: una empresa internacional paga a otra para que fabrique sus productos con su marca.

Acuerdos de distribución cruzada: se produce un intercambio de productos para ser distribuidos en otros países. De este modo dos compañías distribuyen sus productos accediendo a nuevos mercados.

Adquisición: es un medio para alcanzar el logro de ciertos objetivos estratégicos. Su objetivo inmediato es el crecimiento y la expansión de los activos, ventas y participación en el mercado, Sudarsanam (1996).

Existen además otros tipos de acuerdos de cooperación en los que, aunque no se crea una nueva empresa, implican la participación en la propiedad por parte de los socios: constituyen acuerdos de intercambio de acciones o participaciones minoritarias, con el objetivo de consolidar una cierta relación a largo plazo y proceder al desarrollo de actividades conjuntas en el ámbito internacional.

1.2.3 El éxito en las alianzas estratégicas

Existen factores determinantes que condicionan el éxito de las alianzas estratégicas. Los directivos de las empresas involucradas en estos acuerdos colaborativos son los máximos responsables de garantizar la vigilancia de estos factores claves para tener éxito o evitar el fracaso en el futuro y obtener mejores resultados de la asociación. Los factores que potencialmente conducen a las empresas a alianzas exitosas son:

- ❖ Los socios deben aportar técnicas, capacidades y posiciones de mercado complementarias a la alianza
- ❖ El traslape de mercado entre los socios debe ser mínimo, para evitar conflictos de intereses
- ❖ La sociedad debe basarse en un equilibrio de fortaleza comercial y participación accionaria entre los socios
- ❖ La alianza debe tener cierto grado de autonomía, un liderazgo fuerte y el compromiso y apoyo continuos de las compañías matrices
- ❖ La alianza debe fomentar la confianza y la certidumbre entre los socios y no depender solamente de los derechos y obligaciones contractuales
- ❖ La divergencia entre estilos de administración y culturas empresariales debe manejarse con tacto y debe desarrollarse un nuevo estilo y cultura comunes diferentes de los de las compañías matrices.

Es factible que las alianzas estratégicas que han durado mucho tiempo se desintegren, debido a la divergencia de estrategias que los socios quieren poner en práctica. De este modo, el potencial para la rivalidad y desconfianza entre los socios siempre existe en las alianzas estratégicas.

Como la investigación se dirige a analizar el comportamiento de la producción científica sobre alianzas estratégicas en la revista Strategic Management Journal, una vez analizada la evolución del objeto de estudio, sus definiciones y particularidades se dedica el próximo epígrafe a comentar los elementos relacionados con la producción científica y la relevancia de la revista Strategic Management Journal en el campo de la Dirección Estratégica.

1.3 Producción científica

Para muchos la producción científica es el resultado en forma de publicaciones de trabajos de investigación y de innovación en las respectivas áreas disciplinarias. Por su parte Witter (1997) plantea que la productividad científica o productividad de investigación consiste en la actividad de carácter científico que realiza el docente y por la producción de resultados tangibles que se generan de dicha actividad.

La producción científica no sólo abarca las publicaciones investigativas, sino todas las actividades académicas y científicas de un investigador, materializadas en su desempeño y resultados obtenidos.

Spinak (1996) señala que la productividad científica es la cantidad de investigación producida por los científicos, considera además que generalmente se mide mediante la cantidad de publicaciones que produce un autor, una institución o un país determinado.

“La Producción Científica es el resultado del proceso investigativo y de la práctica laboral en cualquier campo del conocimiento científico; es la forma de immortalizar el saber científico; es la base de la dinámica científica, como el punto de partida para la generación de nuevos conocimientos, que lleva implícito el desarrollo continuo del campo del saber. Es el criterio fundamental

por el cual medir la actividad investigativa de un profesional. La producción científica se encuentra indistintamente presente en todos los soportes y canales de información”, Aguirre Araus (2011).

1.3.1 Publicaciones científicas

Una de las fuentes de información de mayor importancia para los investigadores son las publicaciones periódicas o revistas, que se encuentran tanto en formato impreso o electrónico en las bases de datos y que contienen información sobre diferentes temáticas. Son de gran interés pues ofrecen información de vanguardia y actualizada, mucha de ella no disponibles en libros. Permiten conocer las corrientes de interés, opinión pública y complementan la literatura propia de cada materia.

Las publicaciones periódicas son definidas por Pérez Mato (2002), como “publicaciones en serie que aparecen en intervalos de tiempo regular o irregular. Se publican al menos dos veces al año, se les conocen también como publicaciones seriadas”.

Martínez Rodríguez (2004) identifica tres tipos de publicaciones periódicas:

1. *Los boletines o gacetas* tienen como objetivo difundir noticias e información de interés práctico e inmediato para los lectores, como eventos y convocatorias
2. *Las revistas de divulgación (magazines)*: con el objetivo de ofrecerle al público en general, temas científicos, culturales o artísticos, evitando la jerga o los temas excesivamente especializados
3. *Las revistas académicas*: son las que tienen como objetivo poner al alcance de las comunidades de estudiosos de ciertos temas los hallazgos de algunos de sus miembros. Especifica, para este caso en particular, sin importar el formato, la exigencia de calidad y mecanismos de arbitraje por pares, Martínez Rodríguez (1999).

De acuerdo a la clasificación anterior se asume a la revista Strategic Management Journal fuente de información de la investigación, como una revista científica académica.

Capítulo I

Para el avance de una disciplina científica es imprescindible disponer de los vehículos de comunicación adecuados que faciliten la rápida difusión de sus progresos. La creación de revistas es un síntoma del grado de madurez alcanzado por una disciplina y facilita su posterior desarrollo.

En el campo de la Dirección Estratégica existen diferentes revistas dirigidas a difundir el conocimiento científico. Se han realizado estudios previos para conocer cuáles son las de mayor influencia en este campo.

En el estudio Gómez Mejías y Gutiérrez Calderón (1996) que se realiza para describir la situación de la investigación más relevante en el campo de la dirección de empresas, muestra a la revista Strategic Management Journal como una revista especializada en temas de estrategia. También se presentan las 21 mejores revistas de dirección de empresas donde se incluye la revista Strategic Management Journal.

Tahai y Meyer (1999) identifican las siguientes revistas como las de mayor influencia:

1. Strategic Management Journal
2. Academy of Management Journal
3. Journal of Applied Psychology
4. Organizational Behavior and Human Decision Processes
5. Academy of Management Review
6. Administrative Science Quarterly
7. Journal of Management
8. Organization Science
9. Industrial and Labor Relations Review
10. Personnel Psychology
11. Journal of International Business Studies

En este estudio se observa el liderazgo en el campo de la Dirección Estratégica de la revista Strategic Management Journal.

García Merino y Santos Álvarez (2000) realizan este estudio para conocer si la investigación española se encuentra en consonancia con los parámetros que marcan la investigación en el ámbito internacional. En este estudio se

comparan las investigaciones españolas con las revistas anglosajonas pues estas últimas dominan la investigación sobre estrategia y cuentan con medios de difusión consolidados y rigurosos (Santos et al., 1999 y García et al. 1999). Dentro de las revistas anglosajonas destacan como líderes en este estudio las revistas Strategic Management Journal y Academy of Management Review. De estas dos se escoge la primera para compararla con las revistas españolas, las razones que motivan a los autores de este estudio son: su carácter de revista líder en estrategia al nivel mundial (Macmillan, 1989 y 1991; Park y Gordon, 1996; Cuervo, 1999; Santos et al, 1999); su rigor en la evaluación de trabajos y su escrupuloso cumplimiento temporal del compromiso con los lectores; su evidente especialización en el terreno de la estrategia, de lo que son buena prueba no sólo su título sino, en términos generales, los trabajos que publica, y, finalmente, su disponibilidad, respecto a un período temporal amplio.

Se dedica un último epígrafe para abordar los principales elementos del análisis bibliométrico método a emplear para el análisis de la producción científica de alianzas estratégicas, así como un acercamiento al tema de redes sociales que se emplea también en el estudio.

1.4 Análisis bibliométrico

Una de las tendencias de la ciencia es la aplicación cada vez más frecuente de las matemáticas y las estadísticas a las llamadas disciplinas sociales. Este proceso de matematización del conocimiento científico se desarrolla en dos vertientes: una, en la creación de modelos matemáticos específicos que describen procesos y fenómenos sociales reales y, la otra, en la medición, análisis e interpretación de esos fenómenos, pero a partir de modelos matemáticos establecidos. A las ciencias que estudian y aplican estas técnicas se les conocen como métricas y entre ellas se encuentran la bibliometría, la cienciometría⁷ y la informetría⁸.

⁷ estudia los aspectos cuantitativos de la ciencia como disciplina o actividad económica

⁸ estudia los aspectos cuantitativos de la información, no sólo la compilada en registros bibliográficos, sino que abarca todos los aspectos de la comunicación formal o informal, oral o escrita

Capítulo I

"La bibliometría es el estudio de los aspectos cuantitativos de la producción, diseminación y utilización de la información registrada. Desarrolla modelos y mediciones matemáticas para estos procesos y utiliza sus resultados para elaborar pronósticos y tomar decisiones"(Tague-Sutcliff)⁹

La bibliometría es una parte de la cienciometría que aplica métodos matemáticos y estadísticos a toda la literatura de carácter científico y a los autores que la producen, con el objetivo de estudiar y analizar la actividad científica.

La bibliometría puede dividirse en dos áreas: descriptiva, que trata de aspectos puramente cuantitativos, como distribución geográfica, documental, temática y su productividad y evaluativa, que añade a la primera estudios de evaluación de la actividad científica. Esta segunda implica técnicas estadísticas y programas informáticos de mayor complejidad, teniendo que manejarse sus resultados con cuidado, sobre todo en las ciencias sociales, donde factores sociales, económicos y políticos actúan sobre los indicadores bibliométricos desviando sus resultados.

1.4.1 Evolución de los estudios bibliométricos

Se plantea que el primer estudio bibliométrico fue realizado por Cole y Eales en 1917. En él, se realizó un análisis estadístico de las publicaciones sobre anatomía comparativa entre los años 1550 y 1860, según su distribución por países y las divisiones del reino animal. En 1923 E. Hulme, bibliotecario de la Oficina Británica de Patentes, realizó un análisis estadístico de la historia de las ciencias, lo cual constituyó un primer acercamiento a lo que se llamaría posteriormente cienciometría.

En 1927, Gross y Gross analizaron las referencias hechas en artículos de las revistas sobre Química, indexadas por The Journal of American Chemistry Society en 1926. Bradford, en 1934, realizó un trabajo referente a la distribución de artículos en revistas sobre Geofísica Aplicada y en investigaciones sobre lubricantes. El término «bibliometría» fue definido por primera vez en 1969 por

⁹ Macías Chapula: Papel de la informetría y de la cienciometría y su perspectiva nacional e internacional

Capítulo I

Alan Pritchard, quien sugirió que este debía reemplazar al término “bibliografía estadística”, como se le conocía con anterioridad, debido a que aquel podía confundirse fácilmente con una bibliografía sobre estadística.

Los estudios bibliométricos se han empleado en diferentes campos y aunque todos están centrados en conocer características y tendencias de la producción científica de determinado objeto de estudio, sus objetivos varían según la necesidad de cada autor e investigación, por ejemplo en el estudio referente a la Salud médica (Machado Cano, Morgado Bonachea, Alegrant Padrón, 2009) se realiza el análisis para conocer las temáticas de investigación más utilizadas por los investigadores de esta área y en el campo del turismo y hospitalidad el estudio (Albacete-Sáez, Fuentes-Fuentes, Bojica, Fernández-Pérez; 2011) se utiliza para conocer la contribución de los investigadores españoles a la disciplina, a qué Universidad pertenecen y quiénes son los más relevantes.

El interés por la producción científica como criterio para comparar el crecimiento y desarrollo de una disciplina o área del conocimiento en general ha dado lugar al fortalecimiento de los estudios bibliométricos, se han realizado estudios sobre gestión estratégica (Pierre Boissin, Claude Castagnos, Guieu; 2003) y psicología clínica (Agudelo, Bretón-López, Bela-Casal; 2003).

Por su parte, los historiadores de la ciencia se interesan por realizar un seguimiento de las ideas a lo largo del tiempo. Pero en la actualidad, el campo «estrella» de aplicación de la bibliometría es el área de política científica. Su utilidad en esta área explica el auge experimentado por los estudios bibliométricos en las últimas dos décadas.

En el campo de la Dirección Estratégica se han realizado este tipo de estudios, entre ellos el análisis de citas de Tahai y Meyer, (1999) para determinar las revistas académicas de mayor influencia en el campo de la Dirección Estratégica en el período 1993-1994.

Ramos Rodríguez y Medina Garrido, (2004) realizan un estudio bibliométrico sobre las relaciones interorganizativas para rastrear las relaciones entre los trabajos más influyentes, identificar escuelas de pensamiento y temas de investigación vigentes con el uso del análisis de citas.

Por su parte Ramos Rodríguez y Ruiz Navarro, (2008) emplean el análisis de citas y el análisis de citas conjuntas en un estudio bibliométrico para mostrar el origen, la evolución y la estructura intelectual de la disciplina Creación de empresas. En el año 2011 realizan un trabajo similar al antes mencionado para identificar y analizar las relaciones entre los documentos que han tenido mayor impacto para la construcción de la base de conocimiento de la disciplina.

Precisamente a la aplicación de la bibliometría en el campo de la dirección estratégica, particularmente referido a los artículos relacionados con el tema de alianzas estratégicas está dirigido este trabajo.

1.4.2 Importancia de la bibliometría

A través de la Bibliometría es posible ver la actividad, estructura y evolución de una ciencia, mediante la obtención de datos que puedan aportar conocimiento, cuantificar sus resultados y aplicarlos en campos como la Biblioteconomía, la Historia de las disciplinas, la sociología de las ciencias o la política científica, además los estudios bibliométricos permiten:

- identificar las tendencias y el crecimiento del conocimiento en las distintas disciplinas
- estimar la cobertura de las revistas secundarias
- identificar los usuarios de las distintas disciplinas
- identificar autores y tendencias en distintas disciplinas
- medir la utilidad de los servicios de disseminación selectiva de información
- identificar las revistas núcleo de cada disciplina
- formular políticas de adquisición ajustadas al presupuesto
- estudiar la dispersión y la obsolescencia de la literatura científica
- predecir la productividad de editores, autores individuales, organizaciones, países.

1.4.3 Indicadores bibliométricos

Las disciplinas métricas comprenden la aplicación de la estadística descriptiva, el análisis multidimensional y las representaciones gráficas, y permite medir, entre otros aspectos, el desarrollo de la ciencia.

Entre sus indicadores más frecuentes se encuentran los de producción, circulación, dispersión y de consumo o repercusión.

Los indicadores de producción, por ejemplo, analizan la cantidad de publicaciones científicas producidas por un autor, una institución, un grupo de autores y una revista; también miden el índice de producción, que es la cantidad de autores responsables del 50% de los trabajos publicados. Esto sirve para clasificar a los autores en tres niveles según su producción. También miden el índice de transitoriedad, que es la cantidad de autores responsables de un solo trabajo. Entre los indicadores de producción se encuentran:

- índice de productividad de Lotka, que es el logaritmo decimal del número de publicaciones, pudiendo agrupar a los autores por su nivel, generalmente en tres niveles de productividad: pequeños productores, con un solo trabajo publicado y un índice igual a cero; medianos productores (de 2 a 9 trabajos publicados), con índice de Lotka entre cero y uno; y grandes productores (diez o más trabajos publicados), con un índice de productividad igual o mayor que uno
- índice de cooperación o más conocido como número de firmas/trabajo o media de firmantes por cada trabajo
- índice de referencias por artículo. Su cálculo se efectúa mediante el cociente entre el número de referencias y el número de artículos publicados. Se suele hacer para períodos de tiempo, por ejemplo un año y un volumen.

Los indicadores de consumo, por su parte, comprenden el análisis de las referencias bibliográficas contenidas en los artículos publicados por las revistas científicas, e informan sobre su obsolescencia, destacan:

Capítulo I

- vida media o semiperíodo de las referencias. Es el tiempo o número de años en que la utilidad de una bibliografía se reduce al 50 %
- índice de Price. Es el porcentaje de referencias con una antigüedad menor a 5 años (Price) De aquí se deduce que las revistas que publican artículos referidos a campos muy dinámicos suelen tener una vida media baja y un índice de Price alto
- índice de aislamiento. Es el porcentaje de referencias que corresponden al mismo país que la publicación citadora, reflejando el grado de aislamiento o de apertura al exterior
- distribución de las referencias según el país de origen, idioma cuales son las revistas de esas referencias, tipo de documento, etc., ayuda a valorar las influencias de los autores en una revista.

Los indicadores de circulación y dispersión ellos son:

- índice de productividad circulante (logaritmo decimal del número de trabajos circulantes en una base de datos)
- índice de circulación (cociente entre el número de trabajos circulantes y número de trabajos publicados)
- índice de difusión internacional (cociente entre el número de trabajos circulantes en n bases de datos internacionales y el número de trabajos publicados, multiplicado por n).

Los indicadores de repercusión o impacto se elaboran con la citas y entre ellos se encuentran:

- índice de visibilidad. Es el logaritmo decimal de las citas recibidas
- índice de influencia. Cociente entre el número de citas recibidas y las referencias emitidas
- vida media de las citas. Es la mediana de la distribución de las citas por año de emisión
- índice de citación. Es el cociente entre el número de citas recibidas y la cantidad de años de publicado el artículo publicados.

Capítulo I

Estos indicadores bibliométricos están basados en el número y distribución de publicaciones, autores, referencias y citas, los mismos proporcionan información sobre los resultados de la actividad científica en cualquiera de sus manifestaciones. Gran parte de la medición del esfuerzo y repercusión de la actividad científica se basa hoy día en los avances obtenidos por las disciplinas métricas. Los indicadores que se construyen a partir de las técnicas métricas cuantifican tanto el número de documentos publicados y procesados como las citas recibidas por dichos documentos.

Por ello para la realización de este estudio se emplean varios de los indicadores bibliométricos antes expuestos, pues no se cuentan con todos los datos necesarios para la aplicación de todos y además el investigador escoge los que va a utilizar en dependencia de los objetivos perseguidos. También en este estudio, se realiza un análisis de redes sociales.

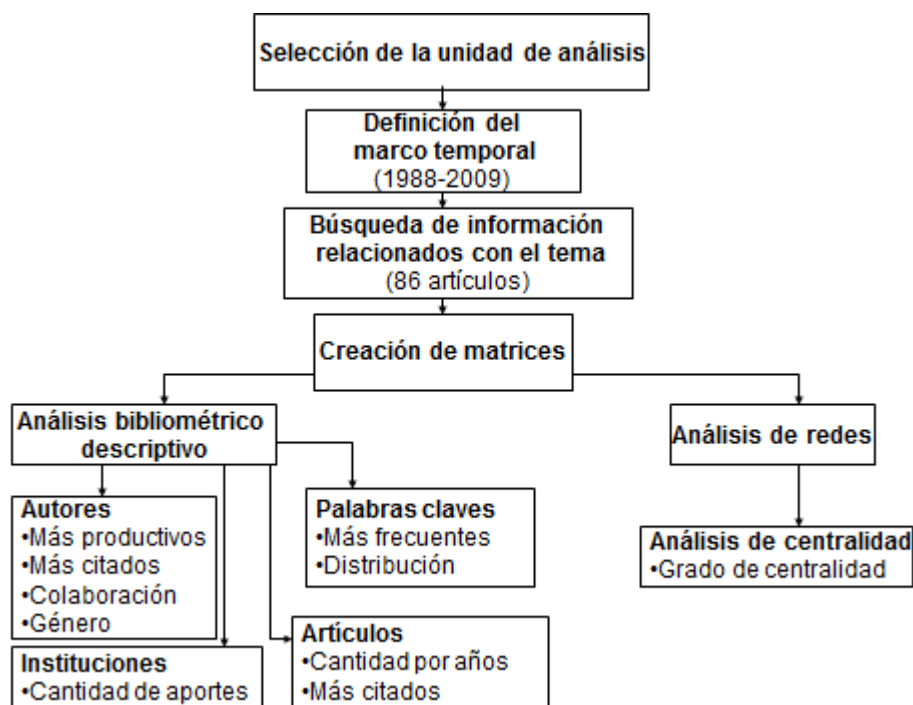
En una red social sus miembros intercambian información, recursos y en correspondencia de la posición que ocupen en este intercambio desempeñarán diferentes roles y poseerán mayor o menor poder. En ocasiones la representación gráfica no dice mucho de la red, entonces se calcula indicadores como centralidad y poder que son los más utilizados así como la densidad de la red la cual muestra la baja o alta conectividad de la misma.

Capítulo II: Análisis bibliométrico de las alianzas estratégicas

En este capítulo se realiza un estudio de los artículos sobre alianzas estratégicas publicados en la revista Strategic Management Journal. Para el desarrollo del mismo se analizan diferentes variables como: autores, palabras claves e instituciones.

La investigación se realiza desde 2 aproximaciones, un análisis bibliométrico descriptivo en el cual se calculan algunos de los indicadores bibliométricos expuestos en el capítulo 1 y un análisis de redes sociales para complementar el estudio. Para desarrollar la investigación se siguió una secuencia de 5 pasos empleada por Ronda Pupo (2011) en un análisis de la bibliografía científica. La lógica del estudio se presenta a continuación:

Fig. 1: Lógica de la investigación



Fuente: Elaboración a partir de la consulta de bibliografía

2.1 Pasos para la investigación

Para responder las preguntas de la investigación se realiza el estudio que consta de 5 pasos que a continuación se explica detalladamente.

Paso 1: Selección de la unidad de análisis

La unidad de análisis de la investigación la constituye todos los artículos publicados en la revista Strategic Management Journal durante el período 1988 al 2009 vinculados con el tema de alianzas estratégicas y dentro de los artículos se analiza variables como son: autores, instituciones, palabras claves. Se escoge como fuente de información esta revista pues es de gran especialización en el campo de la Dirección Estratégica. Desde su surgimiento en 1980, la revista impulsó y consolidó rápidamente esta disciplina con un crecimiento acelerado en la producción científica. Está orientada a la investigación académica y se caracteriza por ser rigurosa en la evaluación de sus trabajos, por lo cual la información obtenida constituye conocimiento certificado. Es la revista líder de la estrategia a nivel mundial y en ella aparecen publicaciones sobre las alianzas estratégicas, objeto de estudio de la investigación.

Paso 2: Definición del marco temporal del estudio

Se estudia un rango temporal de 22 años de producción científica de la revista Strategic Management Journal por autores procedentes de diferentes instituciones. Se escoge este período porque es precisamente a partir de 1988 en que comienzan a aparecer artículos vinculados con el tema de alianzas estratégicas en la revista objeto de estudio. En estudios precedentes donde se realizan investigaciones de la bibliografía científica se plantea la segmentación del marco temporal (Cañedo Andalia, Pérez Machín, Rodríguez Labrada, 2009; Caraballo Pérez, Más Basnuevo, 2009; Ronda Pupo; 2011). En el estudio de Ronda Pupo (2011) se estudia un rango temporal de 30 años de producción científica publicada en revistas indexadas en la Web de la Ciencia y se escogen tres etapas o segmentos de 10 años cada uno. En el presente estudio se trabaja sin segmentar, es decir se realiza un estudio longitudinal, pues la autora considera que para el logro del objetivo de la investigación es mejor

Capítulo II

realizar un análisis con todos los años, pues de esta manera se conocerá las tendencias en todo el período y no por etapas.

Paso 3: Recolección de los datos

Para la recolección de los datos se realiza una búsqueda en la Web de la Ciencia. Se emplea la búsqueda avanzada y se fija sólo para artículos relacionados con el tema de alianzas estratégicas, recuperando los artículos que comprendían en su título, palabras claves o resumen, las alianzas estratégicas; de los cuales se recopilan otros datos como autores e instituciones, estos datos se recogen directamente de la fuente estudiada (la revista Strategic Management Journal) y sólo por la autora con vistas a elevar la uniformidad de los datos y evitar el menor sesgo posible. Después de tener todos estos datos se realiza una segunda búsqueda en Google Académico de la cantidad de citas recibidas por los artículos. Se guardan los datos obtenidos.

Paso 4: Procesamiento de los datos

Los datos recolectados se agrupan con la ayuda de Microsoft Excel. Se crea una matriz de datos generales de la cual se derivan varias tablas, estas tablas están referidas a cantidad de aportaciones por institución, cantidad de artículos por autores, cantidad de firmas por artículo, frecuencia de las palabras claves y cantidad de citas por artículo. Para la presentación de los resultados se utiliza el porcentaje y el promedio como medida de resumen.

Para la realización de la primera aproximación, es decir, el análisis bibliométrico se utilizan las tablas derivadas de la matriz de datos generales y se calculan varios indicadores bibliométricos de producción (índice de productividad de Lotka, índice de cooperación) y de consumo (índice de citación). Este análisis está referido al volumen de información (número de trabajos científicos publicados), su distribución anual, productividad de los autores, índice de productividad de Lotka, instituciones con más aportaciones, colaboración científica). En este estudio se realiza un análisis institucional y de autoría para conocer principalmente cuáles son las universidades y los autores con mayores aportaciones a la temática y también cuáles son los autores más citados mediante el estudio de los artículos publicados.

Capítulo II

Para la segunda aproximación: el análisis de redes, se crea una matriz, la cual fue construida con los datos derivados del análisis bibliométrico, es una matriz de adyacencia en la cual se relacionan autores teniendo en cuenta palabras claves empleadas, codificando de la manera siguiente (1) para la existencia de palabras claves en común en los artículos de los autores relacionados y (0) para la no existencia.

Se calcula el grado de centralidad (Wasserman y Faust, 2009) mediante el programa estadístico UCINET (Borgatti, Everett, Freeman, 2002). La medida de la centralidad proviene de los trabajos de Bavelas (1948, 1950). Actualmente existen 4 medidas de centralidad: grado (Bavelas, 1948), intermediación (Freeman, 1977), proximidad (Bavelas, 1950) e información (Stephenson y Zelen, 1989). La medida de centralidad se entiende como un grupo de algoritmos calculados en una red y permiten determinar la posición de cada vértice en la estructura de la red. El valor del grado de centralidad que es el utilizado en esta investigación permite establecer autores que ocupan las posiciones centrales en los estudios de alianzas estratégicas publicados en la revista analizada. Después del cálculo de la centralidad se grafica a través del software netdraw (Borgatti, Everett, Freeman, 2002), también se analiza la densidad de la red para conocer la cantidad de relaciones de las posibles existen.

La creación de matrices directamente a partir de los datos obtenidos de la Web de la ciencia presenta la limitación de la aparición de «multilabels» o la aparición de sinónimos o acrónimos para una institución, lo cual puede conducir a errores en los datos al asumir la existencia de varias instituciones siendo una misma con varias denominaciones. Esta limitación se supera pues la autora realiza una recogida manual de los datos y estandariza los resultados de manera tal que no exista la repetición de una misma institución con denominaciones diferentes.

Paso 5: Análisis descriptivo de los resultados

Capítulo II

En este paso se analizan los principales datos obtenidos del estudio, y se valoran las principales tendencias derivadas del mismo. Además se comparan los resultados con estudios similares.

Presentación de los resultados

Para la presentación de los resultados primeramente se exponen los derivados del análisis bibliométrico y luego los del análisis de redes sociales.

2.2 Análisis bibliométrico de los artículos

Los análisis bibliométricos complementan de manera eficaz las opiniones y los juicios emitidos por los expertos de cada área proporcionando herramientas útiles y objetivas en los procesos de evaluación de los resultados de la actividad científica, cada análisis tiene sus propios objetivos y metodología seguida, pero a la vez todos concuerdan en una o varias cuestiones, por ello en esta investigación se tomaron como base los estudios bibliométricos siguientes: (Bordons, Zulueta, 1999; Agudelo, Bretón López, Buela Casal, 2003; Pierre Boissin, Categnos, Guieu, 2003; Ramos Rodríguez, Ruiz Navarro, 2005; Pulgarín, Carpeto, Cobos, 2005; Ronda Pupo 2008; Cardona Sánchez, de la Torre Vega et al 2009; Machado Cano, Morgado Bonachea, Alegrant Padrón, 2009; Suárez Sorí, Torres Lebrato, 2009; Cañedo Andalia, Pérez Machín, Rodríguez Labrada, 2009; Dorta Contreras, Magraner Tarrau, Pombert González, 2010; Albacete-Sáez, Fuentes-Fuentes et al 2011)

Para desarrollar el análisis bibliométrico de las publicaciones sobre alianzas estratégicas en la revista Strategic Management Journal se utiliza los datos que a continuación se refieren.

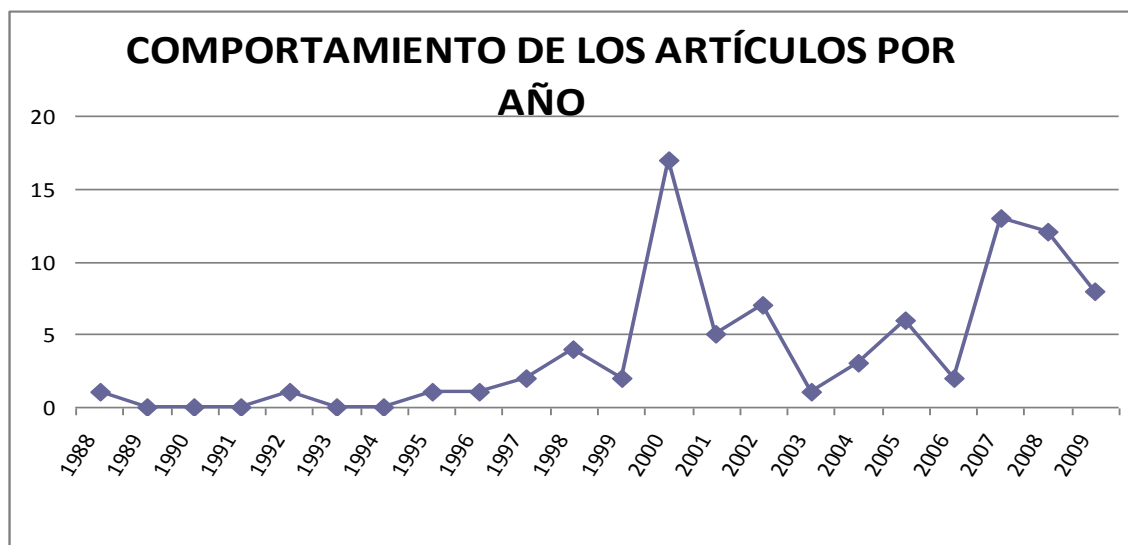
Tabla 1. Ficha técnica

Registros analizados	86
Total de citas analizadas	27723
Período analizado	1988-2009
Instituciones participantes	77
Autores participantes	121
Palabras Claves analizadas	234

2.2.1 Análisis de la evolución de las contribuciones

En cuanto a la evolución de las contribuciones realizadas por los investigadores, relacionadas con alianzas estratégicas, puede observarse en la figura 2 que ha existido un comportamiento irregular, es decir una inestabilidad durante todo el período analizado, también en el estudio (Cañedo Andalia, Pérez Machín, Rodríguez Labrada; 2009) se muestra un comportamiento inestable en la producción de Ensayos Clínicos en Cuba en el período comprendido entre los años 1999 y el 2008. En la presente investigación aunque no existe una gran producción de artículos relacionados con el tema, se observa que se ha incrementado el interés hacia el mismo; durante los años comprendidos entre 1988 y 1995 se evidenció una pobre producción de artículos sólo dos en siete años, ya a partir de 1995 hasta el 2009 ha existido una mayor producción, destacándose el año 2000 con un pico positivo de producción 17 artículos, es el año de mayor productividad. La media en el período analizado es de (3.9), la cual es superada solamente en ocho de los veintidós años analizados, ubicándose estos entre los años 1998 y 2009 ambos inclusive, por lo que es válido señalar que en este período se realizaron el 93% de las aportaciones a la temática.

Fig.2



Fuente: Elaboración a partir de consultas de bibliografía

2.2.2 Artículos más citados

De los artículos analizados es importante destacar cuáles son los más citados, pues esto da constancia de la calidad de los trabajos. Al conocer la cantidad de citas recibidas se procede a determinar el índice de citas que proviene de la división de las citas recibidas y los años de publicación de los artículos, pues este último incide de manera considerable en el análisis ya que entre más años tengan los artículos de publicado más posibilidad tienen de ser citados.

De los 86 artículos se ha contabilizado un total de 27723 citas recibidas hasta el momento de la búsqueda (ver anexo1) y se muestra en la (Tabla 2) ,19 artículos (22%) que reciben el 71% del total de las citas. Es válido destacar a los autores Ranjay Gulaty y Prashant Kale que presentan 2 y 3 artículos respectivamente dentro de los más citados.

Tabla 2: Artículos con mayor índice de citación

Artículos	Cantidad de citas	Años de publicado	Índice de citación
Gulaty ,Nohria, et al	2850	12	237.5
Gulaty	2976	14	212.57
Inkpen	714	4	178.5
Kale y Perlmutter	1588	12	132.33
Ring yVan De Ven	2252	20	112.6
Baum y Silverman	1246	12	103.83
Yvez Doz	1623	16	101.44
Annand y Khanna	1184	12	98.67
Kale,Dyer,et al	790	10	79
Kogut	939	12	78.25
Lane,Salk,et al	860	11	78.18
Ahuja	805	12	67.08
Koka y Prescott	482	10	48.2
Kale y Singh	211	5	42.2
Rothaermel	427	11	38.82
Lavie	162	5	32.4
Capaldo	159	5	31.8
Yadong Luo	317	10	31.7

Fuente: Elaboración a partir de consultas en la bibliografía

2.2.3 Análisis institucional

El análisis institucional ha permitido identificar 77 universidades o centros vinculados a las aportaciones sobre alianzas estratégicas. Del total de instituciones analizadas se han obtenido 18 que presentan 3 o más contribuciones. Así pues, en la tabla 3, y para que no sea excesivamente extensa, se establece un punto de corte en más 3 contribuciones, pues una universidad con pocas aportaciones a la disciplina es una institución que está en una fase incipiente o que investiga en el sector de forma tangencial; obteniéndose un total de 18(23.37%) centros, los cuales aportan el 52.98% de toda la producción. En dicha tabla, puede observarse, igualmente, el número de investigadores existentes para así analizar el promedio de aportaciones por cada investigador, destaca La Universidad de Miami y La Universidad de Iowa con promedio de aportaciones por investigador de 5 y 4 respectivamente.

Tabla 3: Universidades y centros de investigación

Universidad	Aportaciones	%Acumulado	Investigadores	Aport/Invest.
University of Pennsylvania	8	5.2	3	2.7
University of Michigan	8	10.4	7	1.14
Northwestern University	7	15	3	2.3
Harvard University	6	18.9	5	1.2
Hong Kong University	5	22.16	6	0.8
INSEAD, Fontainebleau	5	25.42	3	1.6
University of Miami	5	28.28	1	5
Iowa State University	4	30.89	1	4
Ohio State University	4	33.5	2	2
University of Minnesota	4	36.11	3	1.3
University of Texas at Austin	4	38.71	5	0.8
Arizona State University	3	40.67	2	1.5
Indiana University, U.S.A.	3	42.63	3	1
Loyola Marymount University	3	44.59	1	3
University of Illinois	3	46.55	4	0.75
University of Nevada	3	48.51	2	1.5
University of North Carolina	3	50.47	2	1.5
University of Pittsburgh	3	52.43	2	1.5
.....
Total	153		121	1.26

Fuente: Elaboración a partir de consultas en la bibliografía

Este análisis permite concluir que aunque no existan instituciones con grandes aportaciones al tema pues la de mayor cantidad de artículos publicados es la Universidad de Pensilvania con 8, se evidencia que los estudios se han centrado en instituciones de prestigio y que existe una tendencia en la cual sobresalen las universidades y no otras instituciones en la producción de artículos sobre alianzas estratégicas.

Este resultado es similar a el estudio (Albacete-Sáez, Fuentes-Fuentes, Bojica, Fernández-Pérez; 2011) en el cual 17 centros (33.42%) aportan el 77.22% de las publicaciones; este estudio tiene como objetivo determinar la contribución de los españoles a la disciplina del turismo y se analiza como antes se expuso las universidades de procedencia y quienes son los investigadores más relevantes. Entre sus principales resultados se encuentran que, en cuanto al número de aportaciones realizadas, se observa un crecimiento continuo de las contribuciones españolas a la producción mundial en el campo del turismo desde el año 2000, situándose en la actualidad en 40 aportaciones/año por término medio.

2.2.4 Análisis de la autoría

Para desarrollar un análisis de la autoría se analizan 121 autores (ver anexo 2). Se emplean indicadores bibliométricos de producción como el índice de productividad de Lotka, el índice de cooperación; además se determinan los autores cuyos artículos son más citados ya que de esta manera se puede identificar cuales son los autores más leídos y, que por lo tanto, tienen trabajos de mayor peso científico, también se emplean otros elementos que permiten caracterizar a los investigadores de esta temática entre los que destacan sexo y universidad de procedencia.

2.2.4.1 Productividad de los autores

Respecto a la productividad científica (tabla 4), se puede observar que el número de autores con un solo artículo publicado (índice de productividad igual

Capítulo II

a cero) fue de 94, el número de autores con dos artículos fue de 18, etc. (columna 2). Estos mismos datos, en forma porcentual, aparecen en la columna 3. También se muestra el número de trabajos aparentes, y logaritmo decimal del número de artículos (columna 1). Al calcular el número de trabajos por autor se obtiene como resultado 1.38. De los datos de la última columna se deduce los índices de productividad de Lotka ($\log_{10} n$), distribuyéndose estos en tres niveles de productividad.

Tabla 4: Productividad científica de los autores e índice de productividad de Lotka

Número de artículos (n)	Número Autores	% de Autores	Trabajos aparentes	Índice de productividad
1	94	77.69	94	0.000
2	18	14.88	36	0.30103
3	3	2.48	9	0.47712
4	3	2.48	12	0.60205
5	2	1.65	10	0.69897
6	1	0.82	6	0.77815
Total	121		167	

Fuente: Elaboración a partir de consulta de bibliografía

Después de realizar el análisis resultan 94 (77.69%) autores con $NP = 0$ (productividad baja), mientras que hubo 27 (22.31%) autores con $0 < NP < 1$ (productividad media) y no hay autores con $NP \geq 1$ (altos productores).

La ausencia de grandes productores puede que obedezca a que la revista que se analiza sólo publica artículos de alta calidad. La presencia de varios productores medios, en este caso, debe tomarse como una buena noticia, ellos a menudo, sirven de fuente de inspiración y "arrastran" a otros muchos autores a comprometerse con las labores de publicación.

Los resultados del presente estudio son similares a los de (Cardona Sánchez, de la Torre Vega, Castañeda Amondaray, Cañedo Andalia; 2009) en el cual tampoco se identifican grandes productores y existe un predominio de los autores con productividad baja (74.28%); ambos resultados no son

Capítulo II

satisfactorios pues lo mejor sería identificar un alto número de autores grandes productores (pero de los análisis bibliométricos analizados no se ha reconocido ninguno que presente un elevado por ciento de autores con productividad alta) y se identifican estudios en los que el % de autores con un solo trabajo es superior al 80 % (Álvarez Solar,1998), pues al analizar la productividad se observa la existencia de un pequeño grupo de personas muy productivas al lado de un gran número que apenas publican.

Como otro dato importante sobre la producción, se muestran los autores con mayor productividad (Tabla 5). Se ha confeccionado la tabla con aquellos autores que resultaron tener un $0,5 < NP < 1$, pues como no existen grandes productores se desea resaltar dentro de los autores con productividad media, resultando 6 investigadores de un total de 121 los cuales dan lugar al 18.3% de las aportaciones totales, destacándose Jeffrey J.Reuer, con 6 artículos, es el de mayor producción científica ($NP = 0,77815$).

En este caso se ha procedido de forma similar al análisis institucional de tal modo que se han identificado los autores, la universidad de pertenencia, el número de aportaciones realizadas en el período analizado y en la revista objeto de estudio, se pretendía hacer un desglose de las mismas según hayan sido citadas o no, pero al realizar la investigación se puede observar que de un total de 86 trabajos realizados solamente uno no ha sido citado representando el 1.16% y por tanto en la tabla se muestra la cantidad de citas recibidas y el promedio de citas por trabajo. Lógicamente, dichos investigadores se encuentran ubicados en aquellas universidades que hacen más contribuciones.

Tabla 5: Autores más productivos ($0,5 < NP < 1$)

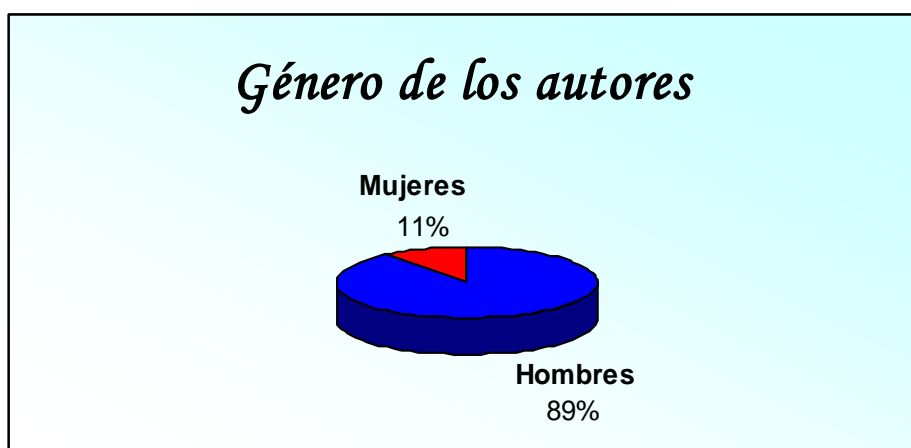
Autores	Aportes	Universidad	Total de citas	Promedio de citas por trabajo
Jeffrey J.Reuer	6	INSEAD, Fontainebleau	793	132.17
Edward J.Zajac	5	Northwestern University	304	60.8
Yadong Luo	5	University of Miami	504	100.8
Amrit Tiwana	4	Iowa State University	220	55
Harbir Singh	4	University of Pennsylvania	1320	330
Prashant Kale	4	University of Michigan	2648	662

Fuente: Elaboración a partir de consultas de bibliografía

2.2.4.2 Género de los autores

En este análisis de la autoría también se ha considerado la variable género del investigador para tratar de ver el grado de participación de ambos sexos en este campo de estudio. En términos generales, de los 121 autores analizados 108 son hombres y 13 mujeres (en la figura 3 puede observarse una comparación entre ambos sexos), este resultado no es de asombrar debido a que en las investigaciones relacionadas con el campo de la Dirección Estratégica existe un gran predominio del sexo masculino. Pero se debe destacar que aunque existen pocas mujeres que investigan en esta temática ha existido una evolución, pues entre los años 1988 y 2000 sólo se reconoce una mujer dentro del total de autores y las 12 restantes se ubican entre el 2000 y el 2009 destacando a partir del 2007 con un total de 7, es decir que la tendencia es al aumento de la presencia de la mujer en las investigaciones sobre alianzas estratégicas y por consiguiente en el campo de la Dirección Estratégica.

Fig.3



Fuente: Elaboración a partir de consultas en la bibliografía

2.2.4.3 Autores más citados

Una vez conocidos los autores más productivos, se desea determinar los que presentan mayor promedio de citas por año; para determinar el impacto que su

Capítulo II

producción ha tenido en las comunidades científicas. Pues se parte de la idea de que un alto número de citas significa un mayor valor del trabajo de un autor y por consiguiente un mayor prestigio de este.

Se analizan los 121 autores, la cantidad de publicaciones realizadas, la sumatoria del índice de citas de cada uno de los artículos de dicho autor y como aspecto más importante se calcula el promedio del índice de citación.

Como resultado de este análisis se muestra en la tabla 6 los investigadores con mayor promedio de índice de citas. Se decide establecer un punto de corte en aquellos que presentan un promedio de citación mayor a 60, resultando 17 (14.04%), de los cuales 11(64.7%) sólo tienen un artículo publicado esto evidencia que la productividad no significa calidad.

Tabla 6: Autores con mayor índice de citación

Autor	Cantidad de artículos	Σ del índice de citas	Promedio del índice de citas
Ranjay Gulaty	3	457.74	152.58
Howard Perlmutter	1	132.33	132.33
Andrew H.Van de Ven	1	112.6	112.6
Nitin Nohria	2	220.24	110.12
Brian S.Silverman	1	103.83	103.83
Joel Baum	1	103.83	103.83
Bharat Anand	1	98.67	98.67
Tarun Khanna	1	98.67	98.67
Andrew Inkpen	2	190.33	95.17
Jeffrey H.Dyer	1	79	79
Bruce Kogut	1	78.25	78.25
Jane E.Salk	1	78.18	78.18
Marjorie A.Lyles	1	78.18	78.18
Peter J.Lane	1	78.18	78.18
Prashant Kale	4	273.23	68.31
Yves Doz	2	128.61	64.31
Peter Smith	2	120.27	60.14

Fuente: Elaboración a partir de consultas en la bibliografía

2.2.4.4 Colaboración entre los autores

La investigación como actividad exige un alto nivel de colaboración, la colaboración científica es un proceso social y probablemente existan tantas

Capítulo II

razones para que los investigadores colaboren entre sí como razones para que las personas se comuniquen (Katz, 1994).

En este estudio se realiza un análisis para saber el número de autores que trabajan en colaboración pues actualmente se sigue con interés el nivel de colaboración existente entre los autores en un campo del conocimiento, en un país, en una revista y en otros muchos espacios (Agudelo, Bretón-López, Buela-Casal, 2003; Cañedo Andalia, Pérez Machín, Guzmán Sánchez, Rodríguez Labrada, 2011).

La colaboración es un aspecto esencial para el avance de la ciencia, mediante este análisis se conoce si hay muchos autores o no que trabajan en solitario o en equipo. Este indicador denominado índice de cooperación o más conocido como número de firmas/trabajo, ha resultado ser de 1,9 firmas o autores/trabajo. El cálculo procede de dividir el número de firmas aparentes (164) entre el número de artículos (86). En la tabla se observa que el número de trabajos en colaboración es de 56 (65.12%). Destaca 65 trabajos firmados entre 1 y 2 autores representando el 75% del total de trabajos y 3 trabajos firmados por 4 autores el mayor número de firmas en todos los artículos analizados, llama la atención sin embargo que en algunos estudios existan artículos firmados por un número elevado de autores (Pulgarín, Carpeto, Cobos; 2005) en el cual se analizan trabajos firmados hasta por 16 autores y estos trabajos pueden no representar la labor de todos los firmantes.

Tabla 7: Cantidad de firmas por trabajo

Número de firmas	Número de trabajos	% de trabajos por firma
4	3	3.49
3	18	20.93
2	35	40.7
1	30	34.88
Total	86	100

Fuente: Elaboración a partir de consultas en la bibliografía

Con respecto al índice de cooperación es conveniente señalar que los datos analizados muestran una mayor inclinación hacia las autorías colectivas y en algunos casos de autores de distintas nacionalidades o de diferentes centros pues al analizar detalladamente los artículos que se realizan en colaboración se observa que de un total de 56 artículos con coautorías, el 89.28% (50) artículos son de autores de diferentes instituciones, lo cual puede ser bastante positivo por cuanto habla del fortalecimiento de grupos de trabajo y el aumento en la comunicación científica, elementos todos indispensables para el desarrollo de la ciencia. Además esto da cuenta del carácter que debe evidenciar el trabajo investigativo, la necesidad y riqueza de compartir las experiencias en la investigación.

2.2.5 Análisis de palabras claves

Del análisis de los artículos resulta un total de 234 palabras claves determinadas en los propios artículos y extraídas de los títulos. Se realiza un estudio para determinar la frecuencia de aparición en los artículos y conocer cuáles son las más utilizadas por los autores de esta temática. Se muestra las que presentan una frecuencia mayor de 3 resultando un total de 13 palabras claves que se observa en la tabla 8.

Tabla 8: Términos más frecuentes

Palabras Claves	Frecuencias
alliances	23
joint ventures	18
strategic alliances	17
networks	13
international joint ventures	7
learning	6
performance	5
governance	5
control	4
embeddedness	3
uncertainty	3
transaction cost	3
collaboration	3

Fuente: Elaboración a partir de consultas en la bibliografía

Después de conocer los términos más utilizados por los investigadores de alianzas estratégicas, se expone la distribución de palabras claves por año, para conocer precisamente cuál ha sido el año con mayor aporte de términos claves a la investigación en esta área de conocimientos. En la tabla 9 se muestra dentro del período analizado los años en los que ha existido producción de artículos.

Los años 2000 y 2007 son los que presentan mayor aporte en este sentido, pero en este aspecto también se debe señalar que la cantidad de palabras claves está estrechamente relacionada con la cantidad de artículos publicados por año y son precisamente estos 2 años los de mayor producción de artículos en el período analizado. Aunque el año 1988 con un solo artículo publicado aporta 8 términos claves a la investigación.

Tabla 9: Cantidad de palabras claves por año

Años	Cantidad de palabras claves
1988	8
1992	4
1995	6
1996	4
1997	5
1998	15
1999	8
2000	65
2001	20
2002	27
2003	4
2004	14
2005	20
2006	16
2007	65
2008	52
2009	35

Fuente: Elaboración a partir de consultas de bibliografía

Capítulo II

De esta manera se concluye con el análisis bibliométrico de los artículos sobre alianzas estratégica y se procede a realizar un análisis de redes sociales para complementar los resultados obtenidos pues en trabajos similares donde se realiza un estudio de la bibliografía científica se utilizan los análisis de redes, ejemplo de ello el trabajo (Ronda Pupo, 2008), un estudio para determinar el papel de las universidades en la introducción de la planeación estratégica en Cuba en el cual se analizaron tres aproximaciones, un estudio bibliométrico, un análisis de redes sociales y un análisis clúster.

2.3 Análisis de redes

El empleo del análisis de redes sociales para el estudio de la teoría de la Dirección Estratégica es muy reciente (Ronda Pupo, 2008). En este caso se emplea dentro de la Dirección Estratégica específicamente en el estudio de las alianzas estratégicas, con el objetivo de conocer las relaciones existentes entre autores de esta temática, además de realizar el cálculo de la centralidad de grado, dato que aporta conocimiento pues dice mucho sobre el poder de cada autor.

Es útil analizar cuándo una red está a punto de alcanzar todo su potencial. Esto significa examinar la densidad de los lazos, la cual se define como la proporción de relaciones existentes en relación a las posibles. Por esto es importante el informe de la rutina de estadística univariada de UCINET.

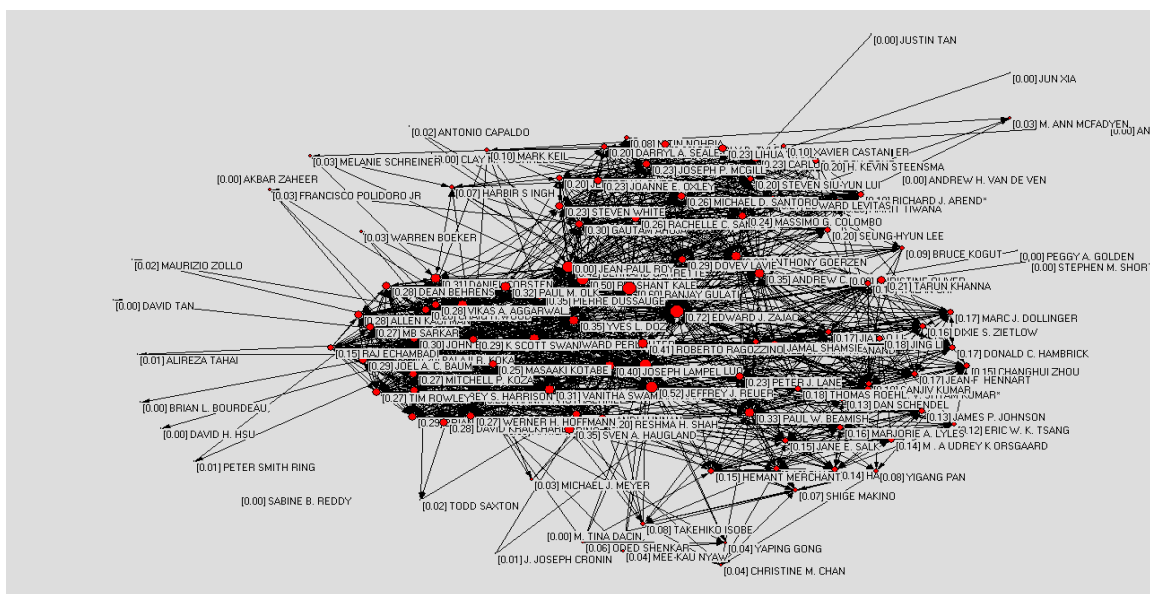
Al analizar los datos, se observa que la red tiene una densidad de 0.1880, es decir sólo se establecen el 18.8% del total de lazos posibles. Es válido destacar que el tamaño es crítico para la estructura de las relaciones sociales a causa de los recursos limitados y las capacidades de que cada actor dispone para construir y mantener lazos. A medida que el grupo crece, la proporción de todos los lazos que pudiesen (lógicamente) estar presentes ---densidad--- disminuirá. En este caso se analiza una red que tiene 121 actores lo que corrobora lo antes expuesto, ya que un nivel bajo en la densidad de la red puede estar condicionado por el tamaño de la misma.

Capítulo II

Los actores que tienen mayores vínculos con otros actores puede que tengan posiciones ventajosas. Debido a que tienen muchos vínculos, pueden tener formas alternativas de satisfacer necesidades y por tanto son menos dependientes de otros individuos. Además, dado que disponen de muchos vínculos, pueden tener acceso y pueden conseguir más del conjunto de los recursos de la red. El hecho de tener más vínculos les posibilita a menudo ser terceros y permitir intercambios entre otros, pudiéndose beneficiar de esa posición. Así que una muy simple, pero a menudo efectiva, medida de centralidad de un actor y de su poder potencial es su grado.

En la figura 4 se muestra el gráfico donde se presenta la red de relaciones de los investigadores y se muestra dentro del corchete el grado de centralidad de cada autor, en la cual se observa como nodo central o ego, el investigador Edward J. Zajac (0.72) de Northwestern University en Estados Unidos, este autor destaca entre los más productivos y sus artículos tienen un elevado índice de citación. Le siguen los autores Ranjay Gulaty (0.60) el autor con mayor índice de citación de todos los analizados, Jeffrey J. Reuer (0.52) el autor más productivo de los 121 estudiados y Prashant Kale (0.50) autor que presenta una gran productividad y sus artículos son muy citados.

Fig. 4: Red de relaciones entre autores



Fuente: Salida de UCINET

Conclusiones Parciales:

- En cuanto al número de aportaciones realizadas, se observa un comportamiento inestable en las contribuciones a esta temática, destacando el año 2000 como el más productivo
- De los artículos analizados, 19 artículos (22%) reciben el 71% del total de las citas, y los dos con mayor índice de citación están referidos a redes estratégicas y a las ventajas que ofrecen la creación de alianzas estratégicas
- Las universidades con mayor aporte a la temática son Universidad de Pensilvania, la Universidad de Michigan y la Universidad de Harvard
- El análisis de autoría ha identificado 121 investigadores de los que el 89% son hombres y el 11% son mujeres. Resulta destacable que aunque no existan grandes productores el 18.6% de la producción científica, que se encuentra proyectada en esta revistas, se encuentra concentrada en 6 investigadores, los cuales, lógicamente pertenecen a aquellas instituciones que han sido destacadas como más representativas
- El número de firmas/trabajo resultante fue de 1.9. El número de trabajos en colaboración fue de 50 (89.28%), destacando tres trabajos firmado por cuatro autores
- El número de autores con un solo trabajo fue de 94 y el resto (47) publican dos o más artículos. La media del número de trabajos por autor resultó ser de 1.38; el autor más productivo es Jeffrey J. Reuer con 6 artículos
- El autor con mayor índice de citación es Ranjay Gulaty con un promedio de índice de citas de 152.58; destaca que dentro de los 17 autores con mayor índice de citación 11 (64.7%) sólo tienen un artículo publicado
- De las 234 palabras claves analizadas, 16 tienen una frecuencia de aparición en los artículos analizados mayor a 3 y destacan como los años con mayor aporte de términos claves a la investigación el 2000 y el 2007

Capítulo II

- Al analizar la red de relaciones entre los autores de la temática se observa que la densidad de la misma es bajo debido a que se analiza un red de gran tamaño
- Al realizar el cálculo de la centralidad de grado destacan como autores más centrales de la investigación Edward Zajac, Ranjay Gulaty, Jeffrey J. Reuer y Prashant Kale.

Conclusiones

Después de la realización de este estudio se arriba a las siguientes conclusiones:

1. Las alianzas estratégicas constituyen una alternativa para las empresas motivada por la necesidad de aumentar la competitividad, reducción de los costos, compartir riesgos, crear opciones para futuras inversiones, acceso a nueva tecnología y posicionar mejor sus productos en el mercado
2. Los análisis bibliométricos proporcionan herramientas útiles que son aplicadas en toda la literatura de carácter científico y a los autores que la producen, con el objetivo de estudiar y analizar los resultados de la actividad científica
3. La información publicada en la revista Strategic Management Journal constituye conocimiento certificado, por lo que realizar un análisis bibliométrico de los artículos publicados en esta revista mediante la aplicación de algunos de los indicadores bibliométricos y además con el empleo del análisis de redes sociales permitió determinar los patrones predominantes en las investigaciones sobre alianzas estratégicas
4. Las producción de artículos sobre alianzas estratégicas presentan un comportamiento inestable, estos son realizados en su mayoría en universidades y por autores del sexo masculino, existiendo entre los investigadores del tema un alto índice de cooperación
5. No se identifica en el estudio autores con productividad alta existiendo un predominio de los autores con productividad baja y al analizar los autores más citados se observa que el 64.7% sólo presentan un trabajo publicado, lo que permite concluir que los autores más productivos no son los más citados
6. Al analizar la relación de los autores de los 86 artículos se evidenció que existe un bajo nivel de vínculo entre ellos debido a que existe una gran cantidad de autores que estudian esta temática y establecer relaciones entre todos es un poco difícil

Recomendaciones

Teniendo en cuenta las conclusiones se proponen las siguientes recomendaciones:

1. Realizar estudios posteriores sobre las publicaciones de alianzas estratégicas que incluyan otras revistas que se destacan en el campo de la Dirección Estratégica pues permitiría incluir más información al análisis y los resultados serían más completos y calcular indicadores bibliométricos de circulación y dispersión que no se utilizan en el presente trabajo, pues se analiza una sola revista
2. Conservar el trabajo como base para el desarrollo de futuras investigaciones relacionadas con alianzas estratégicas
3. Comunicar y socializar los resultados del estudio a los especialistas e investigadores en este campo de investigación.

Bibliografía

1. Adobor, H. (2005). "Trust as Sensemaking the Microdynamics of Trust in Interfirm Alliances". *Journal of Business Research*, 58 (3): 330-337
2. Agudelo, Bretón-López, Bela-Casal (2003). Análisis bibliométrico de las revistas de Psicología Clínica editadas en castellano
3. Ahuja, G. (2000). "Collaboration Networks, Structural Holes, and Innovation: A Longitudinal Study". *Administrative Science Quarterly*, 45 (3): 425-455.
4. Albacete-Sáez, Fuentes-Fuentes, Bojica, Fernández-Pérez; 2011. "Análisis Bibliométrico de la Investigación en el Sector Turístico: El Caso Español."
5. Ansoff, I. (1976). *La estrategia de la empresa*. Bilbao, Editorial Universidad de Navarra
6. Burt, R. S. (2004). "Structural Holes and Good Ideas". *American Journal of Sociology*, 110 (2): 349-399.
7. Araujo, Ruiz J y Arencibia R. *Informetría, bibliometría y cienciometría*. Citado en <http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol10>
8. Aguirre Araus, Arianna (2011). Análisis de la producción científica del Instituto Superior Minero Metalúrgico de Moa a través de la Revista Minería y Geología en el período 2000-2010. Trabajo de Diploma
9. Bordons, Zulueta (1999). Evaluación de la actividad científica a través de indicadores bibliométricos. Artículos especiales en soporte digital
10. Cardona Sánchez, de la Torre Vega et all (2009). Análisis métrico de la revista MEDISAN en el período 2004-2007
11. Camargo Mireles, Francisco F. Rialp, Alex. Rialp, José (2010) Alianzas estratégicas entre Pymes: alianzas exitosas, pp .Soporte digital
12. Cañedo Andalia, Pérez Machín, Rodríguez Labrada(2009). Cuba y la producción de artículos sobre ensayos clínicos en la base de datos PubMed en el período 1999-2008
13. Caraballo Pérez, Más Basnuevo (2009). El análisis de las redes sociales en la identificación de las relaciones de colaboración: estudio de la Revista Cubana de Ciencia Agrícola

Bibliografía

13. Chandler, A. (1962). *Strategy and Structure: Chapters in the history of industrial enterprise*. New York, Doubleday.
14. Chase, Richard. Aquilano, Nicholas (1995). " Dirección y Admón. de la Producción y las Operaciones"
15. Colombo MG (2003). Alliance form: A test of the contractual and the competence perspectives. *Strategic Management Journal* 24:1211-1212
16. Cruz aguilera, Norberto. Cruz Aguilera, Arnel. (2011) Las alianzas estratégicas en Cuba. Una alternativa para el desarrollo. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, N° 152 www.eumed.net
17. Dacin MT (2007). The legitimacy of strategic alliances an institutional perspective. *Strategic Management Journal* 28:169-170
18. Díaz Pontones, Dr. Vicente; Ramírez Reyes, MSc. Miguel; Palacios Hidalgo, Dr. Ángela: *Estrategia Empresarial. Un nuevo enfoque para su ejecución*. Centro de estudios de Dirección Empresarial y Territorial. Facultad de Economía. Universidad de Camagüey, Cuba. Libro en versión digital.
19. Dorta Contreras, Magraner Tarrau, Pombert González(2010). Productividad, visibilidad e impacto de la producción científica del Laboratorio Central de Líquido Cefalorraquídeo en el período 2004-2009
20. García Canal, E. (1994). Tendencias empíricas en la conclusión de acuerdos de cooperación. *Esic Market*, enero-marzo, pp. 115.129.
21. García Canal, Esteban. Martínez-Noya, Andrea: *Estrategias de Crecimiento Internacional basadas en Alianzas Globales*. 2009 VOL. 3 Num. 2 ISSN: 1988-7116 pp 72
22. García Merino; Santos Álvarez (2000). El paralelismo de la investigación estratégica en España con el modelo internacional.
23. Gómez Mejías; Gutiérrez Calderón (1996). La dirección de empresas como disciplina académica. *Revista Europea de Dirección y Economía de empresa*, vol5, 3, pp 11-22.
24. Gulaty, R. (1995): "Social Structure and Alliance Formation Patterns: A Longitudinal Analysis". *Administrative Science Quarterly*, 40 (4): 619-652.

Bibliografía

25. Gulaty, R. (1998). "Alliances and Networks". *Strategic Management Journal*, 19 (4): 293-317
26. Hernández Castillo, Damarys. Castillo Coto, Ana Lilia. (1996) Aspectos a considerar para la conformación de Alianzas Estratégicas. Experiencia en Cuba. Citado en www.monografias.com. consultado el 10/12/2011
27. Jareño, Omar (2008) Alianzas Estratégicas. La Herramienta para Fortalecer la Empresa. www.puromarketing.com
28. Machado Cano, Morgado Bonachea, Alegrant Padrón (2009). Producción científica sobre salud de la provincia Ciego de Ávila entre los años 2003 y 2007
29. Macías Chapula. Papel de la informetría y de la cienciometría y su perspectiva nacional e internacional. Citado en http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol9_s_01/sci06100.htm consultado el 22/2/2012
30. Martínez, Miguel A (2003). Gestión directiva en la internacionalización de la empresa. Soporte digital. pp 37,38,39
31. Martínez, Rodríguez A(2009) Estudios Métricos de la Información
32. Muños Martín, Juan. Montoro Sánchez, María Ángeles. (2007) Enfoques teóricos para el estudio de la cooperación empresarial. Universidad Complutense de Madrid. Cuadernos de Estudios Empresariales, vol. 17 141-163 ISSN: 1131-6985
33. Menguzzato, M; Renau, J. J. La dirección estratégica de la empresa. Un enfoque innovador del management. Brasil. Libro en versión digital.
34. Prahalad, C K; Hamel, Gary (1994). *Strategy as a field of study: Why search for a new paradigm?* *Strategic Management Journal*, 15 (Summer) p 5-16.
35. Pierre Boissin, Claude Castagnos, Guieu (2003). Análisis bibliométrico de la teoría de gestión estratégica basada en recursos y competencia.
36. Pulgarín, Carapeto, Cobos (2005). Análisis bibliométrico de la literatura científica publicada en "Ciencia. Revista hispano-americana de ciencias

Bibliografía

- puras y aplicadas" (1940-1974). Citado en <http://informationr.net/ir/9-24/paper193.html>
37. Ramos, A.R.; Ruiz Navarro, J (2007). Base intelectual de la investigación en creación de empresas: un estudio bibliométrico. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 17, núm. 1, pp. 13-38 ISSN 1019-683
38. Ronda Pupo, Guillermo (2007). *Dirección Estratégica, constructo y dimensiones*. ISBN 978-959-286-003-2, Ediciones Futuro, Cuba
39. Ronda Pupo, Guillermo (2008). *Papel de las universidades en la introducción de la planeación estratégica en Cuba: Estudio de las tesis de maestría 1994-2007. Tendencias y perspectivas*
40. Ronda, Pupo, Guillermo (2011). *Influencia de la cooperación en la producción científica de investigadores de la provincia de Holguín, Cuba: Análisis cuantitativo 1980-2009*
41. Sánchez Lorda, P. y García-Canal, E. (2006). "Experiencia previa y reacción del mercado de capitales ante la formación de combinaciones empresariales", *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, nº 28, pp. 27-54.
42. Stoner, James. *Administración*, 5ta edición
43. Suárez Sorí, Torres Lebrato (2009). *Producción científica en salud de la provincia Camagüey en el período 1996-2007*
44. Sudarsanam. *Fusiones y adquisiciones*. Copyright 1990-1995 Microsoft Corp. (1996) Prentice Hall Hispanoamericana. Libro en versión digital.
45. Zeron Felix, M. y Mendoza Cavazos, G. "Alianzas Estratégicas: una vía para lograr una ventaja competitiva" en *Contribuciones a la Economía*, junio 2007. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/>.

Anexos

Anexo1: Cantidad de citas por artículo

ARTÍCULOS	Cantidad de citas
STRATEGIC NETWORKS	2850
ALLIANCES AND NETWORKS	2976
KNOWLEDGE TRANSFER AND INTERNATIONAL JOINT VENTURES: THE CASE OF NUMMI AND GENERAL MOTORS	714
LEARNING AND PROTECTION OF PROPRIETARY ASSETS IN STRATEGIC ALLIANCES: BUILDING RELATIONAL CAPITAL	1588
STRUCTURING COOPERATIVE RELATIONSHIPS BETWEEN ORGANIZATIONS	2252
DON'T GO IT ALONE: ALLIANCE NETWORK COMPOSITION AND STARTUPS' PERFORMANCE IN CANADIAN BIOTECHNOLOGY	1246
THE EVOLUTION OF COOPERATION IN STRATEGIC ALLIANCES: INITIAL CONDITIONS OR LEARNING PROCESSES?	1623
DO FIRMS LEARN TO CREATE VALUE? THE CASE OF ALLIANCES	1184
ALLIANCE CAPABILITY, STOCK MARKET RESPONSE, AND LONG-TERM ALLIANCE SUCCESS: THE ROLE OF THE ALLIANCE FUNCTION	790
THE NETWORK AS KNOWLEDGE: GENERATIVE RULES AND THE EMERGENCE OF STRUCTURE	939
ABSORPTIVE CAPACITY, LEARNING, AND PERFORMANCE IN INTERNATIONAL JOINT VENTURES	860
THE DUALITY OF COLLABORATION: INDUCEMENTS AND OPPORTUNITIES IN THE FORMATION OF INTERFIRM LINKAGES	805
STRATEGIC ALLIANCES AS SOCIAL CAPITAL: A MULTIDIMENSIONAL VIEW	482
BUILDING FIRM CAPABILITIES THROUGH LEARNING: THE ROLE OF THE ALLIANCE LEARNING PROCESS	211
INCUMBENT'S ADVANTAGE THROUGH EXPLOITING COMPLEMENTARY ASSETS VIA INTERFIRM COOPERATION	427
ALLIANCE PORTFOLIOS AND FIRM PERFORMANCE: A STUDY OF VALUE CREATION AND APPROPRIATION IN THE U.S. SOFTWARE INDUSTRY	162
NETWORK STRUCTURE AND INNOVATION: THE LEVERAGING OF A DUAL NETWORK AS A DISTINCTIVE RELATIONAL CAPABILITY	159
CONTRACT, COOPERATION, AND PERFORMANCE IN INTERNATIONAL JOINT VENTURES	317
STRATEGIC ALLIANCE CONTRACTS: DIMENSIONS AND DETERMINANTS OF CONTRACTUAL COMPLEXITY	158
THE LEGITIMACY OF STRATEGIC ALLIANCES: AN INSTITUTIONAL PERSPECTIVE	142
THE SCOPE AND GOVERNANCE OF INTERNATIONAL R&D ALLIANCES	278
FORMATION PROCESSES OF R&D CONSORTIA: WHICH PATH TO TAKE? WHERE DOES IT LEAD?	326
POST-FORMATION DYNAMICS IN STRATEGIC ALLIANCES	271
ACQUIRING KNOWLEDGE BY FOREIGN PARTNERS FROM INTERNATIONAL JOINT VENTURES IN A TRANSITION ECONOMY	262
EXPERIENCE EFFECTS AND COLLABORATIVE RETURNS IN R&D ALLIANCES	183
STRATEGIES FOR MANAGING A PORTFOLIO OF ALLIANCES	126
ALLIANCE NETWORKS AND FIRM PERFORMANCE: THE IMPACT OF REPEATED PARTNERSHIPS	119
DO BRIDGING TIES COMPLEMENT STRONG TIES? AN EMPIRICAL EXAMINATION OF ALLIANCE AMBIDEXTERITY	95
OLD TECHNOLOGY MEETS NEW TECHNOLOGY: COMPLEMENTARITIES, SIMILARITIES, AND ALLIANCE FORMATION	92
THE EFFECT OF ALLIANCE NETWORK DIVERSITY ON MULTINATIONAL ENTERPRISE PERFORMANCE	154
ALLIANCE ENTREPRENEURSHIP AND FIRM MARKET PERFORMANCE	229
WHAT REALLY IS ALLIANCE MANAGEMENT CAPABILITY AND HOW DOES IT IMPACT ALLIANCE OUTCOMES AND SUCCESS?	59

ALLIANCE OR ACQUISITION? A DYADIC PERSPECTIVE ON INTERFIRM RESOURCE COMBINATIONS	98
THE EFFECT OF REPUTATION ON THE DECISION TO JOINT VENTURE	286
ALLIANCE FORM: A TEST OF THE CONTRACTUAL AND COMPETENCE PERSPECTIVES	169
DISTINGUISHING COSTS OF COOPERATION AND CONTROL IN ALLIANCES	121
DESIGNING ALLIANCE NETWORKS: THE INFLUENCE OF NETWORK POSITION, ENVIRONMENTAL CHANGE, AND STRATEGY ON FIRM PERFORMANCE	68
THE ROLE OF STRATEGIC ALLIANCES IN HIGH TECHNOLOGY NEW PRODUCT DEVELOPMENT	287
THE NATURE OF PARTNERING EXPERIENCE AND THE GAINS FROM ALLIANCES	48
A REVEALED PREFERENCE STUDY OF MANAGEMENT JOURNALS' DIRECT INFLUENCES	204
FACTORS INFLUENCING PARTNER SELECTION IN STRATEGIC ALLIANCES: THE MODERATING ROLE OF ALLIANCE CONTEXT	62
HOW DO INTERNATIONAL JOINT VENTURES CREATE SHAREHOLDER VALUE?	180
EFFECT OF EQUITY OWNERSHIP ON THE SURVIVAL OF INTERNATIONAL JOINT VENTURES	119
ARE JOINT VENTURE PARTNERS MORE OPPORTUNISTIC IN A MORE VOLATILE ENVIRONMENT?	74
ASYMMETRIC INFORMATION AND JOINT VENTURE PERFORMANCE	175
LOCAL VERSUS GLOBAL MIMETISM: THE DYNAMICS OF ALLIANCE FORMATION IN THE AUTOMOBILE INDUSTRY	138
PREDICTING AND MEASURING ALLIANCE PERFORMANCE: A MULTIDIMENSIONAL ANALYSIS	53
PROCEDURAL FAIRNESS AND INTERFIRM COOPERATION IN STRATEGIC ALLIANCES	53
OPTION TO ACQUIRE OR DIVEST A JOINT VENTURE	152
COLLABORATION AND TECHNOLOGY LINKAGES: A STRATEGIC SUPPLIER TYPOLOGY	152
THE EFFECT OF UNCERTAINTY AND ASSET CO-SPECIALIZATION ON GOVERNANCE IN BIOTECHNOLOGY ALLIANCES	85
A NOTE ON THE DYNAMICS OF LEARNING ALLIANCES: COMPETITION, COOPERATION, AND RELATIVE SCOPE	142
DOES PERIPHERAL KNOWLEDGE COMPLEMENT CONTROL? AN EMPIRICAL TEST IN TECHNOLOGY OUTSOURCING ALLIANCES	58
THE EFFECTS OF EXECUTIVES' EXPERIENCES AND PERCEPTIONS ON THEIR ASSESSMENT OF POTENTIAL TECHNOLOGICAL ALLIANCES	158
DOES TECHNOLOGICAL MODULARITY SUBSTITUTE FOR CONTROL? A STUDY OF ALLIANCE PERFORMANCE IN SOFTWARE OUTSOURCING	42
AGENCY HAZARDS AND ALLIANCE PORTFOLIOS	62
CONTROL, COLLABORATION, AND PRODUCTIVITY IN INTERNATIONAL JOINT VENTURES: THEORY AND EVIDENCE	28
STRUCTURAL HOMOPHILY OR SOCIAL ASYMMETRY? THE FORMATION OF ALLIANCES BY POORLY EMBEDDED FIRMS	27
REDUNDANT GOVERNANCE STRUCTURES: AN ANALYSIS OF STRUCTURAL AND RELATIONAL EMBEDDEDNESS	965
COMPOSITIONAL GAPS AND DOWNWARD SPIRALS IN INTERNATIONAL JOINT VENTURE MANAGEMENT GROUPS	92
'TROJAN HORSE' OR 'WORKHORSE'? THE EVOLUTION OF U.S.-JAPANESE JOINT VENTURES IN THE UNITED STATES	108
FROM HYBRIDS TO HIERARCHIES: SHAREHOLDER WEALTH EFFECTS OF JOINT VENTURE PARTNER BUYOUTS	89
MODES OF COOPERATIVE R&D COMMERCIALIZATION BY START-UPS	23
GUEST EDITORS' INTRODUCTION TO THE SPECIAL ISSUE: STRATEGIC NETWORKS	92
PERCEIVED FAIRNESS, DECISION CONTROL, AND COMMITMENT IN INTERNATIONAL JOINT VENTURE MANAGEMENT TEAMS	74
THE VALUE FROM ACQUIRING AND DIVESTING A JOINT VENTURE: A REAL OPTIONS APPROACH	51
ASYMMETRIC PERFORMANCE: THE MARKET SHARE IMPACT OF SCALE AND LINK ALLIANCES IN THE GLOBAL AUTO INDUSTRY	72
INTENDED AND UNINTENDED TERMINATION OF INTERNATIONAL JOINT VENTURES	36

MIMETIC ENTRY AND BANDWAGON EFFECT: THE RISE AND DECLINE OF INTERNATIONAL EQUITY JOINT VENTURE IN CHINA	27
DO MULTIPLE PARENTS HELP OR HINDER INTERNATIONAL JOINT VENTURE PERFORMANCE?	33
STRUCTURING INTERORGANIZATIONAL COOPERATION: THE ROLE OF ECONOMIC INTEGRATION IN STRATEGIC ALLIANCES	27
DOES INTERFIRM MODULARITY COMPLEMENT IGNORANCE? A FIELD STUDY OF SOFTWARE OUTSOURCING ALLIANCES	25
SME-SUPPLIER ALLIANCE ACTIVITY IN MANUFACTURING: CONTINGENT BENEFITS AND PERCEPTIONS	35
MANAGING LIQUIDITY IN RESEARCH-INTENSIVE FIRMS: SIGNALING AND CASH FLOW EFFECTS OF PATENTS AND ALLIANCE ACTIVITIES	16
THE FORMATION OF JAPANESE AND U.S. EQUITY JOINT VENTURES IN CHINA	76
MODELING ALLIANCE ACTIVITY: AN ITERATED 'PRISONERS' DILEMMA WITH EXIT OPTION	35
COMMENTARY ON 'ALLIANCES AND NETWORKS' BY R. GULATI	56
REPUTATION FOR COOPERATION: CONTINGENT BENEFITS IN ALLIANCE ACTIVITY	12
DIGESTIBILITY AND ASYMMETRIC INFORMATION IN THE CHOICE BETWEEN ACQUISITIONS AND JOINT VENTURES: WHERE'S THE BEEF?	45
HORIZONTAL ALLIANCES AS AN ALTERNATIVE TO AUTONOMOUS PRODUCTION	11
PROBING THE UNOBTRUSIVE LINK: DOMINANT LOGIC AND THE DESIGN OF JOINT VENTURES AT GENERAL ELECTRIC	38
ON LEMONS AND INDIGESTIBILITY: RESOURCE ASSEMBLY THROUGH JOINT VENTURES	38
CULTURAL DISTANCE, INVESTMENT FLOW, AND CONTROL IN CROSS-BORDER COOPERATION	11
INTERNAL CORPORATE JOINT VENTURES: DEVELOPMENT PROCESSES AND PERFORMANCE OUTCOMES	55
MODELING SERVICE ALLIANCES: AN EXPLORATORY INVESTIGATION OF SPILLOVER EFFECTS IN SERVICE PARTNERSHIPS	11
THE DESIGN OF COORDINATION AND CONTROL MECHANISMS FOR MANAGING JOINT VENTURE PARENT RELATIONSHIPS	0
Total	27273

Anexo 2: Cantidad de artículos por autores

Autores	Cant. de artículos
JEFFREY J. REUER	6
EDWARD J. ZAJAC	5
YADONG LUO	5
AMRIT TIWANA	4
HARBIR S INGH	4
PRASHANT KALE	4
PAUL W. BEAMISH	3
RANJAY GULATI	3
RICHARD J. AREND*	3
ANDREW INKPEN	2
ANTHONY GOERZEN	2
BALAJI R. KOKA	2
BERNARD GARRETTE	2
DOVEV LAVIE	2
FRANK T. ROTHARMEL	2
GAUTAM AHUJA	2
JEAN-F HENNART	2
JIATAO LI	2
JOHN E. PRESCOTT	2
MITCHELL P. KOZA	2
NITIN NOHRIA	2
ODED SHENKAR	2
PETER SMITH RING	2
PIERRE DUSSAUGE	2
RACHELLE C. SAMPSON	2
WILL MITCHELL	2
YVES L. DOZ	2
AFRICA ARINO	1
AKBAR ZAHEER	1
ALIREZA TAHAI	1
ALLEN KAUFMAN	1
ANDREW H. VAN DE VEN	1
ANJU SETH	1
ANTONIO CAPALDO	1
BEVERLY B. TYLER	1
BHARAT N. ANAND	1
BRIAN L. BOURDEAU,	1
BRIAN S. SILVERMAN	1
BRUCE KOGUT	1
CARLOS GARCIA-PONT	1
CHANGHUI ZHOU	1
CHARLES DHANARAJ	1
CHRISTINE M. CHAN	1
CHRISTINE OLIVER	1
CLAY M. VOORHEES ³	1
CRAIG H.WOOD	1
DAN SCHENDEL	1

DANIEL CORSTEN	1
DARRYL A. SEALE	1
DAVID H. HSU	1
DAVID KRACKHARDT	1
DAVID TAN	1
DEAN BEHRENS	1
DIXIE S. ZIETLOW	1
DONALD C. HAMBRICK	1
EDWARD LEVITAS	1
ERIC W. K. TSANG	1
FRANCISCO POLIDORO JR	1
H. KEVIN STEENSMA	1
HARRY J. SAPIENZA	1
HEMANT MERCHANT	1
HOWARD PERLMUTER	1
J. JOSEPH CRONIN Jr2	1
JAMAL SHAMSIE	1
JAMES P. JOHNSON	1
JANE E. SALK	1
JEAN-PAUL ROY	1
JEFFREY H. DYER	1
JEFFREY S. HARRISON	1
JING LI	1
JOANNE E. OXLEY	1
JOEL A. C. BAUM	1
JOSEPH LAMPEL	1
JOSEPH P. MCGILL	1
JUN XIA	1
JUSTIN TAN	1
K SCOTT SWAN	1
LIHUA WANG	1
M . A UDREY K ORSGAARD	1
M. ANN MCFADYEN	1
M. TINA DACIN,	1
M. V. SHYAM KUMAR*	1
MARC J. DOLLINGER	1
MARJORIE A. LYLES	1
MARK KEIL	1
MASAAKI KOTABE	1
MASSIMO G. COLOMBO	1
MAURIZIO ZOLLO	1
MB SARKAR	1
MEE-KAU NYAW	1
MELANIE SCHREINER	1
MICHAEL D. SANTORO	1
MICHAEL J. MEYER	1
PAUL M. OLK	1
PEGGY A. GOLDEN	1
PETER J. LANE	1
RAJ ECHAMBADI	1
RANDI LUNNAN	1
RESHMA H. SHAH	1

ROBERTO RAGOZZINO	1
SABINE B. REDDY	1
SANJIV KUMAR	1
SEUNG-HYUN LEE	1
SHIGE MAKINO	1
STEPHEN M. SHORTELL	1
STEVEN SIU-YUN LUI	1
STEVEN WHITE	1
SVEN A. HAUGLAND	1
TAILAN CHI	1
TAKEHIKO ISOBE	1
TARUN KHANNA	1
THOMAS ROEHL	1
TIM ROWLEY	1
TODD SAXTON	1
VANITHA SWAMINATHAN	1
VIKAS A. AGGARWAL	1
WARREN BOEKER	1
WERNER H. HOFFMANN	1
XAVIER CASTANER	1
YAPING GONG	1
YIGANG PAN	1