

La negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME: un estudio bibliométrico y breve análisis de contenido¹

Negotiation in the development of strategic alliances for the internationalization of SMES: a bibliometric study and brief content analysis

Carlos-Alberto Segura-Villarreal², Henry-Alberto Binns-Hernández³

Artículo recibido el 10 de septiembre de 2024; artículo aceptado el 21 de febrero de 2025

Este artículo puede compartirse bajo la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional y se citará usando el siguiente formato: Apellido, A. A., Apellido, B. B. y Apellido, C. C. (año). Título del artículo. *I+D Revista de Investigaciones*, vol. (núm.), pp-pp. DOI:

Resumen

Este estudio busca analizar el estado actual de la producción científica en relación con el papel de la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de las PYME. Para lograrlo, se establecen dos etapas: primero, un análisis bibliométrico a partir de datos extraídos de la base de datos de Web of Science entre 2018 y 2024; y, segundo, un breve análisis de contenido de 15 artículos obtenidos aleatoriamente a partir de la primera etapa. Dentro de los hallazgos se encuentra que los temas de estudio giran principalmente en torno a negociación y dinámica emocional. Además, se exponen los principales autores y revistas según su nivel de producción, citas e índice H. Países como EE.EE. UU., Alemania y Australia presentan una mayor producción científica. Por otra parte, este estudio contribuye con la ampliación y discusión de la literatura actual, y se convierte en un insumo base para acercarnos a posibles líneas futuras de investigación que podrían ser abordadas con diferentes fines.

Palabras clave: administración de negocios internacionales, emprendimiento internacional, internacionalización, gestión transcultural, negociación internacional (Asociación Americana de Economía).

Abstract

This study seeks to analyze the current state of the art in negotiation for the development of strategic alliances in the internationalization of SMEs. To achieve this, two stages are established: first, a bibliometric analysis based on data extracted from the Web of Science database for 2018-2024. Secondly, a brief content analysis of 15 articles obtained randomly from the first stage. Among the findings, it was discovered that the study topics revolve mainly around negotiation and emotional dynamics. In addition, the main authors and journals are presented according to their level of production, citations, and H-index. Countries such as the USA, Germany, and Australia have higher levels of scientific output. On the other hand, this study contributes to the expansion and discussion of the current literature and serves as a basis for approaching possible lines of research for different purposes.

Keywords: International Business Administration, International Entrepreneurship, Internationalization, Cross-cultural Management, International Negotiation (American Economic Association).

Introducción

La temática de este estudio gira en torno al papel de la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME. Por ende, como

objetivo general se planteó *analizar el estado actual de la producción científica con relación al papel de la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME*, recordando así que los objetivos de un estudio bibliométrico deben estar

¹ Artículo bibliométrico de enfoque cuantitativo, resultado de un proyecto de investigación doctoral, perteneciente al área de dirección de empresas, subárea de negociación, desarrollado individualmente, no se recibió financiación.

² Master en Gerencia y Negociaciones Internacionales, actual doctorando en el Instituto Tecnológico de Costa Rica (Cartago, Costa Rica) Dirección: Cartago, PBX: 30101. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6730-5584> Correo electrónico institucional: c.segura.2@estudiantec.cr. Rol Credit del autor: investigación.

³ Master en Gerencia de Proyectos, actual doctorando en el Instituto Tecnológico de Costa Rica (Cartago, Costa Rica) Dirección: Cartago, PBX: 30101. ORCID ID: (<https://orcid.org/0000-0001-7166-8276>). Correo electrónico institucional: hbinns@itcr.ac.cr. Rol Credit del autor: investigación.

relacionados con una retrospectiva del desempeño y la ciencia de un campo de investigación (Donthu et al., 2021, p. 291). A su vez, la pregunta de investigación es la siguiente: *¿Cuál es el estado actual de la producción científica en relación con el papel de la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de las PYME?*

La temática anterior gira en torno a dos ejes centrales, la negociación y la estrategia. En el caso del primero, la negociación es parte de nuestras vidas; negociamos cada día y, aunque no lo reconozcamos, somos negociadores (Fisher & Ury, 1985; Graham, 2018; Segura-Villarreal, 2021; Hart & Schweitzer, 2022). Los procesos de negociación deben tener sus bases en la ética, la comunicación, y por supuesto, en la inteligencia emocional, mediante las cuales se puedan lograr los resultados deseados, alejados de estereotipos u otras creencias que afectan la relación de los negociadores (Ramírez Marín et al., 2019; Lewis et al., 2018; Gaspar et al., 2022; Caputo et al., 2019; Naurin et al., 2019). Para el caso del segundo, la estrategia, su significado se originó en el campo militar, en cuyo caso el “estratega” quien es el encargado de desarrollar las tácticas que le permitirán alcanzar las estrategias deseadas, es el responsable de formular, desarrollar y ejecutar dichas estrategias con la intención de alcanzar los objetivos planteados, obteniendo así las condiciones más favorables para uno mismo (Segura, 2021; Fuertes et al., 2020; Mackay & Zundel, 2017; Kenichi, 1982).

Los objetivos de negociación y las estrategias, deben ser una buena combinación sin entrar en conflicto entre sí (Spieth & Meissner Née Schuchert, 2018; Teece, 2010), por ejemplo, la formulación e implementación de una estrategia de sostenibilidad corporativa adecuada es un problema difícil para las empresas porque cada empresa tiene características específicas (Kitsios et al., 2020), sin embargo, las organizaciones empresariales pueden utilizar la agilidad estratégica como una herramienta para ayudarles a alcanzar sus objetivos (Rawashdeh et al., 2024) en una nueva era, en la cual, la globalización y los avances tecnológicos (David-López, 2022) han provocado un incremento desproporcionado tanto de la competitividad como de la demanda de productos y servicios, dificultando aún más el entorno estratégico de las empresas y en especial el de las PYME (Teece, 2010; He et al., 2020; Ginanneschi, 2021). Para lograr el éxito frente a esta situación, se requiere en gran medida de la capacidad de crear empresas innovadoras con un alto potencial de crecimiento y responsabilidad social, al tiempo que proporcionan bienes y servicios a menor costo, mayor velocidad y con una mejor personalización (Fuertes et al., 2020; He et al., 2020; Galvao et al., 2019; Wang & Rajagopalan, 2015).

A las PYME que logren desarrollar estructuras operativas y de costos eficientes, les será posible apostar por la internacionalización, mediante la cual podrán

incrementar sus oportunidades a nivel global (Zahoor et al., 2020). Motivadas para lograr lo anterior y siempre en busca de resultados ganar-ganar (Jones & George, 2009; Covey, 2003) estas empresas pueden hacer uso de la estrategia, específicamente a través de herramientas como las alianzas estratégicas (AE), las cuales además de haber despertado un gran interés en la industria, también permiten a las empresas hacer frente a presiones como la competencia, la escasez de recursos y los altos niveles de incertidumbre e imprevisibilidad (He et al., 2020; Gundolf et al., 2018; Spieth & Meissner Née Schuchert, 2018; Mamédio et al., 2019). Aliarse con una contraparte en el exterior puede hacer que la expansión a un territorio desconocido resulte mucho más fácil y menos desconcertante o preocupante para las PYME (He et al., 2020; Elmuti & Kathawala, 2001; Wang & Rajagopalan, 2015; Chang Castillo, 2010; Zahoor et al., 2020).

Sin embargo, como se expone en la teoría de las capacidades dinámicas, estos procesos de internacionalización mediante las AE son complejos en gran medida debido a la multiculturalidad (He et al., 2020; Cuervo-Cazurra et al., 2013; Caputo et al., 2019). Acá es donde entra en juego la negociación, proceso mediante el cual se podrá buscar resolver conflictos o diferencias para desarrollar las AE sin afectar las relaciones o emociones entre las partes involucradas incrementando así las oportunidades económicas, sociales y tecnológicas (Teece, 2010; van Kleef & Cote 2018; Gaspar et al., 2022; Brett & Mitchell, 2019; Wang & Rajagopalan, 2015; Spieth & Meissner Née Schuchert, 2018; Naurin et al., 2019; Ramírez Marín et al., 2019; Richardson & Rammal, 2018; Loureiro et al., 2021; Saorín-Iborra & Cubillo, 2019; Rees & Kopelman, 2019; Olekalns & Smith, 2018; Graham, 2018; Lewis et al., 2018; Fisher & Ury, 1985; Segura-Villarreal, 2021).

Como se ha podido observar, la temática referente a la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME es de gran valor tanto académico, por la generación de nueva literatura, como práctico, dado a su ejecución en el mundo real, relacionándose esto último con el punto de vista socioeconómico y de la administración estratégica (Mamédio et al., 2019). Por esta razón, se ha despertado el interés por estudiar dicho tema, dado también la escasa literatura que cubra las tres temáticas en conjunto: Negociación, Alianzas Estratégicas e Internacionalización (Rees & Kopelman, 2019; Zahoor et al., 2020; Mamédio et al., 2019). Esto último se menciona porque, tras un breve análisis de contenido, se observa que el 75 % de los artículos se enfocan únicamente en la negociación y la dinámica emocional.

Este estudio se compone de dos partes. En la primera parte se realiza un estudio bibliométrico utilizando datos extraídos de la base de datos Web of Science y, como segunda parte, se realiza un breve análisis de contenido de una muestra de 15 artículos

obtenidos de la población utilizada para el desarrollo del bibliométrico en la primera parte. Para detalles del proceso metodológico, de la revisión sistemática y de la cadena booleana, por favor, ver la **Tabla 1**.

En cuanto a la estructura de este documento, se compone de cuatro apartados: la introducción, la metodología, el análisis de resultados y la discusión y conclusiones.

Al terminar de leer este estudio, el lector podrá comprender mejor el estado actual de la producción científica respecto del papel de la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de las PYME. También, no está de más el mencionar que con un estudio de este tipo, se podrá contribuir con la ampliación y discusión de la literatura actual, al igual que con el aporte de información clave que las organizaciones podrán utilizar para entender los procesos de internacionalización mediante las alianzas estratégicas, al mismo tiempo que se convierte en un insumo base para acercarnos a posibles líneas futuras de investigación que podrían ser abordadas con diferentes fines, entre ellos propuestas de tesis doctoral.

Metodología

Es una investigación no experimental de diseño transversal. Hernández et al. (2014) mencionan que los “diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único” (p. 154). En este caso, se hace referencia a esta investigación, para la cual los datos fueron recopilados puntualmente. De igual manera, para este estudio se aplica el enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo, por lo que se pretende describir, en sus componentes principales, el estado actual de la producción científica sobre el papel de la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME.

La información se recopila mediante la aplicación de la cienciometría o bibliometría, más específicamente mediante la herramienta [bibliometrix](#) (Aria & Cuccurullo, 2017), la cual resulta útil para profesionales sin conocimientos de programación.

Con relación a estos últimos términos, podemos decir que la cienciometría o bibliometría son herramientas cuantitativas que nos permiten obtener datos relevantes sobre la producción, difusión y uso de la información científica previamente registrada. Esto, con el fin primordial de establecer, descifrar, respaldar o justificar los procesos desarrollados en el ámbito de las ciencias. Lo anterior permitirá establecer una idea del estado actual del arte respecto de temáticas específicas de interés para el investigador. No obstante lo anterior, su aplicación en la investigación empresarial es

relativamente nueva y, en muchos casos, poco desarrollada (Hess, 1997; Leydesdorff & Milojevic, 2015; Vanti, 2000; Macías-Chapula, 1998; Tague-Sutcliffe, 1992; Díaz Ramos & Angüis Fúster, 2023; Spiniak, 1996; Donthu et al., 2021).

Por otra parte, cabe destacar que para el desarrollo metodológico, tomamos como referencia autores como Hakala (2011); Díaz Ramos & Angüis Fúster (2023); Arguimbau-Vivó et al. (2013); Donthu et al. (2021); y Kitsios et al. (2020), los cuales sirvieron de guía y apoyo en el desarrollo de este estudio que consta de dos partes. Como primera parte, se realizará un estudio bibliométrico a partir de los datos extraídos de la base de datos de Web of Science, comprendido entre 2018 y 2024. En este se contemplan nueve puntos críticos referentes a: la información principal, la producción científica anual, las revistas, los autores, las afiliaciones, los países con más publicaciones, los artículos, las palabras clave y el grupo (clúster). Como segunda parte, se desarrollará un breve análisis de contenido a partir de una muestra de artículos derivados de la primera parte, tomada mediante muestreo simple al azar. En esta se presenta una síntesis de los abordajes metodológicos, los abordajes teóricos, los principales hallazgos en función de temas centrales y las líneas futuras de investigación potenciales. Lo anterior se logra mediante la revisión sistemática de la literatura.

El proceso metodológico llevado a cabo para la obtención de los datos, entre ellos los criterios de selección, consta de dos etapas y se expone en la **Tabla 1**. No está de más recordar que la selección de palabras clave y de cadenas de búsqueda es una cuestión crítica (Hakala, 2011, p. 203) y de alto valor para garantizar la calidad del estudio.

Tabla 1. Criterios de inclusión

Resumen del proceso de revisión sistemático-Cadena Booleana				
Etapas 1: Palabras clave, cadenas de búsqueda y resultados de Web of Science				
Número de artículos encontrados para cada cadena de búsqueda	(B)	(C)	(D)	Total
(A) Negotiation or Agreements	AND 386	386	386	1158
(B) "Strategic Alliances" and "Multicultural Markets"	AND	0	0	0
(C) Collaboration	AND		0	0
(D) "Internationalization of SMEs"				
Total	386	386	386	1158
Criterios de inclusión				
Article (Document Types) and 2024 or 2023 or 2022 or 2021 or 2020 or 2019 or 2018 (Publication Years) and English (Languages) and Management or Business or Law or Economics or Business Finance or International Relations (Web of Science Categories) and 6.3.2037 Negotiation (Citation Topics Micro). Después de descartar los ítems repetidos, nos quedan 386 artículos para utilizar en el análisis bibliométrico.				
Etapas 2: Como segunda etapa, los 386 artículos (población bajo estudio) fueron ordenados de acuerdo con los artículos más citados. Después de ordenarlos bajo este criterio, a través de un muestreo no probabilístico (Hernández et al., 2014, p. 176), se tomaron en consideración únicamente los 100 artículos más citados para a partir de acá, mediante un muestreo aleatorio simple, poder obtener los 15 artículos necesarios para realizar el breve análisis de contenido.				

Fuente: Elaboración propia, basada en Hakala (2011).

Adicional a la información expuesta en el apéndice A, también se puede ver el “**Search Planning Form**”, en el cual se exponen nuevamente las palabras clave que forman la cadena de búsqueda.

Dicho lo anterior, y habiendo expuesto la metodología empleada para el desarrollo de este estudio, se procede al análisis de los resultados del análisis bibliométrico de los 386 artículos extraídos de la base de datos de Web of Science.

Resultados

Esta sección corresponde al análisis, mediante la herramienta bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017), de nueve puntos críticos, los cuales son: la información principal, la producción científica anual, las revistas, los autores, las afiliaciones, los países con más publicaciones, los artículos, las palabras clave y el grupo (clúster). A continuación se procede con el detalle:

Descripción del análisis bibliométrico

Información principal

Seguidamente, mediante la **Tabla 2**, se presenta un resumen de la información principal que nos proporciona el bibliometriz de los 386 artículos extraídos de la base de datos Web of Science.

Tabla 2. Información principal

Descripción	Resultados
INFORMACIÓN PRINCIPAL SOBRE DATOS	
Espacio de tiempo	2018:2024
Fuentes (revistas, libros, etc.)	114
Documentos	386
Tasa anual de crecimiento %	-18,99
Edad promedio del documento	3.24
Citas promedio por documento	4.073
Referencias	17051
CONTENIDO DEL DOCUMENTO	
Palabras clave más (ID)	892
Palabras clave del autor (DE)	1311
AUTORES	
Autores	739
Autores de documentos de un solo autor	89
COLABORACIÓN DE AUTORES	
Documentos de un solo autor	106
Coautores por documento	2.46
% de coautorías internacionales	34,46
TIPOS DE DOCUMENTOS	
Artículo	372
Artículo; capítulo del libro	1
Artículo; acceso temprano	12
Artículo; publicación con expresión de preocupación	1

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017).

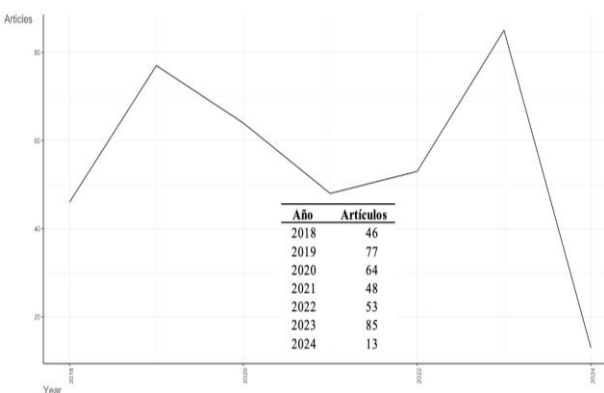
La información expuesta en la **Tabla 2** permite observar que, para el periodo comprendido entre los años 2018 y 2024, 114 artículos, directa o indirectamente, han contemplado conceptos relacionados con la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME. En este mismo periodo, se registran 386 publicaciones, con una antigüedad promedio de 3,24 años desde su publicación. Con respecto a las citas promedio por documento, estas registran 4 citas. Los 386 artículos analizados contienen 1311 palabras clave del autor. En relación con el número de autores de los documentos, se cuenta con 739 investigadores. Del total de autores que participaron en la creación de los artículos, el 12,1 % (89 autores) son autores individuales y el restante 87,9 % (650 autores) trabajan de manera colaborativa con otros autores. Además, en relación con la colaboración entre autores, del total de artículos analizados, el 27,5 % (106 artículos) corresponden a documentos de un solo autor, mientras que el 72,5 % (280 artículos) corresponden a documentos con más de un autor. Otro dato interesante para recalcar es que el 34,46 % de los artículos analizados presentaron coautoría internacional.

Ahora bien, continuando con el análisis bibliométrico, se presenta a continuación la producción científica anual.

Producción científica anual

Seguidamente, mediante la Figura 1, se presenta la producción de artículos científicos entre 2018 y 2024 (7 años).

Figura 1. Producción científica anual



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017).

Como se aprecia en la figura anterior, la evolución anual de la producción científica en relación con la temática bajo estudio ha presentado fluctuaciones importantes. Si bien es cierto que entre 2018 y 2019 se registró un incremento del 67,4 % en la producción, este cayó un 60,42 % en 2021. También se puede apreciar

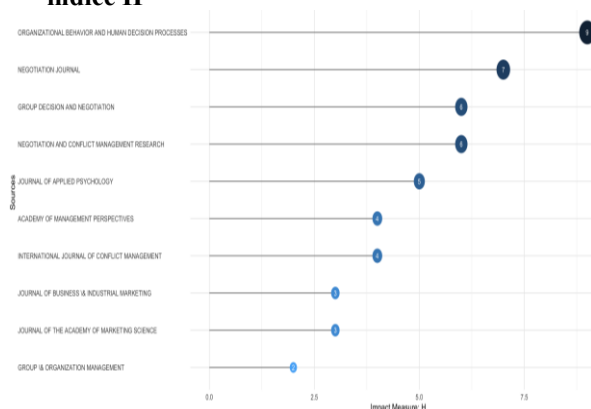
que, para los años 2022 y 2023, la producción se ha incrementado. Es importante esperar a que cierre el año 2024 para contar con una imagen clara de la evolución de la producción durante este periodo, ya que actualmente los datos no están completos.

A continuación, se presenta la información del análisis correspondiente a las revistas científicas.

Revistas

En este apartado se analiza la relevancia de las revistas desde dos perspectivas. Primero, identificar el impacto local de las revistas según su índice H y, posteriormente, según su producción, de esta manera identificando las revistas más importantes en relación con la temática de este estudio.

Figura 2. Impacto local de las revistas según su índice H

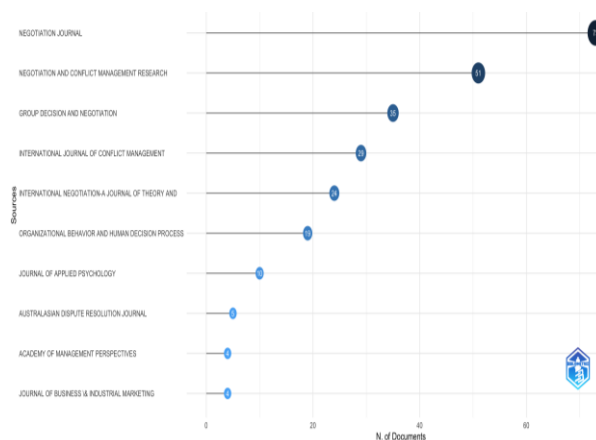


Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017).

A través de la Figura 2 se muestra el impacto de las diez fuentes más relevantes, medido a partir del índice H. Como se puede apreciar, en primer lugar, con un índice $H=9$, está la revista científica *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (Q1), seguida por *Negotiation Journal* (Q2, Q3) con un índice $H=7$. En tercer lugar, tenemos a *Group Decision and Negotiation* (Q1, Q2) y a *Negotiation and Conflict Management Research* (Q2, Q3), ambas con un índice $H=6$ en cada caso. Esto ayuda a identificar cuáles son las revistas con mayor impacto según sus citas, lo cual será de utilidad una vez que se quiera enviar un escrito para su publicación.

Por otra parte, con respecto a las revistas más relevantes según su producción, se presenta la Figura 3.

Figura 3. Revistas más relevantes según su producción



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017).

Como se puede apreciar en la figura anterior, *Negotiation Journal* (Q2, Q3), con 73 publicaciones, es la revista que más publicaciones ha entregado a la comunidad científica, seguida por *Negotiation and Conflict Management Research* (Q2, Q3), con 51 publicaciones. En tercer lugar, con 35 documentos, está *Group Decision and Negotiation* (Q1, Q2). Un dato interesante es que la revista *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (Q1), aunque ocupa el primer lugar según su índice H, en producción de documentos, está en el sexto lugar. Esto hace pensar que, a pesar de no haber publicado tantos artículos como las demás revistas, sus aportes a la comunidad científica son relevantes y, por ende, recibe más citas.

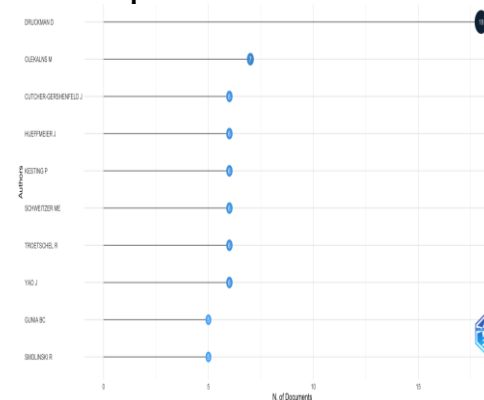
Continuando con el esquema de presentación de resultados, a continuación, se expone la información pertinente para los autores.

Autores

En este apartado se presentará el análisis de tres componentes vinculados a los autores: los autores más relevantes según su número de publicaciones, los autores más citados y la red de colaboración de estos.

En la Figura 4 se detalla el primer aspecto.

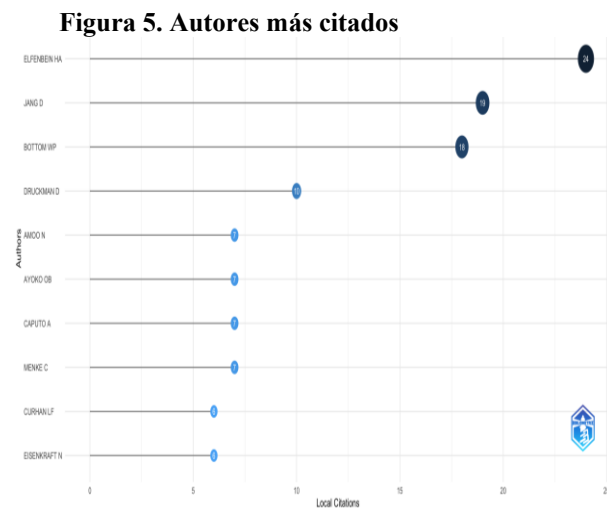
Figura 4. Autores más relevantes según su número de publicaciones



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017).

Con respecto a la figura anterior, se puede afirmar que Druckman D. es el autor que más publicaciones presenta, con 18 artículos, estando un 157 % por arriba de su principal competidor, en este caso, Olekalns M., quien cuenta con solo siete publicaciones. Entre los autores que menos publicaciones tienen entre el 2018 y el primer trimestre del 2024 están Gunia BC. y Smolinski R., ambos con cinco publicaciones cada uno.

Ahora bien, continuando con la información de los autores más citados, se detalla lo siguiente:

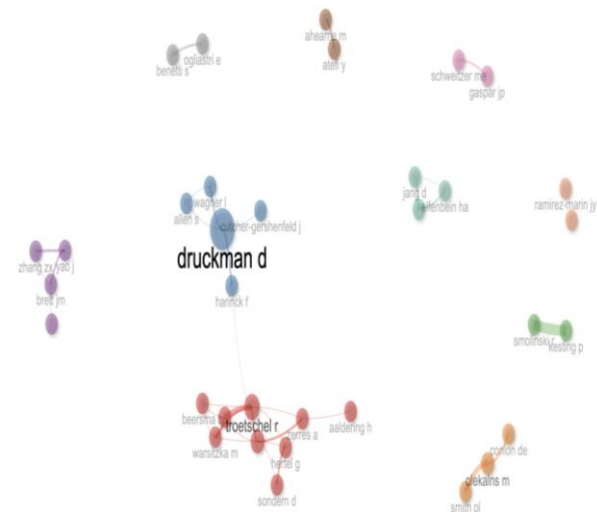


Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017).

Como se puede apreciar, los tres autores más citados (entre los 386 artículos analizados) entre 2018 y lo que va de 2024 son: Elfenbein HA., con 24 citaciones; Jang D., con 19; y Bottom WP., con 18. Algo interesante a recalcar con esto es que ninguno de estos tres autores está entre los diez principales autores según el número de publicaciones. Sería importante darles seguimiento para entender con más detalle por qué están siendo tan citados.

Seguidamente, por medio de la Figura 6, se presenta el tercer y último componente dentro del apartado de “Autores”:

Figura 6. Red de colaboración



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017).

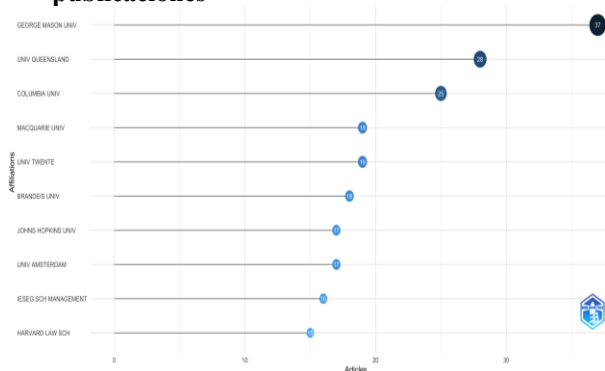
Cada nodo de una red representa a un autor. Cuanto más grande sea el nodo, mayor será la participación del autor en relación con los demás, y cuanto más grueso sea el vínculo entre los nodos, mayor será la aparición de co-ocurrencias entre autores. Cada color representa un grupo colaborativo, en el que los nodos y enlaces de ese grupo pueden utilizarse para explicar la relación entre los colaboradores. Por ejemplo, en el caso de Druckman D. y Troetschel R. (nodos azul y rojo, respectivamente), ambos grupos de autores presentan la mayor colaboración y participación dentro de esta red, específicamente entre 2018 y el primer trimestre de 2024. También, a nivel de grupos, se aprecia una leve relación entre estos dos autores. En caso contrario a lo experimentado por Smolinski R. y Kesting P., quienes representan una red de colaboración muy fuerte (línea de color verde).

En el siguiente apartado se presenta información sobre el quinto punto crítico del análisis de resultados, que corresponde a las afiliaciones.

Afiliaciones

En la siguiente figura se detallan las afiliaciones más relevantes según el número de publicaciones entre 2018 y 2024 (los últimos 7 años).

Figura 7. Afiliaciones más relevantes según publicaciones



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017).

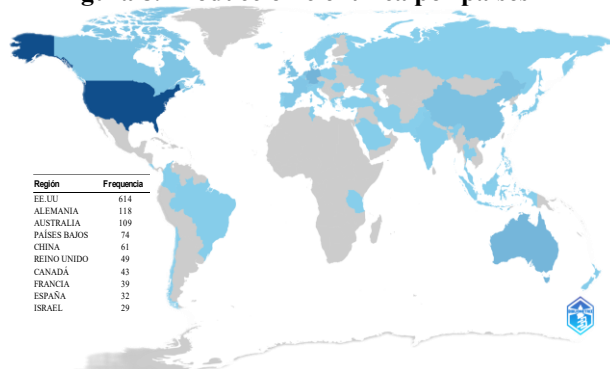
Tal como se representa en la figura anterior, la institución que lidera el ranking en número de artículos publicados es George Mason University (US), con 37 publicaciones, lo que representa el 48 % de la producción, por encima del tercer lugar. En segundo lugar, se tiene a The University of Queensland (Australia) con 28 publicaciones y, en tercer lugar, a Columbia University (US) con 25 publicaciones, con esta última un 32,43 % por debajo del primer lugar en términos de producción de artículos. Algo que llama la atención es que Harvard Law School (US) ocupa el último lugar entre las diez principales instituciones, con únicamente 15 artículos relacionados con la temática en estudio. Esto indica que, en producción, está un 59,46 % por debajo del primer lugar, en este caso, George Mason University (US).

Por otra parte, respecto del sexto punto crítico del análisis de resultados, en la Figura 8 se presentan los datos pertinentes.

Países con más publicaciones

En este subapartado se expone la producción científica de artículos por país, comprendida entre el 2018 y el primer trimestre de 2024 (en total, 7 años).

Figura 8. Producción científica por países



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017).

En esta Figura 8 se destacan los diez principales países en cuanto al nivel de producción de artículos científicos vinculados con la temática bajo estudio, lo cual corresponde al papel de la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME.

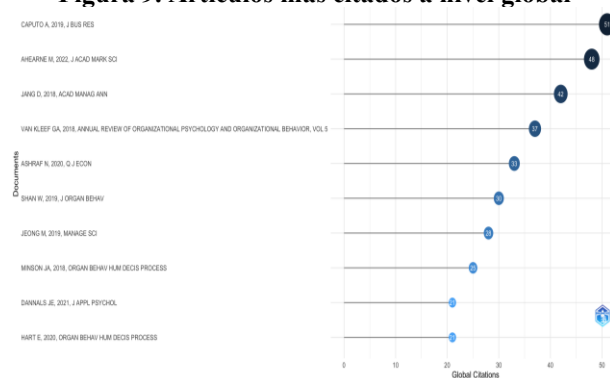
Como se observa, Estados Unidos de América (EE. UU.) ocupa el primer lugar con 614 artículos, seguido por Alemania con 118 y, en tercer lugar, Australia con 109 artículos. Este resultado está relacionado con el obtenido en el breve análisis de contenido de los 15 artículos extraídos de esta población, en el que se menciona que el 37 % de ellos tiene su foco geográfico en América, principalmente en EE. UU.

Continuando con los resultados, como se indicó al inicio, el séptimo punto crítico del análisis de resultados corresponde a los artículos, que se detallan a continuación.

Artículos

En esta sección se presentan los datos de los artículos más citados a nivel global. Cabe destacar que, por “Nivel Global”, se hace referencia a todos los documentos incluidos en la base de datos de Web of Science (Aria & Cuccurullo, 2017).

Figura 9. Artículos más citados a nivel global

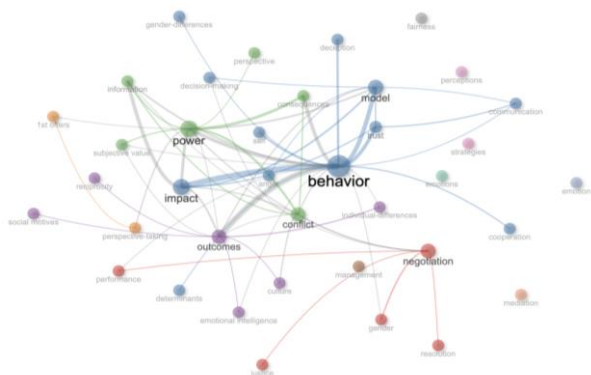


Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017).

Como bien lo comentan Donthu et al. (2021), el análisis de citas es una técnica básica para el mapeo científico que opera bajo el supuesto de que las citas reflejan vínculos intelectuales entre publicaciones, formados cuando una publicación cita a la otra. En este caso se aprecia que Caputo et al. (2019); Ahearne et al. (2022); y Jang et al. (2018) son los autores de los tres artículos más citados a nivel global. Los datos de esta Figura 9 sirven para identificar los estilos y enfoques empleados por los artículos más citados en la temática de este estudio.

Continuando con el análisis de los resultados, a continuación se presenta la nube de palabras clave

Figura 12. Red temática



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017).

Cada nodo de una red representa un tema. Cuanto más grande sea el nodo, mayor será la participación de ese tema en relación con los demás, y cuanto más gruesa sea la línea entre los nodos, mayor será la aparición de coocurrencias entre temas. Cada color representa un grupo temático, en el que los nodos y enlaces de ese grupo pueden utilizarse para explicar la relación entre los temas.

Con respecto a la Figura 12, se identifican cuatro grandes grupos temáticos: el comportamiento (behavior), la negociación (negotiation), el poder (power) y los resultados (outcomes). Además, se relacionan entre sí, por ejemplo, en temas como conflicto, impacto, modelo, confianza, engaño, inteligencia emocional y cultura, entre otros. Otros nodos aislados, como el correspondiente a la emoción o emociones, deberían estar enlazados con otros, ya que están relacionados directamente con el enojo (anger), que sí presenta relaciones directas.

Para describir una relación directa, podría tomarse como ejemplo el nodo de comportamiento (de color azul); en él se observa que las relaciones temáticas más fuertes son entre el impacto, el modelo y la confianza, y un poco más leves con el engaño. Esto es lógico, ya que, dependiendo del comportamiento del negociador, posiblemente en términos de engaño, este impactará negativamente en la negociación, afectando así la confianza de la contraparte y, por ende, el modelo de negociación utilizado (Brett & Mitchell, 2019; Kang & Schweitzer, 2022; Gaspar et al., 2022). Quizás, se debe a este razonamiento que estos temas presentan relación entre sí en esta red y, por ende, en los artículos analizados.

Con esto último, se concluye la primera parte del estudio y se procede a la segunda, correspondiente al análisis de contenido.

Breve análisis de contenido

Síntesis de los abordajes metodológicos

A continuación, se presenta un breve resumen de los abordajes metodológicos contemplados en los 15 artículos analizados.

Desde el punto de vista de la naturaleza de los estudios se tiene lo siguiente:

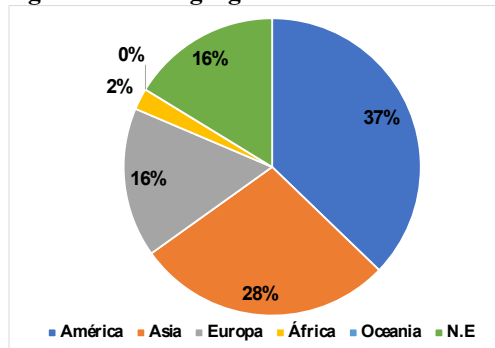
El 100 % de los estudios analizados son de naturaleza empírica. Por esta razón, futuras investigaciones deberían plantearse si seguir este patrón o explorar qué sucede si se cambia de enfoque. Acá lo importante es contribuir más con estudios de calidad al ámbito científico.

Desde la perspectiva del diseño metodológico de los estudios, se obtiene lo siguiente:

El 53 % de los 15 artículos analizados tienen un enfoque cualitativo, el 47 % un enfoque cuantitativo y ninguno de ellos es mixto. Este último es un dato interesante, ya que, dada la temática bajo análisis, habría de suponerse que existen más estudios mixtos para aportar mayor riqueza al tema; sin embargo, no es así. Esto debe considerarse una oportunidad para futuras investigaciones (Jang et al. 2018). De una u otra forma, lo mencionado anteriormente está relacionado con los resultados referentes a las líneas futuras de investigación, en las que un 14 % de dichas líneas hace mención de aspectos metodológicos.

En relación con el foco geográfico de los estudios se tiene lo siguiente:

Figura 13. Foco geográfico de los estudios



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Web of Science

El 16 % de los estudios no indica en qué país se ejecuta. Esto se debe a que, básicamente, son estudios cualitativos basados en una revisión sistemática de la literatura, por lo cual no cuentan con un país en específico. El otro factor es que simplemente no se indica con exactitud dónde se realizó dicho estudio, dado que se ejecutó de forma abierta por medio de internet. Por otra parte, se observa que el 37 % de los estudios se realizaron en América, principalmente en los Estados Unidos de América (EE. UU.), lo cual es lógico, ya que por la

temática EE. EE. UU. tiene una mayor influencia a nivel global.

Por otra parte, dentro de los abordajes metodológicos adicionales, se puede mencionar que únicamente el estudio de Caputo et al. (2019) presenta prueba de robustez; los demás artículos no lo mencionan. En lo que respecta a técnicas estadísticas multivariadas, únicamente autores como Caputo et al. (2019), Naurin et al. (2019), Hart & Schweitzer (2022), Kang & Schweitzer (2022) y Lewis et al. (2018) las utilizan. Predominantemente, la revisión sistemática de la literatura es la más utilizada. También, el empleo de escalas de medición juega un papel importante, así como, por supuesto, el análisis de textos (Lewis et al., 2018). Algunos autores, como Kang & Schweitzer (2022) y Caputo et al. (2019), utilizan plataformas para reclutar participantes, lo cual resulta útil para futuras investigaciones.

Síntesis de los abordajes teóricos

En relación con los abordajes teóricos contemplados en los 15 artículos analizados, la Tabla 3 presenta una síntesis de los principales hallazgos. No está de más mencionar que estos serán de gran ayuda en futuras investigaciones relacionadas con esta temática.

Tabla 3. Resumen de abordajes teóricos y metodológicos

Año	Autor(es)	Teorías usadas
2019	Caputo, A., Ayoko, O. B., Amoo, N., & Menke, C.	Emplean la teoría de cultura de Hofstede (1980)
2017	van Kleef & Cote.	Las emociones como teoría de la información social (EASI) de Van Kleef (2009, 2016).
2018	Richardson & Rammal.	Teoría de la negociación (Brett & Gelfand, 2005)
2022	Gaspar, J. P., Methasani, R., & Schweitzer, M. E.	Teoría del engaño interpersonal de Buller & Burgoon (1996). Teoría de la riqueza de los medios de Daft & Lengel (1986).
2019	Ramirez Marin, J., Olekalns, M., & Adair, W.	Utilizan dos perspectivas recientes en la teoría cultural. En primer lugar, los prototipos culturales: dignidad, rostro y honor (Leung & Cohen, 2011) y, en segundo lugar, las diferencias culturales en la tensión y la holgitud (Gelfand et al., 2011). Además, tres documentos seminales informan de evidencia empírica de diferencias culturales en los comportamientos de gestión de conflictos (Tinsley, 1998, 2001; Tinsley & Brett, 2001).
2019	Naurin, D., Naurin, E., & Alexander, A.	Teoría de la negociación e investigación en psicología, comunicaciones y economía Barron (2003), Babcock & Laschever (2003); Florea et al (2003); Kray & Thompson (2005); Karpowitz, Mendelberg & Shaker (2012)
2019	Brett, J. M., & Mitchell, T.	Triada clásica de Mayer et al., (1995) criterios para determinar la fiabilidad. Teoría de tightness-looseness Witkin & Berry (1975). Uso del marco de referencia de los cuatro cuadrantes formados por la intersección de confianza cultural de Brett et al., (2017).
2019	Saorin-Iborra, M. C., & Cubillo, G.	Para la clasificación de las acciones competitivas toman como referencia la tipología basada en Lewicki & Robinson (1998). La teoría del intercambio social que destaca el impacto de la percepción de la equidad o la confianza en la reciprocidad de los comportamientos (Molm et al., 2000). La teoría de la identidad que señala la congruencia en los valores de Freeman et al., (2004). La tipología de Adair & Brett (2005), Bolman et al. (2000), Kim et al. (2005) y Saorin-Iborra (2008b) para el análisis de acciones de orientación integradora. Usan la literatura de negociación de Ganesan, 1993; Graham, 1985a, 1985b; Simintiras & Thomas, 1998), para la determinar la satisfacción del cliente como indicador para saber si un resultado es un fracaso o un éxito.
2022	Hart, E., & Schweitzer, M. E.	Se apoyan en la teoría expuesta por (Hart & Schweitzer, 2020).
2019	Rees, L., & Kopelman, S.	Adoptan una lógica de adecuación culturalmente informada apartir de Kopelman, (2009); March (1994); Weber et al., (2004), y Kopelman et al., (2016) para arrojar luz sobre temas emergentes y poco explorados en este ámbito.
2018	Olekalns, M., & Smith, P. L.	Con relación a la medida de utilidad subjetiva, los autores utilizaron el inventario de valor subjetivo de Curhan et al. (2007). También, basados en el trabajo de Loewenstein et al. (1989) y Messick & Sentis (1979), los autores probaron tres modelos, uno para cada calificación de satisfacción. Los autores se basaron en la hipótesis del triángulo de Kelley & Stahelski (1970a, b) , para probar si las diferentes opciones de estrategia de los negociadores de orientación cooperativa e individualista estaban paralelas a diferencias cognitivas.
2022	Kang, P., & Schweitzer, M. E.	Este estudio se basa en el artículo fundamental de Fulmer et al. (2009). También, se basan en el trabajo de Campagna et al., (2016) para introducir una distinción importante que estudios anteriores han pasado por alto: la direccionalidad de la emoción mal representada. Siguió las directrices de Simmons et al., (2013), en relación con el reclutamiento de los participantes. Metodológicamente se apoyan en tres artículos adaptados de Levine & Schweitzer (2015).
2018	Graham, J. L.	El enfoque inventivo de las negociaciones se basa en el trabajo de la psicología social con conceptos probados que se obtienen de: Kelley & Littman, (2005); Chesbrough, (2006); Hagel et al., (2012); y Obstfeld, (2005).
2018	Lewis, B., Olekalns, M., Smith, P. L., & Barker Caza, B.	Los autores se basan en investigaciones sobre resiliencia por ejemplo: Fredrickson & Joiner (2002), y Folkman & Moskovic (2000), también, en otros hallazgos expuestos por Druckman (1986, 1990, 2001, 2004, 2013).

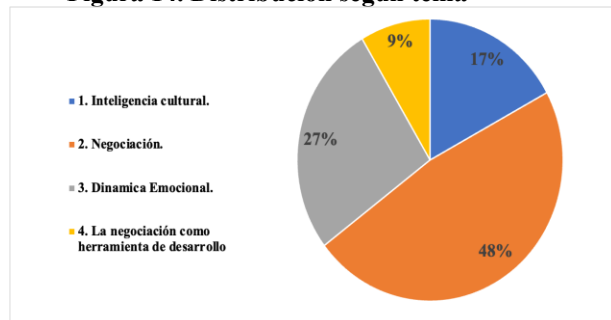
Nota: Las primeras y segundas columnas hacen referencia al año y al autor del artículo del cual fue extraída la información. La tercera columna, “Teorías Usadas”, se refiere a la teoría o marco conceptual sobre la cual se basan o se los el autor para desarrollar su estudio o desarrollar una herramienta.

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Web of Science

Síntesis de los principales hallazgos en función de los temas centrales

Respecto a los principales hallazgos en función de los temas centrales, a continuación, en la Figura 14, se presenta la distribución porcentual de cada tema contemplado en estos 15 estudios.

Figura 14. Distribución según tema



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Web of Science

Como se puede apreciar, el 48 % de los temas en los 15 estudios analizados están directamente vinculados con la negociación; esto es lógico porque fue parte de la cadena de búsqueda. Sin embargo, a pesar de que el término correspondiente a "Alianzas Estratégicas" formaba parte de la cadena de búsqueda, ninguno de los artículos tocó esta temática.

El segundo tema más presente en los estudios es el de la dinámica emocional, con un 27 % del total.

Como se puede apreciar, la negociación y la dinámica emocional representan en conjunto el 75 % de los temas. Los artículos vinculados a la temática de negociación básicamente se enfocan en los estilos de negociación, las dinámicas de negociación, muy poco en los negocios o negociaciones internacionales, la comunicación, las reacciones o comportamiento de la contraparte, y los acuerdos, mientras que por el lado de la dinámica emocional se enfocan en la competencia, mucho en el conflicto, la cooperación, la confianza, el engaño, el "Schmoozing", y la satisfacción del cliente.

Acá se puede hacer un paréntesis para recordar que la mayoría de los autores consideran a la negociación como una herramienta para solucionar conflictos, mismos que desencadenan o pueden desencadenar en aspectos emocionales (van Kleef & Cote, 2017; Ramirez-Marin, et al., 2019; Richardson & Rammal, 2018; Gaspar et al., 2022; Naurin et al., 2019; Rees & Kopelman, 2019; Kang & Schweitzer, 2022; Graham, 2018; Lewis et al., 2018), por esta razón podría justificarse tal situación.

Dado lo expuesto anteriormente, se puede suponer que existe un vacío en el desarrollo de estudios que vinculen la negociación con el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME.

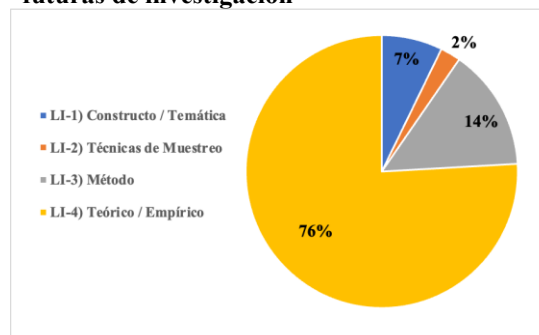
Por otra parte, con el fin de ampliar la información anterior, en el Apéndice B se puede observar el mapa de la literatura (Plano & Creswell, 2015), que contiene la misma información discutida anteriormente.

Síntesis de las potenciales líneas futuras de investigación

Como síntesis de las líneas futuras de investigación potenciales, en la Figura 15 se presenta la participación

porcentual con base en la codificación previamente planteada por los autores.

Figura 15. Distribución porcentual de las líneas futuras de investigación



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Web of Science

El 76 % de las líneas futuras (LF) de investigación se enfocan principalmente en desarrollar más estudios, ya sean teóricos o empíricos. Un 14 % de las LF de investigación hacen énfasis en el aspecto metodológico, primordialmente para superar las limitaciones encontradas en estos estudios, como por ejemplo, desarrollar estudios en entornos reales fuera del laboratorio (van Kleef & Cote, 2017; Lewis et al., 2018), estudios con otros enfoques metodológicos como el uso del enfoque mixto (Caputo et al., 2019) o más empíricos (Gaspar et al., 2022), estudios longitudinales (Brett & Mitchell, 2019; Saorín-Iborra & Cubillo, 2019), entre otros.

Habiendo concluido la sección de análisis e interpretación de los resultados, procedemos a la última sección de este estudio: la discusión y las conclusiones.

Discusión y conclusiones

A través de este estudio se logró analizar el estado actual de la producción científica en relación con el papel de la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME, por medio del cual, fue posible dar respuesta a nuestra pregunta de investigación correspondiente a: ¿Cuál es el estado actual de la producción científica en relación con el papel de la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME?

Los resultados de esta investigación guardan relación con los encontrados por autores como Jang et al. (2018), en los cuales, se observa que los autores de literatura relacionada a negociación, se enfocan en estilos metodológicos muy similares y de limitado alcance, dificultando de esta manera el desarrollo de estudios científicos más eficaces y profundos en temáticas relacionadas con el proceso completo de la negociación.

Por otra parte, a través de los resultados obtenidos, se da respuesta a la pregunta de investigación:

Para el periodo comprendido entre 2018 y 2024, 114 artículos han abordado conceptos relacionados con la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME. En este mismo periodo, se registran 386 artículos, con una antigüedad promedio de 3 años desde su publicación. Solo el 34,46 % de los artículos analizados presentaron coautoría internacional. Esto último puede interpretarse como una oportunidad de colaboración.

La evolución anual de la producción científica en relación con la temática bajo estudio ha presentado fluctuaciones importantes. Entre el 2018 y el 2019 presentó un incremento del 67,4 % en la producción; sin embargo, cayó un 60,42 % en el año 2021. Para los años siguientes, la producción se ha incrementado en comparación con los anteriores.

Las tres revistas más relevantes, medidas a partir del índice H, son: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *Negotiation Journal*; y, ocupando el tercer lugar, *Group Decision and Negotiation* y *Negotiation and Conflict Management Research*, ambas con un índice H=6. De manera similar, las tres revistas más importantes según el número de publicaciones son: *Negotiation Journal*, *Negotiation and Conflict Management Research* y *Group Decision and Negotiation*. Un dato interesante es que la revista *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, aunque ocupa el primer lugar según su índice H, a nivel de producción de documentos, está en el sexto lugar. Esto nos hace pensar que, a pesar de no haber publicado tantos artículos como las demás revistas, sus aportes a la comunidad científica son relevantes y, por ende, recibe más citas.

Entre otros hallazgos, vimos que Druckman D. es el autor que más publicaciones presenta, con 18 artículos, y está un 157 % por arriba de su principal competidor, en este caso, Olekalns M., quien cuenta con solo siete publicaciones. Además, vemos que los tres autores más citados (entre los 386 artículos analizados) entre 2018 y lo que va de 2024 son Elfenbein H.A., Jang D. y Bottom WP. Algo interesante a recalcar con esto es que ninguno de estos tres autores está entre los diez principales autores según el número de publicaciones.

Los resultados relacionados con la afiliación nos muestran que las instituciones que lideran el ranking en número de artículos publicados son: George Mason University (US), The University of Queensland (Australia) y, en tercer lugar, Columbia University (US).

Con respecto a los principales países según su nivel de producción de artículos científicos vinculados con nuestra temática de estudio, la cual corresponde al papel de la negociación en el desarrollo de alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME, se observa que Estados Unidos de América (EE. UU.) ocupa el primer

lugar, seguido por Alemania y, en tercer lugar, Australia. Este resultado está relacionado con el obtenido en el análisis de contenido de los 15 artículos extraídos de esta población, en el que se menciona que el 37 % de ellos tiene su foco geográfico en América, principalmente en EE.UU.

En relación con los artículos más citados a nivel global, tenemos que Caputo et al. (2019); Ahearne et al. (2022); y Jang et al. (2018) son los autores de los tres artículos más citados dentro de la base de datos de Web of Science (para más detalle, ver las referencias).

De los hallazgos relacionados con las palabras clave expuestas por los autores y que se repiten con mayor frecuencia, están: Comportamiento (behavior), Negociación (negotiation), Fuerza/Poder (power), Impacto (impact), Modelo (model), Conflicto (conflict) y Resultados (outcomes). Como se aprecia, estos datos guardan cierta relación con los resultados del análisis de contenido, específicamente en la síntesis en función de los temas centrales, donde el 75 % de los temas en los 15 artículos hace referencia a negociación y dinámica emocional, en los que se contemplan, como subtemas, varias de las palabras clave anteriormente expuestas. Cabe destacar que no se presentan palabras clave relacionadas con alianzas estratégicas e internacionalización. Eso podría deberse principalmente a que la mayoría de los autores consideran la negociación como una herramienta para la solución de conflictos y no como una estrategia para lograr diferentes resultados, como la internacionalización de la PYME (Jang et al., 2018).

Entre los resultados, también está que las estrategias de negociación son un tema en crecimiento y que podría convertirse en un nuevo motor de investigación. Otro tema interesante es el del enojo (anger), que está relacionado con las emociones. Esto último guarda relación con los resultados de la nube de palabras y la síntesis en función de los temas centrales del análisis de contenido, en los cuales se refleja como tema recurrente dado a que es un tema vinculado al conflicto, y como se mencionó, la mayoría de los autores consideran a la negociación como una herramienta para la solución de conflictos.

Entre los hallazgos, podemos identificar cuatro grandes grupos temáticos: comportamiento (behavior), negociación (negotiation), poder (power) y resultados (outcomes). Además, se relacionan entre sí, por ejemplo, en temas como conflicto, impacto, modelo, confianza, engaño, inteligencia emocional y cultura, entre otros. En los resultados no se logró identificar temas relacionados con las alianzas estratégicas, lo cual concuerda con lo mencionado por Wang & Rajagopalan (2015).

Con respecto al breve análisis de contenido, se obtuvo información relevante tanto desde el punto de vista académico como desde el práctico. Dicha información fue posible obtenerla por medio de una

revisión sistemática de la literatura, metodología que se ha discutido en profundidad en varios artículos (Denyer & Neely 2004; Thorpe et al. 2005; Tranfield et al. 2003), y la cual, es un método eficaz para reflexionar sobre un campo de investigación y proporcionar una síntesis de este que sea intrínsecamente holística (Hakala, 2011; Pittaway & Cope, 2007; Tranfield et al., 2003).

Por otra parte, en relación con las limitaciones presentadas en este estudio, cabe mencionar que únicamente se toma en consideración la base de datos de Web of Science para el análisis bibliométrico y una muestra no probabilística para el breve análisis de contenido. Futuras investigaciones deberían considerar más bases de datos y muestras probabilísticas para, de esta forma, generalizar los resultados del análisis de contenido a la población.

Este estudio también presenta implicaciones teóricas y prácticas. En el caso de la primera, sirve como base teórica para despertar el interés de otros autores por los temas acá discutidos. Desde un punto de vista práctico, este trabajo sienta las bases para que profesionales y académicos cuenten con un punto de partida para el diseño de estrategias y trabajos futuros.

Además, dado a que las necesidades de la sociedad son grandes y crecientes ya que los modelos de negocios existentes de las empresas se basarán cada vez más en datos, y rápidamente surgirán nuevos modelos de negocios para redefinir la forma en que las empresas crean y entregan o comparten valor, es indispensable ejecutar estudios cualitativos que examinan directamente cómo las prácticas de negociación influyen en el éxito de las alianzas estratégicas para la internacionalización de PYME, los cuales puedan aportar valor práctico, con el cual las organizaciones puedan llevar a la práctica los resultados obtenidos para de esta manera alcanzar más y mejores beneficios económicos, sociales y tecnológicos (Porter & Kramer, 2011; He et al., 2020).

Agradecimientos

Los autores desean agradecer el apoyo brindado por la Oficina de Postgrado del Instituto Tecnológico de Costa Rica [ITCR] para esta publicación.

Referencias

- Arguimbau-Vivó, L., Fuentes-Pujol, E., & Gallifa-Calatayud, M. (2013). Una década de investigación documental sobre cienciometría en España: Análisis de los artículos de la base de datos ISOC (2000-2009). *Revista Española de Documentación Científica*, 36(2), en007. <https://doi.org/10.3989/redc.2013.2.907>
- Aria, M. & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Ahearne, M., Atefi, Y., Lam, S. K., & Pourmasoudi, M. (2022). The future of buyer–seller interactions: A conceptual framework and research agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(1), 22–45. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00803-0>
- Brett, J. M., & Mitchell, T. (2019). Searching for trustworthiness: Culture, trust and negotiating new business relationships. *International Journal of Conflict Management*, 31(1), 17–39. <https://doi.org/10.1108/IJCM-05-2019-0085>
- Covey, S. (2003). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva: la revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa*. Paidós Plural.
- Cargill, M., & O'Connor, P. (2009). *Writing scientific research articles: Strategy and steps*. Wiley-Blackwell.
- Chang Castillo, H. G. (2010). El modelo de la triple hélice como medio de vinculación entre la universidad y la empresa. *Revista Nacional de Administración*, 1(1), 85–94. <https://doi.org/10.22458/rna.v1i1.286>
- Cuervo-Cazurra, A., Caligiuri, P., Andersson, U., & Brannen, M. (2013). From the Editors: How to write articles that are relevant to practice. *Journal of International Business Studies*, 44, 285–289. <https://doi.org/10.1057/jibs.2013.17>
- Caputo, A., Ayoko, O. B., Amoo, N., & Menke, C. (2019). The relationship between cultural values, cultural intelligence and negotiation styles. *Journal of Business Research*, 99, 23–36. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.011>
- Denyer, D. & Neely, A. (2004). Introduction to special issue: innovation and productivity performance in the UK. *International Journal of Management Reviews*, 5(6), 131–135. <https://doi.org/10.1111/j.1460-8545.2004.00100.x>
- Donthu N, Kumar S, Mukherjee D, Pandey N. & Marc Lim W. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- David-López, G. P. (2022). Impacto social de la Cuarta Revolución Industrial y la responsabilidad social empresarial como respuesta. *I+D Revista De Investigaciones*, 17(2), 121–130. <https://doi.org/10.33304/revinv.v17n2-2022008>
- Díaz Ramos, A., & Angüis Fúster, Y. (2023). Incertidumbre política como variable de estudio en las ciencias económicas y administrativas: un análisis bibliométrico. *Journal of Technology Management & Innovation*, 18(1), 113–128. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242023000100113>

- Elmuti, D., & Kathawala, Y. (2001). An overview of strategic alliances. *Management Decision*, 39(3), 205–217. DOI: [10.1108/EUM0000000005452](https://doi.org/10.1108/EUM0000000005452)
- Fisher, R., & Ury, W. (1985). *¡Sí, de acuerdo! Cómo negociar sin ceder*. Editorial Norma
- Fuertes, G., Alfaro, M., Vargas, M., Gutiérrez, S., Ternero, R., & Sabattin, J. (2020). Conceptual Framework for the Strategic Management: A Literature Review—Descriptive. *Journal of Engineering*, 2020, 1–21. <https://doi.org/10.1155/2020/6253013>
- Graham, J. L. (2018). A third theory: Inventive negotiation. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 34(4), 703–710. <https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2015-0235>
- Gundolf, K., Jaouen, A., & Gast, J. (2018). Motives for strategic alliances in cultural and creative industries. *Creativity and Innovation Management*, 27(2), 148–160. <https://doi.org/10.1111/caim.12255>
- Galvão, A., Mascarenhas, C., Marques, C., Ferreira, J., & Ratten, V. (2019). Triple helix and its evolution: A systematic literature review. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(3), 812–833. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-10-2018-0103>
- Ginanneschi, M. (2021). Long-term strategic thinking, the Themis method and the future of food. *Technological Forecasting and Social Change*, 165, 120468. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120468>
- Gaspar, J. P., Methasani, R., & Schweitzer, M. E. (2022). Emotional Intelligence and Deception: A Theoretical Model and Propositions. *Journal of Business Ethics*, 177(3), 567–584. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04738-y>
- Hess D. (1997). *Science Studies: An Advanced Introduction*. New York University Press.
- Hakala, H. (2011). Strategic Orientations in Management Literature: Three Approaches to Understanding the Interaction between Market, Technology, Entrepreneurial and Learning Orientations: Orientations in Management Literature. *International Journal of Management Reviews*, 13(2), 199–217. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2010.00292.x>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- He, Q., Meadows, M., Angwin, D., Gomes, E., & Child, J. (2020). Strategic Alliance Research in the Era of Digital Transformation: Perspectives on Future Research. *British Journal of Management*, 31(3), 589–617. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12406>
- Hart, E., & Schweitzer, M. E. (2022). When we should care more about relationships than favorable deal terms in negotiation: The economic relevance of relational outcomes (ERRO). *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 168, 104108. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2021.104108>
- Jones, G., & George, J. (2009). *Administración contemporánea (6.ª ed.)*. McGraw-Hill.
- Jang, D., Elfenbein, H. A., & Bottom, W. P. (2018). More than a Phase: Form and Features of a General Theory of Negotiation. *Academy of Management Annals*, 12(1), 318–356. <https://doi.org/10.5465/annals.2016.0053>
- Kenichi, O. (1982). *The Mind of Strategist*. McGraw-Hill.
- Kitsios, F., Kamariotou, M., & Talias, M. A. (2020). Corporate Sustainability Strategies and Decision Support Methods: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 12(2), Article 2. <https://doi.org/10.3390/su12020521>
- Kang, P., & Schweitzer, M. E. (2022). Emotional Deception in Negotiation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 173, 104193. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2022.104193>
- Leydesdorff L. & Milojevic S. (2015). Scientometrics. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 322–327. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.85030-8>
- Lewis, B., Olekalns, M., Smith, P. L., & Barker Caza, B. (2018). See the Benefit: Adversity Appraisal and Subjective Value in Negotiation. *Negotiation Journal*, 34(4), 379–400. <https://doi.org/10.1111/nej.12243>
- Loureiro, S. M. C., Guerreiro, J., & Tussyadiah, I. (2021). Artificial intelligence in business: State of the art and future research agenda. *Journal of Business Research*, 129, 911–926. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.001>
- Macías-Chapula C. (1998). O papel da infometria e da cienciometria, com perspectiva nacional e internacional. *Ciência da Informação*, 27(2), 134–140. <https://www.scielo.br/j/ci/a/rz3RTKWZpCxVB865BQRvtmh/?format=pdf&lang=pt>
- Mackay, D., & Zundel, M. (2017). Recovering the Divide: A Review of Strategy and Tactics in Business and Management. *International Journal of Management Reviews*, 19(2), 175–194. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12091>
- Mamédio, D., Rocha, C., Szczepanik, D., & Kato, H. (2019). Strategic alliances and dynamic capabilities: A systematic review. *Journal of*

- Strategy and Management*, 12(1), 83–102. <https://doi.org/10.1108/JSMA-08-2018-0089>
- Naurin, D., Naurin, E., & Alexander, A. (2019). Gender Stereotyping and Chivalry in International Negotiations: A Survey Experiment in the Council of the European Union. *International Organization*, 73(2), 469–488. <https://doi.org/10.1017/S0020818319000043>
- Olekalns, M., & Smith, P. L. (2018). A Satisfied Mind: Motivational Orientation, Feedback and the Subjective Value of Negotiation Outcomes. *Group Decision and Negotiation*, 27(2), 179–196. <https://doi.org/10.1007/s10726-018-9558-x>
- Pittaway, L. & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education: a systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479–510. <https://doi.org/10.1177/0266242607080656>
- Porter, M., & Kramer, M. (2011). *La creación de valor compartido*. Harvard Business Review América Latina.
- Plano, V., & Creswell, J. (2015). *Understanding Research: A Consumer's Guide*. (2ª ed). PERSON.
- Richardson, C., & Rammal, H. G. (2018). Religious belief and international business negotiations: Does faith influence negotiator behaviour? *International Business Review*, 27(2), 401–409. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.09.007>
- Ramirez Marin, J., Olekalns, M., & Adair, W. (2019). Normatively Speaking: Do Cultural Norms Influence Negotiation, Conflict Management, and Communication? *Negotiation and Conflict Management Research*, 12(2), 146–160. <https://doi.org/10.1111/ncmr.12155>
- Rees, L., & Kopelman, S. (2019). Logics and Logistics for Future Research: Appropriately Interpreting the Emotional Landscape of Multicultural Negotiation. *Negotiation and Conflict Management Research*, 12(2), 131–145. <https://doi.org/10.1111/ncmr.12152>
- Rawashdeh, A., Abdallah, A. B., Alfawaeer, M., Al Dweiri, M., & Al-Jaghbeer, F. (2024). The Impact of Strategic Agility on Environmental Sustainability: The Mediating Role of Digital Transformation. *Sustainability*, 16(3). <https://doi.org/10.3390/su16031338>
- Spiniak E. (1996). *Diccionario Enciclopédico de Bibliometría, Cienciometría e Infometría*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000243329>
- Spieth, P., & Meissner Née Schuchert, S. (2018). BUSINESS MODEL INNOVATION ALLIANCES: HOW TO OPEN BUSINESS MODELS FOR COOPERATION. *International Journal of Innovation Management*, 22(04), 1850042. <https://doi.org/10.1142/S1363919618500421>
- Saorín-Iborra, M. C., & Cubillo, G. (2019). Supplier behavior and its impact on customer satisfaction: A new characterization of negotiation behavior. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 25(1), 53–68. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2018.03.002>
- Segura, C. (2021). Military Strategy Innovation. Innovating with the support of the Modern Strategic Tool: Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) +1. *Journal of the Americas*. 3(2), 184–193. https://www.airuniversity.af.edu/Portals/10/JOTA/Journals/Volume%203%20Issue%202/04-Segura_eng.pdf
- Segura-Villarreal, C. (2021). El papel de la negociación en la planeación de la estrategia militar. *Ciencia y Poder Aéreo*. 16(2), 82–97. <https://publicacionesfac.com/index.php/cienciaypoderaereo/issue/view/49/11>
- Tague-Sutcliffe J. (1992). An introduction to infometrics. *Information Processing & Management*, 28(1), 1–3. [https://doi.org/10.1016/0306-4573\(92\)90087-G](https://doi.org/10.1016/0306-4573(92)90087-G)
- Thorpe, R., Holt, R., Macpherson, A. & Pittaway, L. (2005). Using knowledge within small and medium-sized firms: a systematic review of the evidence. *International Journal of Management Reviews*, 7, 257–281. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2005.00116.x>
- Tranfield, D., Denyer, D. & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence informed management-knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Teece, D. J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, 43(2-3), 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>
- Vanti, N. (2000). Métodos cuantitativos de evaluación de la ciencia: bibliometría, cienciometría e infometría. *Investigación Bibliotecológica*, 14(29), 10–23. <http://rev-ib.unam.mx/ib/index.php/ib/article/view/3943/3495>
- van Kleef & Cote. (2018). Emotional Dynamics in Conflict and Negotiation: Individual, Dyadic, and Group Processes. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5, 437–464. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-03-21-2017-00002>

