

## 1972-2005: EN LA CUARTA DÉCADA DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE GRUPOS ESTRATÉGICOS ¿QUÉ HEMOS APRENDIDO?

Hervás Oliver, J.L.

Dalmau Porta, J.I.

Albors Garrigós, J.

Universidad Politécnica de Valencia

### RESUMEN

El trabajo realiza un análisis exhaustivo de la principal literatura sobre el tema de los grupos estratégicos, tanto nacional como internacional, al objeto de sistematizar toda la información generada por los investigadores y posicionar el estado de la cuestión actual. En este sentido, el objetivo del trabajo es doble. En primer lugar, se sistematizan todos los avances y limitaciones existentes. En segundo lugar, se compara, empíricamente con técnicas de Chi-Cuadrado el estado de la cuestión en España con el ámbito internacional, desde el punto de vista de las líneas de investigación u objetivos seguidos, la metodología utilizada, las muestras y los resultados de los artículos. Por último, se ofrece una fotografía actual y se debaten las líneas futuras del campo de investigación.

**PALABRAS CLAVE:** Grupos Estratégicos, Metodología, diferencia investigación España versus ámbito Internacional, Estado de la Cuestión.

### ABSTRACT

This study show an exhaustive and current analysis about all the relevant literature on strategic groups published to date. Thus, the target is double. First, we analyse and classify the main papers in the field in order to clarify all de advantages and limitations got in the selected topic. Secondly, the work compare the state-of-the-art in Spain to the international one, from the point of view of the different stream researches, the methodology employed, the samples and the articles outcomes. Lastly, we offer a current photography and debate the future of the topic.

**KEYWORDS:** Strategic Groups, Methodology, Spanish and International Research Gap, State-of-the-art.

## 1. INTRODUCCIÓN.

El concepto de grupo estratégico de empresas surgió a principios de los años 70 con el trabajo de Hunt (1972), aunque tomó fuerza a partir de los trabajos de Porter (1976, 1979) y Caves y Porter (1977) desde la escuela de

Harvard, así como por los estudios de Hatten (1974) y Hatten y Schendel (1977) desde la escuela de Purdue. En sus orígenes, y desde la escuela del posicionamiento de Harvard, este concepto se enmarcó en el esquema estructura-conducta-resultados de la economía industrial, fundamentando el grupo como un ámbito intermedio entre la empresa y la industria.

A lo largo de este tiempo, han sido muchos y variados los objetivos que han planteado los investigadores y académicos, así como diversas las metodologías y enfoques utilizados para intentar validar las proposiciones e hipótesis formuladas. Sin embargo, pese a la dilatada experiencia que el mundo académico ha centrado sobre el tema de los grupos estratégicos, no existe una postura clara respecto a la existencia del grupo estratégico como una entidad que conforma la industria o, por el contrario, representa el papel de simple herramienta de análisis sectorial y no de elemento existente en la realidad empresarial de los sectores.

Las principales enfoques de identificación de grupos competitivos son el de los grupos estratégicos (Cool y Schendel, 1987; Fiegenbaum y Thomas, 1990a; entre otros) y el enfoque cognitivo (Porac y Thomas, 1990; Bogner y Thomas, 1993; Reger y Huff, 1993; entre otros). Ambos identifican grupos competitivos en la mayoría de los estudios, sin embargo, y con carácter general los trabajos presentan limitaciones de partida por la utilización de un solo enfoque, lo que no permite que las conclusiones puedan ser definitivas para una industria y muestra determinada por el hecho de que se desconoce si bajo el otro enfoque se obtendrían las misma estructuras de grupos competitivos o rivales directos en la industria. En otras palabras, lo ideal sería que los grupos estratégicos identificados por el investigador se confirmaran por las estructuras cognitivas de los directivos del sector, para asegurarnos de que son grupos reales y no simples elementos difusos consecuencia de un análisis multivariante.

La existencia de diversos enfoques proporciona una mayor riqueza metodológica para la identificación de grupos. Sin embargo, también constituye una fuente de controversia, ya que creemos que la diferencia de discursos a favor y en contra del concepto de grupos competitivos puede estar basada, al menos en parte, en la dicotomía de enfoques utilizados. Por lo tanto, la diferencia de discursos a favor y en contra del concepto de grupos competitivos puede estar fundamentada, a parte de la asociación de los mismos con las diferencias de desempeño, en la poca potenciación de la utilización de ambas líneas de investigación de forma conjunta y confirmatoria sobre los mismos trabajos, con objeto de validar si la existencia o no de los grupos se podría deber al efecto de la diferencia de enfoques utilizados sobre la misma muestra y sector.

Otro problema adicional en el tema estudiado reside en evidenciar diferencias de desempeño entre los grupos, factor que no se manifiesta de forma sistemática en los estudios realizados para tal fin. Como señala Levinthal (1995:19) la principal misión de la dirección estratégica se centra en el análisis de la diversidad del desempeño entre las empresas como efecto resultante de las diferentes estrategias utilizadas, hecho resaltado en la importancia del grupo estratégico como herramienta para explicar dichas diferencias de rentabilidad (Mascarenas y Aaker, 1989). Sin embargo, existen estudios (Lewis y Thomas, 1990; Zúñiga et al., 2003) en los que no se evidencia diferencias de desempeño entre los grupos identificados. Asimismo, y añadiendo mayor complejidad

al tema, han aparecido en los últimos años una serie de estudios (MacNamara et al., 2003; Claver et al., 2003) que evidencian diferencias de desempeño entre los miembros de un mismo grupo.

En nuestra opinión, creemos que existe suficiente evidencia empírica hasta la fecha como para posicionar el estado de la cuestión en un sentido favorable o desfavorable ante el tema estudiado, sólo que la diversidad de enfoques y la variabilidad de resultados no han sido sistematizados y analizados en un estudio que analice los resultados obtenidos hasta la fecha en la literatura sobre el tema y se llegue a una conclusión. Además, si nos centramos en los trabajos sobre el tema en la comunidad científica española, aunque existen trabajos que homogeneizan las metodologías y enfoques en la investigación de grupos (véase Flavián y Polo, 1999 o Sáez, 2000), parece existir un menor énfasis en la cuestión conceptual en sí, expresado en un menor número de trabajos, así como unas diferencias respecto a los enfoques y metodologías utilizados para contribuir al debate del concepto de grupos competitivos. Y la anterior afirmación proviene del hecho de que sólo se encontró en el proceso de búsqueda de información un solo artículo sobre grupos cognitivos y uno solo que aplicara una convergencia de enfoques (grupos estratégicos y cognitivos), por lo que constatamos que podrían existir, además, otras diferencias metodológicas en la forma de trabajar el concepto de grupos competitivos en la Academia en España respecto a las principales corrientes internacionales.

En consecuencia, evidenciamos una ausencia de sistematización y posicionamiento que clarifique los resultados obtenidos en la temática de los grupos competitivos, al tiempo que también se evidencia un *gap* entre el estado de la investigación de grupos estratégicos en España con respecto al estado de la cuestión fuera de nuestras fronteras. Concretamente, en el ámbito anglo-americano se aprecian innovadores conceptos y metodologías que expanden el conocimiento en el campo, frente a los estudios realizados por universidades españolas[1], en las que se persiguen objetivos y criterios más tradicionales.

De esta manera, creemos conveniente el realizar un análisis exhaustivo de la principal literatura[2] sobre el tema, tanto nacional como internacional, al objeto de sistematizar, analizar y organizar toda la información generada por los investigadores, al tiempo que sirva para comparar el estado de la cuestión sobre el tema en nuestra comunidad científica con respecto a las corrientes internacionales sobre el tema, para poder *contribuir al doble gap research identificado*. En este sentido, el *objetivo* del trabajo es doble. En primer lugar, queremos analizar y clasificar los principales trabajos realizados hasta la fecha para sistematizar todos los avances y limitaciones existentes. En segundo lugar, queremos comparar el estado de la cuestión en España con el ámbito internacional, ya que hasta la fecha desconocemos la existencia de algún estudio que sistematice la información sobre el tema en España y la compare con trabajos realizados fuera de nuestras fronteras. Para ello, aplicaremos una metodología tanto descriptiva como empírica.

El trabajo se organiza de la siguiente manera. Después de esta introducción, se dedica un epígrafe a las teorías y conceptos que enmarcan el grupo estratégico. A continuación se analizan, en diferentes apartados, las tres grandes líneas de investigación: identificación de grupos, análisis grupo-desempeño y la estabilidad de las estructuras en el tiempo, realizando tanto un estado de la cuestión como evidenciando las diferencias entre los dos ámbitos de estudio. Seguidamente, se evidencian las diferentes metodologías, datos y muestras empleadas en el análisis de grupos para, a continuación, establecer el estado de la cuestión sobre la existencia y validación de los grupos. Por último, se realiza una conclusión del estudio, incorporando las limitaciones del mismo y las líneas futuras de investigación en el campo.

## **2. EL GRUPO ESTRATÉGICO: TEORÍAS Y CONCEPTO**

Bajo la perspectiva de la organización industrial, centrada en el paradigma económico de estructura-conducta-resultados Hunt (1972) acuña el concepto de grupo estratégico. En esta línea, y desde la escuela del *posicionamiento* de Harvard (Hunt, 1972; Porter, 1973; 1979; Caves y Porter, 1977) y la del *management* de Purdue (Hatten, 1974; Hatten y Schendel, 1977; Cool y Schendel, 1987) arrancan los estudios de grupos estratégicos. Así, Porter (1979:215) definió el grupo estratégico como “un grupo de empresas que siguen estrategias similares en términos de variables de decisión claves”.

Por otra parte, en los últimos años ha proliferado en el campo del *management* la perspectiva basada en los *recursos y capacidades*[3], que considera la empresa como un conjunto único de recursos y asumiendo que aquellas presentan diferentes recursos y capacidades sobre las que basar su estrategia, circunstancia que influirá sobre los resultados. En base a este enfoque, los grupos estratégicos se basarán en las diferencias de recursos y capacidades estratégicas entre las empresas de una misma industria (Nohria y García-Pont 1991; Mehra, 1996:309; Bogner, Mahoney y Thomas, 1993; Cool, Dierickx y Martens, 1994; Mehra, 1994; Mehra y Floyd, 1998; entre otros).

Buscando la complementariedad de ambas teorías, y con objeto de integrar las perspectivas internas y externas de la empresa, se argumenta que el ámbito donde situar los grupos estratégicos debe apoyarse en unas dimensiones estratégicas que deben contener tanto elementos externos, a través de una dimensión de producto-mercado, como internos, a través de los recursos de la empresa (Galbraith y Schendel 1983; Cool y Schendel 1987; Aaker 1988). En esta línea, la definición de grupo estratégico es un conjunto de empresas que compiten en una industria sobre combinaciones similares de *alcance o ámbito de actuación en el mercado y de compromiso de recursos* (Cool y Schendel 1987).

En cualquier caso, e independientemente de la perspectiva teórica, los grupos competitivos son una forma de agrupar empresas con características estratégicas comunes en un determinado sector, todo ello desde el punto de vista de la oferta. Sin embargo, existen trabajos que analizan los grupos estratégicos desde las perspectivas de la demanda y de la oferta para comprender y definir de forma más amplia el agrupamiento, si bien se basan en la corriente cognitiva (Galbraith et al. 1994, Más 1998, entre otros).

Con el objeto de sistematizar la información, podemos observar como la investigación sobre grupos estratégicos se ha centrado, fundamentalmente, en tres líneas de investigación que han marcado los diferentes objetivos que se aprecian en los trabajos analizados: identificación de grupos, diferencias de desempeño entre grupos y estabilidad en el tiempo de las estructuras de los grupos (Lee et al., 2003:728). Pasamos a analizarlas en los siguientes puntos al objeto de conocer lo logros, limitaciones y posibilidades que existen en cada uno de estos tres objetivos protagonistas del tema tratado.

### **3. IDENTIFICACIÓN DE GRUPOS COMPETITIVOS: ENFOQUES**

Para establecer el análisis de la literatura sobre grupos hasta la fecha y realizar, al mismo tiempo, la comparación con los resultados académicos en España, además de utilizar la literatura básica de referencia desde un punto de vista descriptivo, también explotamos una muestra de cincuenta artículos desde el punto de vista empírico, puesto que aplicaremos a dicha muestra diversas pruebas estadísticas basadas en el test de la Chi-Cuadrado para constatar la posible existencia de diferencias significativas entre los diferentes ámbitos de actuación del estudio.

Seleccionamos los principales trabajos sobre grupos estratégicos realizados por universidades españolas[4], obteniendo 23 estudios de los que 19 eran empíricos. Asimismo, también seleccionamos 27 artículos del ámbito internacional[5]de los que 23 eran empíricos, obteniendo una muestra casi exhaustiva del tema tratado.

En el ámbito internacional, tal y como se muestra en la tabla I, se evidencian las diferentes líneas de investigación perseguidas en los trabajos analizados que recogen los tres principales temas u objetivos en la investigación en grupos. A parte de los trabajos teóricos o conceptuales, en la mayoría de los trabajos se persigue, en ocasiones junto a otros, el objetivo de la identificación de grupos estratégicos. De la misma manera, los estudios nacionales que se recogen en la tabla II nos muestran idénticos resultados. Evidentemente, parece ser el objetivo fundamental que se persigue dentro del tema estudiado.

**Tabla I Revisión de los principales estudios sobre grupos estratégicos de universidades españolas**

ESTUDIO	ENFOQUE	LÍNEA INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	VARIABLES ESTRATÉGICAS	MUESTRA METODOLOGÍA Y	RESULTADOS
Claver et al. (2003)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificar grupos estratégicos y establecer si existen diferencias de desempeño entre los grupos.	Subrogados para identificar estrategias genéricas de diferenciación o coste en empresas constructoras:  -precio; superficie edificada; número dormitorios; cuartos de baño; calidad	88 empresas de construcción residencial registradas como promotoras. Identificadas por CNAE-93. Datos 1996-98 para la provincia de Alicante. Fuente: SABE y ARDAN  METODOLOGÍA: Cluster jerárquico y no jerárquico, factorial, discriminante y Anova.  DATOS: Archivo; Cuestionarios y entrevistas	Identificación de diferentes grupos estratégicos pero no existencia de diferencias de rentabilidad entre grupos, sin embargo, sí existencia de rentabilidades entre los miembros del mismo grupo.
Zúñiga et al. (2003)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño  -estabilidad estructura grupos	Identificar grupos estratégicos y establecer si existen diferencias de desempeño entre los grupos.	-Amplitud y oferta de productos y servicios  -Tipología de clientes  -Recursos comprometidos	Bancos privados de España. Periodo 1983-1997  Fuente: Asociación Española de Banca  METODOLOGÍA: Utiliza el modelo MCLUST y Anova. T <sup>2</sup> de Hostelling y F de Barlett-Box  DATOS Archivo	Se identifican diversos grupos estratégicos, pero no existen diferencias claras de desempeño entre los diferentes grupos salvo para 3 años puntuales.  A lo largo del periodo existe movilidad entre los grupos
Flavián et al. (2002)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño  -estabilidad estructura grupos	Identificar grupos estratégicos y establecer si existen diferencias de desempeño entre los grupos. Además, comparar diferencias entre grupos españoles y británicos	Alcance:  -segmento atendido; variedad productos; cobertura geográfica, tamaño; Recursos: estrategia de crecimiento; formato comercial; inversión en RR.HH; infraestructura;	28 empresas británicas y 71 españolas. Periodo 1990-94 para las británicas y 1989-93 para las españolas. Distribución comercial de alimentación  METODOLOGÍA: Cluster y Anova. T <sup>2</sup> de Hostelling y F de Barlett-Box  DATOS Archivo	Existen grupos y diferencias de desempeño tanto entre grupos como entre miembros del mismo grupo. Además, existen diferencias entre los dos países. En Inglaterra existe estabilidad de grupos pero no en España.
Muñiz, Cervantes y González (2001)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño  -estabilidad estructura grupos	Identificar grupos estratégicos y analizar la relación grupo-desempeño, de forma dinámica para diferentes periodos de estudio.	Tamaño vía:  -ventas; número establecimientos; margen neto; productividad; ventas alimentación sobre totales; diversificación; vocación internacional; colaboración con fabricantes	MUESTRA: 25 Empresas de distribución comercial en Europa. Fuente: <i>Europe's Leading Retailers</i> . Periodo 80-95.  METODOLOGÍA: Aplicación de análisis cluster, Anova y Manova. T <sup>2</sup> de Hostelling y F de Barlett-Box  DATOS: Archivo	Identificación de grupos estratégicos internacionales y existencia de diferencias entre grupo-desempeño.

**Tabla I (continuación) Revisión de los principales estudios sobre grupos estratégicos de universidades españolas**

ESTUDIO	ENFOQUE	LÍNEA INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	VARIABLES ESTRATÉGICAS	MUESTRA Y METODOLOGÍA	RESULTADOS
García, Santos y Vallelado (2001)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño  -estabilidad estructura grupos	Identificar grupos estratégicos y analizar la relación grupo-desempeño, de forma dinámica para dos periodos de estudio: estable e inestable.	Estrategia de mercado:  -número de oficinas; provincias en las que opera; cuota de mercado;  Estrategias de producto: productos innovadores; % comisión de actividad tradicional;  Estrategia Tecnológica: cajeros entre oficinas; depósitos por empleado;	MUESTRA: Cajas de ahorro españolas. Período 86-91 y 92-97. Fuente: anuarios estadísticos de CECA. METODOLOGÍA: Aplicación de cluster y análisis discriminante y Anova. T <sup>2</sup> de Hostelling y F de Barlett-Box  DATOS: Archivo	Identificación de grupos en los dos periodos considerados, observándose ciertas modificaciones en la estructura de los grupos en función del período. Además, existen diferencias entre la pertenencia al grupo y el grado de desempeño.
Flavián y Polo (2001)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño  -estabilidad estructura grupos	Identificar grupos estratégicos en la distribución comercial alimentaria en España y evaluar las posibles diferencias de rentabilidad-grupo.	Alcance de las actividades  -tamaño : área geográfica; importancia actividad detallista; amplitud oferta comercial; tipo cliente atendido; dotación infraestructuras; tipo de establecimiento para servir al público: crecimiento y atención de mayor clientela.	MUESTRA: Distribución comercial alimentaria en España. 71 empresas de facturación superior a 4000 millones pts. Período 89-93.  METODOLOGÍA: Aplicación de <i>cluster</i> , <i>Anova</i> y <i>Manova</i> . T <sup>2</sup> de Hostelling y F de Barlett-Box  DATOS: Archivo	Las empresas pertenecientes a diferentes grupos estratégicos de la distribución comercial alimentaria en España presentan diferencias de rentabilidad significativas. Además, también existen diferencias de rentabilidad entre empresas del mismo grupo estratégico, si bien las primeras prevalecen sobre estas últimas.
Sáez (2000)	-Grupos estratégicos  -Cognitivo	Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificar grupos estratégicos en empresas de construcción de Albacete tanto desde el punto de vista de grupos estratégicos como grupos cognitivos, evaluando sus posibles diferencias de rentabilidad-grupo.	<u>Grupos cognitivos</u>  Tamaño, reputación, experiencia, fase de la cadena de valor, calidad, ámbito de actuación y riesgo  <u>Grupos estratégicos</u>  Precio, publicidad, tipo de vivienda,  Ciudad de actuación, zona, etc.	Muestra: 43 empresas constructoras de APECA Y ASECOPE, Albacete. Año 1998.  Metodología: Cluster, Anova de un factor, Manova.  DATOS: de archivo y entrevistas	Convergencia entre grupos estratégicos y cognitivos y asociación de ambos al nivel de performance.

**Tabla I (continuación) Revisión de los principales estudios sobre grupos estratégicos de universidades españolas**

ESTUDIO	ENFOQUE	LÍNEA	OBJETIVO	VARIABLES ESTRATÉGICAS	MUESTRA Y METODOLOGÍA	RESULTADOS
Más (1999)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -estabilidad estructura grupos	Identificar periodos de tiempo estratégicamente estables y situar grupos estratégicos en cada uno de ellos	-crédito personal/inversiones financieras  -crédito comercial/inversiones financieras  -crédito de garantía real/inversiones financieras/tesorería/inversiones financieras-cuentas corrientes/recursos ajenos-cuentas ahorro/recursos ajenos  -intermediarios financieros/pasivo  -activo total	24 bancos españoles para el periodo 1984-1991. Fuente: Anuario Estadístico de la Banca Privada  METODOLOGÍA Test F de Barlett-Box, Anova y regresión de mínimos cuadrados ordinarios.  DATOS Archivo (antes utiliza cuestionarios para los periodos de estabilidad)	Se obtienen cuatro PEE, 1984, 1985-86, 1987-88 y 1989-91 con diferentes grupos estratégicos en cada periodo. La estructura de los grupos se modifica de forma significativa durante los periodos estudiados, tanto en número como composición y estrategia.
González y Ventura (2002)	Grupos estratégicos	-Identificación de grupos  -Grupos y desempeño	Identificar grupos estratégicos y evaluar la contribución que los tres posibles ámbitos de dispersión de <i>performances</i> entre empresas: la industria, los grupos estratégicos y la empresa.	-Marketing sobre ventas  -I+D sobre ventas  -Activos fijos por empleado  -Ámbito competitivo de la empresa (local, provincial, regional, nacional y extranjero)	Muestra: 2059 empresas españolas en 1991; 1977 en 1992; 1869 en 1993 y 1877 en 1994.  Fuente: Encuesta sobre Estrategias Empresariales (ESEE), Fundación Empresa Pública, Ministerio Español de Industria y Energía.  METODOLOGÍA Cluster jerárquico y método heurístico objetivo, para identificar grupos estratégicos  Análisis de componentes de varianza para determinar el efecto en la performance de los tres niveles.  DATOS Cuestionarios	Se evidencian grupos estratégicos, y además se establece la importancia de la heterogeneidad entre empresas debido al efecto grupo (14-15%), industria (13%) y empresa (31%). Se evidencia la asociación entre grupo-desempeño y su importancia relativa.
Flavián y Polo (1999)	Descriptivo		Homogeneización de la investigación en grupos y estado de la cuestión		Descriptivo	
Más (1998a)	Grupos estratégicos	-grupos y desempeños	Demostrar la existencia de diferencias de resultados y de riesgo entre los miembros de cada grupo estratégico	RENTABILIDAD: ROE, ROA y Margen ordinario/activo total  RIESGO Desviaciones típicas de las anteriores variables.	24 bancos españoles para el periodo 1984-1991. Cuatro PEE, 1984, 1985-86, 1987-88 y 1989-91 con diferentes grupos estratégicos en cada periodo Fuente: Anuario Estadístico de la Banca Privada, del Consejo Superior Bancario  METODOLOGÍA Test F de Barlett-Box, Anova y regresión de mínimos cuadrados ordinarios.  DATOS Archivo (antes utiliza cuestionarios para los periodos de estabilidad)	Se detectan diferencias significativas intragrupo en la rentabilidad económica, pero no en la de riesgo.

**Tabla I (continuación) Revisión de los principales estudios sobre grupos estratégicos de universidades españolas**

ESTUDIO	ENFOQUE	LÍNEA	OBJETIVO	VARIABLES ESTRATÉGICAS	MUESTRA Y METODOLOGÍA	RESULTADOS
Céspedes (1996)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificar grupos estratégicos y analizar diferencias grupo-desempeño en el sector español de la banca privada	-control de costes - diferenciación por producto y precio  -expansión - estructura de negocio y tecnología.  -solvencia o adecuación del capital  -calidad de los activos - rentabilidad	MUESTRA: Todos los bancos privados de España. Período 1986-91.  METODOLOGÍA: Aplicación de cluster y contraste de Kruskal-Wallis.  DATOS: Archivo	Identificación de grupos estratégicos en la banca privada española y análisis de grupo-desempeño
Más (1996)	Grupos estratégicos	-estabilidad estructura grupos	Predicir estructuras de grupos estratégicos	Variable financieras propias del sector bancario:  -crédito personal/IF  -tesorería/IF  -activo total, etc.	MUESTRA: Banca privada española. Fuente: Más (1994) METODOLOGÍA: Aplicación de modelos de predicción, anova y manova, test -t  DATOS: Archivo	Predice la estructura de grupos estratégicos en la banca privada española.
Céspedes (1995)	Descriptivo		Estado de la cuestión			
Más (1995)	Descriptivo		Estado de la cuestión			
Más (1994)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -estabilidad estructura grupos	Identificar periodos de tiempo estratégicamente estables y situar grupos estratégicos en cada uno de ellos	-crédito personal/inversiones financieras  -crédito comercial/inversiones financieras  -crédito de garantía real/inversiones financieras  -tesorería/inversiones financieras  -cuentas corrientes/recursos ajenos  -cuentas ahorro/recursos ajenos  -intermediarios financieros/pasivo  -activo total	24 bancos españoles para el período 1984-1991. Fuente: Anuario Estadístico de la Banca Privada  METODOLOGÍA  Test F de Barlett-Box, T <sup>2</sup> de Hotelling, Anova y regresión de mínimos cuadrados ordinarios.  DATOS  Archivo (antes utiliza cuestionarios para los períodos de estabilidad)	Se obtienen cuatro PEE, 1984, 1985-86, 1987-88 y 1989-91 con diferentes grupos estratégicos en cada período. La estructura de los grupos se modifica de forma significativa durante los períodos estudiados, tanto en número como composición y estrategia.
Fernández, Marco y Moya (1996)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificación de grupos y asociación entre grupo y desempeño	-control de costes - rentabilidad y eficiencia	MUESTRA: Cooperativas de crédito españolas para 1993. METODOLOGÍA: Cluster. DATOS: Archivo	Identifica grupos en el sector estudiado.

**Tabla I (continuación) Revisión de los principales estudios sobre grupos estratégicos de universidades españolas**

ESTUDIO	ENFOQUE	LÍNEA	OBJETIVO	VARIABLES ESTRATÉGICAS	MUESTRA Y METODOLOGÍA	RESULTADOS
Iglesias (1997)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificación de grupos estratégicos y verificación de la relación grupo-desempeño.	-tamaño -cuota de mercado -cotización en bolsa -inversiones -gama de productos -calidad -diferenciación -segmento de mercado objetivo -posicionamiento actual -poder de mercado.	MUESTRA: Sector detallista de alimentación de Asturias. Año 1993. Fuentes de información secundarias (Expansión, Anuario de distribución, etc.). METODOLOGÍA: Análisis cluster, Discriminante y Anova DATOS: Cuestionario y archivo	Identificación de cinco grupos estratégicos y existencia de diferencias de desempeño en función del grupo de pertenencia. Resultados superiores en las grandes superficies.
García y Rodríguez (1996)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos	Identificar grupos estratégicos	-estacionalidad del producto -nivel de precios -grado de diversificación de productos ofrecidos -nivel de riesgo	MUESTRA: 373 comercios textiles de venta al por menor en Gran Canaria. Año: 92 METODOLOGÍA: Aplicación de análisis discriminante y cluster DATOS: Cuestionarios y archivo	Identifica grupos estratégicos en el sector estudiado
Más y Gómez (1993)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos	Identificar grupos estratégicos en el sector español de cajas de ahorro.	-Territorialidad y expansión -gestión - actividad -Producto y mercado -Innovación -Tecnología	MUESTRA: Cajas de Ahorro de España. Período 1986-89. Fuente: CECA. METODOLOGÍA: Aplicación de cluster y componentes principales. DATOS: Archivo	Identificación de grupos estratégicos en las cajas de ahorro españolas.
Espitia, Polo y Salas (1991)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificar grupos estratégicos y analizar diferencias entre grupo-desempeño	Dimensiones estratégicas de tipo banca (mayor y al por menor, industrial, comercial y cajas de ahorro), ámbito geográfico (local, regional y nacional) y tamaño (total activo).	MUESTRA: Sector bancario español. Fuente: Datos de la Caja Postal de Ahorro. Años 83-85. METODOLOGÍA: Test de diferencias de medias (Anova) DATOS: Archivo	Identifica diferentes grupos estratégicos, en función de las variables, existiendo diferencias entre grupo-desempeño.

Fuente: propia

**Tabla II. Revisión de los principales trabajos en universidades no españolas.**

ESTUDIO	ENFOQUE	LÍNEA INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	VARIABLES ESTRATÉGICAS	MUESTRA Y METODOLOGÍA	RESULTADOS
Lee et al. (2003)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Desarrollar un modelo de simulación bajo el que emergen los grupos estratégicos y persisten las diferencias de desempeño	No procede	Modelo de simulación basado en algoritmos genéticos	La existencia de grupos estratégicos es más probable cuando existen capacidades dinámicas, existe rivalidad y barreras de movilidad entre los miembros del grupo. Además, las barreras de movilidad y las interacciones estratégicas sostienen las diferencias de rentabilidades entre los grupos.
MacNamara et al. (2003)	Cognitivo (ámbito geográfico)	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificar relación entre grupo estratégico y desempeño empresarial tanto intragrupo como intergrupo. También identificar empresas principales, secundarias y aisladas, ligando el posicionamiento de la empresa en el grupo y el desempeño.	Pasa de cuestionarios a los CEO's para la identificación cognitiva de grupos	54 bancos de Mineapolis y San Paul, en EE.UU. Fuente: cuestionarios a los directivos de las empresas METODOLOGÍA: Regresiones y análisis de varianza Anova y Manova DATOS: Cuestionarios	Identifica grupos estratégicos y existen diferencias de grupo-desempeño entre los miembros del mismo grupo pero no entre grupos. Además, dentro del grupo identifica empresas principales y secundarias, diferentemente posicionadas y con consecuencias para la rentabilidad.
Nair y Filer (2003)	Grupos estratégicos	-estabilidad estructura de grupos	Examinar la competencia dinámica en los grupos estratégicos en el largo plazo. Identificar interacción entre empresa y grupo	-eficiencia en costes -inversiones en capital -intensidad capital -exportaciones -tamaño	8 empresas japonesas de acero para el período 1980-99. Fuente: <i>Analysts Guide y Japan Company Handbook</i>  METODOLOGÍA: Test de cointegración y de no estacionariedad DATOS Archivo	Las empresas del grupo interaccionan en el sentido de que las estrategias convergen a lo largo del tiempo (cointegración)
McNamara, Luce y Tompson (2002)	Cognitivo (ámbito geográfico)	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Asociar la complejidad de las estructuras de conocimiento de los equipos de alta dirección, filtros cognitivos de identificación del entorno y los grupos, con el desempeño de las empresas.	Medidas de complejidad de estructuras formada por medias ponderadas de las respuestas sobre decisiones estratégicas, esto es, para categorizar bancos de la competencia en tipos de estrategia a través de cuatro ítems o preguntas ponderadas con escalas tipo Likert.	MUESTRA: Bancos comerciales de Denver, Milwaukee y Mineapolis (EE.UU.). Un total de 76 empresas, con 234 miembros en total. 76 equipos de alta dirección.  METODOLOGÍA: Multivariante. Envío de cuestionarios y estudio para período 1994 a través de escalas de Likert y regresión DATOS Cuestionarios	Asocian la complejidad de estas estructuras de conocimiento, estos filtros cognitivos de identificación del entorno y los grupos por parte de los equipos de alta dirección, con el desempeño de las empresas. Existe relación significativa entre la complejidad de los grupos cognitivos de los equipos de alta dirección y el desempeño de las empresas

**Tabla II (continuación) Revisión de los principales trabajos en universidades no españolas**

ESTUDIO	ENFOQUE	LÍNEA INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	VARIABLES ESTRATÉGICAS	MUESTRA METODOLOGÍA	Y	RESULTADOS
Nair y Kotha (2001)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño  -estabilidad estructura grupos	Identificar relación entre grupo estratégico y desempeño empresarial	Identifica grupos por inspección objetiva del tipo de tecnología. Además, utiliza variables de control como son:  -Antigüedad de la empresa; tamaño; productividad; inversiones de capital; intensidad de capital; diversificación; exportaciones; costes de eficiencia.	MUESTRA: Sector del acero de Japón. Período 80-87 y 88-93. Identificación objetiva sobre diferentes tecnologías de los grupos.  METODOLOGÍA: Anova para grupo-resultado. T <sup>2</sup> de Hostelling y F de Barlett-Box  DATOS Archivo		La pertenencia al grupo estratégico está significativamente asociada con la rentabilidad de la empresa.
Osborne, Stubbart y Ramaprasad (2001)	Cognitivo	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificación de grupos y relación entre grupos estratégicos-desempeño. Evaluar la convergencia con grupos estratégicos	Constructor desarrollados en base a:  I+D  Marketing  Governance  Finanzas  Dirección (Management)	MUESTRA: 22 empresas "top" de la industria farmacéutica en EE.UU., compuestas por 400 informes anuales de la empresa. Años 1963-82. Sobre base de grupos estratégicos de Cool y Schendel (1987)  METODOLOGÍA: Manova, factorial y cluster		Sobre una base de grupos estratégicos predefinidos por Cool y Schendel, aplican un estudio de naturaleza cognitiva que converge con el anterior y se asocia al desempeño. Por lo tanto, existe convergencia de criterios o enfoques y se fortalece la idea de la existencia de grupos estratégicos.
Peteraf y Shanley (1997)	Conceptual	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Desarrollo de un marco teórico cognitivo para asociar identidad de grupos estratégicos y desempeño empresarial		Conceptual		Asocian teóricamente identidad de grupos estratégicos y rentabilidad.
Pegels, Song y Yang (2000)	Cognitivo	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificación de grupos y relación entre grupos estratégicos-desempeño y equipos de dirección	Heterogeneidad de los equipos directivos vía edad, educación, clasificación funcional del puesto, <i>background</i> . La identificación de grupos vía eventos estratégicos en una matriz de acción-respuesta.	MUESTRA  22 empresas nacionales de aerolíneas en EE.UU. Años 90-94  METODOLOGÍA Grupos estratégicos por <i>claque partitioning method</i> , <i>anova</i> , <i>regresiones</i>  DATOS Archivo <i>Aviaron Daily</i> y <i>Bradstreet Referente Book of Corporate Management (D&amp;B)</i>		La identificación de grupos estratégicos está relacionada con la heterogeneidad de equipos de dirección. Además, se observan diferencias persistentes de resultados entre grupos y entre diferentes tipos de equipos de dirección

**Tabla II (continuación) Revisión de los principales trabajos en universidades no españolas**

ESTUDIO	ENFOQUE	LÍNEA	OBJETIVO	VARIABLES	MUESTRA Y METODOLOGÍA	RESULTADOS
Dranove, Peteraf y Shanley (1998)	Conceptual	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Establecen un marco teórico para la identificación de grupos estratégicos.	El factor básico es la interacción estratégica, como señal de que para la existencia de grupo, la rentabilidad de la empresa debe ser una función de la conducta del grupo.	Conceptual	Restringen la existencia de los grupos estratégicos al hecho de que el desempeño de la empresa sea una función de las características del grupo. En otras palabras, argumentan el hecho de que el grupo estratégico es importante sólo si existe una relación entre la conducta del grupo y el desempeño de la empresa. En consecuencia, critican la falta de fundamentación teórica de los mismos.
Hodgkinson (1997)	Cognitivo (ámbito geográfico)	-Identificación grupos	Identificar grupos estratégicos en dos periodos en un mercado turbulento	21 atributos bipolares para describir el propio negocio y el de los competidores. Cada atributo en escala de Likert con 7 puntos. Ejemplos: amplitud de servicio, calidad del staff, publicidad, servicio a los vendedores, etc. Reducción a dos básicos: poder de mercado y calidad.	MUESTRA: Empresas inmobiliarias del Reino Unido. 58 empresas (208 participantes) en el primer periodo 1989 y 41 empresas (114 participantes) en el segundo 1990. Región específica de UK.  METODOLOGÍA de técnicas de reducción de datos o escalamiento óptimo. Datos de cuestionario  DATOS Cuestionario	A pesar del cambio turbulento de las características que se da en los dos periodos estudiados, el modelo mental colectivo del espacio competitivo permanece igual. Es la "inercia cognitiva". En otras palabras, los gerentes son muy dependientes de sus modelos mentales y pueden no darse cuenta de que las condiciones del entorno cambian.
Ferguson, Deephouse y Ferguson (2000)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificar grupos estratégicos, reputación y relación entre reputación del grupo y desempeño.	Alcance de actividades vía: -cobertura de pérdidas financieras -tipo de clientes (negocios o particulares) -diversidad de productos; tamaño; estructura propiedad; Compromiso de recursos vía -agencia de distribución propia o de terceros -porcentaje de riesgo transferido a reaseguradoras -tipo de financiación de la aseguradora -estrategia de inversión	MUESTRA: Industria de seguros de EE.UU en la rama de inmuebles. Año 1996. Muestra final de 84 empresas. Fuente: NAIC. METODOLOGÍA: cluster y Anova.  DATOS Archivo	Identificación de grupos estratégicos y existencia de diferente reputación-desempeño de la empresa en función de la pertenencia al grupo.

**Tabla II (continuación) Revisión de los principales trabajos en universidades no españolas**

ESTUDIO	ENFOQUE	LINEA	OBJETIVO	VARIABLES	MUESTRA Y METODOLOGIA	RESULTADOS
Nath y Graça (1997)	-Grupos estratégicos  -Cognitivo, multidimensional y directo  (ámbito geográfico)	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Estudiar la convergencia de tres diferentes métodos para identificar estructuras de grupos estratégicos. Primero, a través del modelo metodológico de cluster y análisis factorial. En segundo lugar, utilizan escalas de percepciones de los gerentes, utilizando para ello atributos específicos de la industria estudiada. Por último, emplean la identificación directa.	Ámbito de operaciones y recursos empleados:  -Tamaño de la cama  -Case mix index  -Ámbito de servicios médicos ofrecidos  -Costes formación; -Localización ; -altas médicas  Percepciones – Calidad - Modernidad de equipos -Servicios enfermeras - Rapidez de los tests –Prestigio - Calidad del personal - Accesibilidad a la administración - Servicios disponibles - Apariencia externa	MUESTRA: 72 grandes hospitales privados en EE.UU. Datos de cuestionarios y contable-financieros de la Asociación Americana de Hospitales. Año de estudio 1987.  METODOLOGIA: Aplicación de cuestionarios, cluster, factorial y Anova.  DATOS  Archivo  Cuestionarios	El estudio confirma la convergencia entre estructuras de grupos estratégicos utilizando tanto los modelos grupos estratégicos de datos como los modelos cognitivos directos o multivariantes. Este trabajo argumenta que con los tres métodos las empresas con similares ámbitos de actuación y despliegue de recursos comparten una visión común de cómo están posicionados en el mercado.  Diferencias de desempeño entre grupos.
Porac, ThoMas, Wilson, Paton y Kanfer (1995)	Cognitivo (ámbito geográfico)	-Identificación grupos	Identificar grupos estratégicos a través de atributos básicos cognitivos que construyen los grupos de competencia en la industria	Provenientes de la entrevista los atributos básicos son:  -tamaño  -tecnología  -estilo de producto  -localización geográfica	MUESTRA: Población de 262 empresas de confección de Escocia. Muestra: 89 empresas ( 89 cuestionarios y 20 entrevistas)  METODOLOGIA: Estudio <i>cross</i> de 1 año. Tratamiento del cuestionario a través de metodología cluster y regresión ordinaria.  DATOS Cuestionarios Entrevistas	Los gerentes de la industria construyen los grupos estratégicos a través de modelos colectivos sociales y cognitivos en los que utilizan como atributos básicos para ensamblar la industria en grupos el tamaño, la tecnología, el estilo de producto y la localización geográfica de la empresa.
Fiegembaum y ThoMas (1995)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -estabilidad estructura grupos	Predicir la estructura de grupos futuros y el grado en que la empresa ajusta sus variables estratégicas a las del grupo como punto de referencia.	Ámbito de operaciones:  -alcance del producto  -diversidad de productos  -tamaño de la empresa  Compromiso de recursos:  -variables de producción  -variables de endeudamiento financiero  -variables de inversión.	MUESTRA. Industria de seguros de EE.UU. 85 empresas para el período 1970-75 y para el 1975-84 33 empresas adicionales. Obtención de grupos en el 1984 y predicción para 1988.  METODOLOGIA de cluster, manova, anova y test-t. También técnicas de predicción SUR  . Fuente: Best's Insurance Report.  DATOS Archivo	Se centra en la influencia que tiene el grupo sobre la empresa, siendo aquél el punto de referencia al que la empresa converge ajustando sus variables estratégicas. Además, predice la estructura futura de grupos, en función de los ajustes estratégicos de las empresas componentes.

**Tabla II (continuación) Revisión de los principales trabajos en universidades no españolas**

ESTUDIO	ENFOQUE	LINEA	OBJETIVO	VARIABLES ESTRATÉGICAS	MUESTRA Y METODOLOGÍA	RESULTADOS
Galbraith, Merrill y Morgan (1994)	Cognitivo	-Identificación grupos	Analizar grupos estratégicos a través de un contexto bilateral, tanto desde el punto de vista de oferentes como de demandantes.	Preguntas de cuestionario como calidad del producto, servicio diario, sofisticación técnica, etc. Preguntas para los demandantes. Los oferentes se agrupan de forma objetiva o también llamada bivariante por el hecho de ser oferentes públicos y privadas.	MUESTRA: En los clientes 475 organizaciones. En los oferentes un total de 65 oferentes. Cuestionario y datos de archivos. Datos de 1989. METODOLOGÍA: Aplicación de cluster y anova en el grupo de demandantes. Agrupación objetiva (oferentes públicos y privados) en el lado de la oferta. DATOS Cuestionario Archivo	Identifica grupos de clientes y de oferentes. Esta relación bilateral fundamenta las bases de un mejor entendimiento de los grupos estratégicos.
Calori, Johnson y Sarnin (1994)	Cognitivo	-Identificación grupos	Analizar las estructuras cognitivas o los mapas mentales de los CEO's para agrupar empresas	Juicios de valor y percepciones de los CEO's a través de las entrevistas personales.	MUESTRA: 26 CEO's de 26 empresas, 12 francesas y 14 inglesas en cuatro industrias: cerveza, automóvil, banco y editoriales. Año 1990. Fuente: entrevistas y cuentas anuales. METODOLOGÍA. Entrevistas y datos de archivo. Regresiones y análisis de varianza (Anova) DATOS Cuestionario y archivo	Se concluye que los CEO's que pertenecen a empresas que operan de forma internacional o que pertenecen a grupos multinacionales presentan mapas cognitivos Más amplios y complejos.
Reger y Huff (1993)	Cognitivo (ámbito geográfico)	-Identificación grupos	Las percepciones de los estrategias se basan en estructuras de grupos y no en percepciones sobre estrategias individuales de cada grupo y, además, que la estructura del grupo estratégico se percibe de forma similar por todos los estrategias de una industria.	-alcance geográfico -estrategias de crecimiento - capacidad de dirección -alcance de producto - propiedad del capital - mercado objetivo -localización -sistema de organización -éxito de la compañía	MUESTRA: 18 grandes bancos de Chicago en el período 82-85. METODOLOGÍA: Cuestionario semiestructurado y posterior aplicación de cluster. Datos cognitivos y no financiero-contables. DATOS Cuestionarios	Los participantes de la industria comparten percepciones sobre estrategias comunes, agrupando de forma similar los grupos estratégicos de la industria.
Bogner y ThoMas (1993)	Conceptual		Analizar los planteamientos básicos de grupos estratégicos y grupos cognitivos			

**Tabla II (continuación) Revisión de los principales trabajos en universidades no españolas**

ESTUDIO	ENFOQUE	LINEA	OBJETIVO	VARIABLES ESTRATÉGICAS	MUESTRA Y METODOLOGÍA	RESULTADOS
Cool y Dierickx (1993)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño  -estabilidad estructura grupos	Asociación de grupos estratégicos y desempeño empresarial	Alcance de actividades vía:  -segmentos atendidos  -tipos de producto - compromiso con el mercado tradicional - alcance geográfico  Compromiso de recursos vía: -estrategia de I+D  -estrategia de marketing -estrategia de promoción -tamaño	MUESTRA: Industria farmacéutica de EE.UU Período 63-82. Pee's en 63-69, 70-74, 75-79 y 80-82.  METODOLOGÍA: Cluster y regresiones de mínimos cuadrados ordinarios y generalizados. F de Barlett-Box  DATOS  Archivo	Identificación de grupos estratégicos y asociación de grupos con rentabilidad de forma indirecta a través de la rivalidad.
Fiengenbaum y ThoMas (1993)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño  -estabilidad estructura grupos	Identificar grupos estratégicos, verificar la relación grupo-desempeño, y examinar la movilidad de empresas entre grupos.	Ámbito de operaciones:  -alcance del producto -diversidad de productos  -tamaño de la empresa Compromiso de recursos:  -variables de producción -variables de endeudamiento financiero -variables de inversión.	MUESTRA: Industria de seguros de EE.UU. 85 empresas para el período 1970-75 y para el 1975-84 33 empresas adicionales. Obtención de grupos en el 1984 y predicción para 1988.  METODOLOGÍA de cluster, Anova, ratios de unión. T <sup>2</sup> de Hostelling y F de Barlett-Box  Fuente: Best's Insurance Report.  DATOS Archivo	Identificación de grupos estratégicos y evidencia de diferencias en el nivel de desempeño entre grupos. Además, demuestra empíricamente el bajo movimiento de empresas entre grupos, que indica consistentes barreras de movilidad.
Lawless y Tegarden (1991)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificar la relación grupo-desempeño en función del tipo de industria donde se ubique el grupo	-tamaño  -costes/ventas - publicidad entre ventas - inversiones en capital entre activos -I+D entre ventas	MUESTRA: 47 industrias a cuatro dígitos de SIC en EE.UU. Fuente: Compustat. Año 1982.  METODOLOGÍA: Cluster y Anova. Los grupos los clasifica en función de dimensiones de la industria a la que pertenecen: concentración, barreras de entrada y diferenciación  DATOS Archivo	El potencial de la influencia de la pertenencia al grupo estratégico y el desempeño de la empresa va a depender de la industria en la que se enmarque el grupo. Es decir, la relación entre desempeño y grupo va a depender del grado de concentración, de las barreras de entrada y del grado de diferenciación de la industria, todos ellos como dimensiones estructurales de la industria.
Lewis y ThoMas (1990)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificar grupos estratégicos y verificar la relación grupo-desempeño de la empresa	-número de tiendas - tamaño medio de las tiendas -gastos de publicidad entre ventas - número de líneas de productos alimenticios  -proporción de marcas propias -proporción de las ventas de alimentos sobre totales -ventas de supermercado entre total ventas del grupo	MUESTRA: Distribución de la alimentación en U.K. Período 82-86.  METODOLOGÍA: Cluster, Análisis discriminante y Anova DATOS Archivo	Identificación de grupos estratégicos para analizar el sector, pero no explican las diferencias en el desempeño empresarial.

**Tabla II (continuación) Revisión de los principales trabajos en universidades no españolas**

ESTUDIO	ENFOQUE	LINEA	OBJETIVO	VARIABLES ESTRATÉGICAS	MUESTRA Y METODOLOGIA	RESULTADOS
Fiegenbaum y ThoMas (1990b)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -estabilidad estructura grupos	Identificar grupos estratégicos y periodos de tiempo estables. También examinar movilidad de empresas entre grupos.	Ámbito de operaciones  -activos -ventas - gastos en publicidad - I+D -inventarios Compromiso de recursos  -variables financieras - variables de producción -variables de marketing.	MUESTRA: 22 empresas de la industria farmacéutica de EE.UU para el periodo 1974-81. METODOLOGIA: Cluster y T <sup>2</sup> de Hostelling y F de Barlett-Box  Fuente: Compustat. DATOS Archivo	Identifica grupos estratégicos para periodos de tiempo estables. También se observan cambios de grupo en ciertas empresas coincidiendo con los límites de los periodos de tiempo estables.
Fiegenbaum y ThoMas (1990a)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño  -estabilidad estructura grupos	Identificar grupos estratégicos y verificar la relación grupo-desempeño de la empresa.  Comprobar estabilidad de la estructura de grupos	Ámbito de operaciones:  -alcance del producto -diversidad de productos  -tamaño de la empresa Compromiso de recursos: -variables de producción - variables de endeudamiento financiero -variables de inversión.	MUESTRA: Industria de seguros de EE.UU. 85 empresas para el periodo 1970-75 y para el 1975-84 33 empresas adicionales. METODOLOGIA de cluster, anova y manova. T <sup>2</sup> de Hostelling y F de Barlett-Box Fuente: Best's Insurance Report. DATOS Archivo	Identificación de grupos estratégicos y evidencia de diferencias en el nivel de desempeño entre grupos.  Cambios en la composición de los grupos
Mascarenas y Aaker (1989)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño	Identificar grupos estratégicos a través de las barreras de movilidad y evaluar las diferencias entre grupo-desempeño.  Comprobar estabilidad de la estructura de grupos	No utiliza variables para agrupar, sino barreras de movilidad extraídas de las entrevistas. Dichas barreras se apoyan en dos dimensiones: activos y capacidades, y a su vez se componen de ámbito geográfico, capacidad tecnológica, capacidad operaciones bajo el mar, etc.	MUESTRA: Industria perforadora de pozos petrolíferos. 10 ejecutivos para las entrevistas y 679 empresas para agruparlas. Periodo 1973-82. Fuente: Compustat y Petroleum Engineer International's World Rig Locator. METODOLOGIA de cluster y Anova.  También entrevistas para averiguar las barreras de movilidad DATOS Entrevistas y archivo	Se agrupan empresas a través de las barreras de movilidad constituidas por activos y capacidades de las empresas de la industria. Se identifican 3 grupos estratégicos y diferencias de desempeño.  Alta estabilidad en la composición de grupos, aunque hubieron cambios
Cool y Schendel (1988)	Grupos estratégicos	-Identificación grupos  -grupos y desempeño  -estabilidad estructura grupos	Identificar grupos estratégicos. Evalúa las diferencias de desempeño entre miembros del mismo grupo estratégico. Comprobar estabilidad de la estructura de grupos	Alcance de actividades vía: -segmentos atendidos -tipos de producto -compromiso con el mercado tradicional -alcance geográfico Compromiso de recursos vía: - estrategia de I+D - estrategia de marketing -estrategia de promoción  -tamaño	MUESTRA: Industria farmacéutica de EE.UU. Periodo 63-82.  METODOLOGIA: Cluster, Homogeneidad de Kruskal-Wallis, Anova, Manova y regresiones. F de Barlett-Box  DATOS Archivo	Encuentra evidencia empírica de que existen diferentes grados de desempeño (como rentabilidad-riesgo) entre miembros de los mismos grupos estratégicos. Existen cambios en la composición de la estructura de grupos a lo largo del periodo de tiempo estudiado.

Fuente: propia

Sin embargo, este objetivo de identificación de grupos competitivos se cubre de forma diferente en función de las características de similitud entre las empresas que se busquen para la identificación y agrupamiento, desprendiéndose dos metodologías o enfoques de grupos estratégicos: enfoque grupos estratégicos y enfoque cognitivo[6]. El primero se basa, fundamentalmente, en agrupar empresas que presenten similares variables estratégicas, si bien el hecho de definir qué variables son o no estratégicas ya presenta, a priori, el primer problema de este enfoque. En segundo lugar, el método de los grupos cognitivos, cuyas características de similitud buscadas para agrupar son atributos percibidos directamente por los propios competidores, quienes seleccionan en el mismo grupo las empresas que *perciben* como similares, a través de variables *percibidas* que ayudan a ubicar empresas en diferentes grupos.

### 3.1. ENFOQUE GRUPOS ESTRATÉGICOS

Este enfoque, llamado de grupos estratégicos o grupos estratégicos, se apoya en el hecho de que la similitud de las empresas del grupo se produce por el grado de semejanza en ciertas variables estratégicas de las empresas que lo componen. De nuevo, las variables estratégicas, o lo que entendemos por dimensión estratégica, pueden variar en función del enfoque estratégico en el que basemos la definición de estrategia. Así, desde el punto de vista de la organización industrial o la escuela del posicionamiento producto-mercado serán unas determinadas variables fundamentalmente externas, mientras que para la teoría de los recursos y capacidades serán unas variables referidas a recursos y capacidades de las empresas que se pretende agrupar.

Este procedimiento de identificación de grupos se basa en el esquema sugerido por Fiegenbaum y Thomas (1990a:197-98). La definición del *espacio estratégico* integra tres dimensiones básicas. Los niveles de estrategia empresarial (corporativo, negocio y funcional) para centrar el estudio; los componentes que recogen las dimensiones estratégicas de las empresas, esto es, tomando como referencia *el alcance de las actividades de la empresa y su compromiso de recursos* (Galbraith y Schendel 1983; Cool y Schendel 1987; Aaker 1988); y, por último, el periodo de tiempo en el que se aplica el trabajo o estudio. Esta última dimensión es útil en el sentido de que pueden existir transformaciones de la industria estudiada que originen periodos de tiempo no estables estratégicamente en el que se pueden confundir las agrupaciones. Con respecto al *alcance de las actividades* de la empresa reflejará su ámbito de actuación, concretándose en los segmentos de mercado en los que la empresa está presente, los tipos de producto o servicio ofrecidos, y la cobertura geográfica realizada, mientras que en el caso del *compromiso de los recursos* recoge la distribución de recursos de la empresa a lo largo de las distintas áreas funcionales (recursos humanos, aprovisionamiento, ventas, etc.), resultando clave para la ventaja competitiva que se quiere sostener (Cool y Schendel, 1987).

En cuanto a la selección de variables para agrupar comportamientos estratégicos similares, el primer punto consiste en tener un buen conocimiento del sector industrial estudiado (Cool y Schendel, 1987; Thomas y Venkatraman, 1988). Por consiguiente, la selección de variables para identificar grupos va a diferir en función del tipo de industria analizada. Esto resulta obvio, puesto que no pueden ser las mismas variables las que representen agrupaciones en la industria de los seguros que en la industria de la distribución

comercial, por ejemplo. En las tablas I y II se puede apreciar la gran riqueza de variables utilizadas en diferentes trabajos, si bien la mayoría se enmarcan en las dimensiones estratégicas de alcance de las actividades y compromiso de recursos, aportado por Galbraith y Schendel (1983), Cool y Schendel (1987), Aaker (1988) y en general, se adaptan al sector en concreto a que se refiere el estudio. En este enfoque se utiliza fundamentalmente variables cuantificadas o aproximadas a través de datos secundarios (o datos de *archivo*) financiero-contables o que provienen de estudios sectoriales determinados, que si bien son objetivas, a su vez, suscitan críticas sobre si reflejan con exactitud la estrategia de la empresa. En concreto, para el ámbito internacional, de la totalidad de trabajos empíricos que utilizaban enfoque grupos estratégicos el 96% utiliza datos de archivo, mientras que sólo uno de ellos lo complementa con datos primarios. En el caso español, obtenemos similares resultados, si bien en el 33% de los casos se complementan con otros datos de cuestionarios o entrevistas, lo que nos muestra, de forma significativa, la diferente potencialidad y uso de las bases de datos utilizadas en los estudios en los ámbitos de estudio, factor este que puede constituir un obstáculo al desarrollo de este tipo de estudios en nuestra Academia y que en nuestro ámbito tendrá consecuencias en las industrias analizadas, que como veremos presenta en España muy poca variedad y se debe, entre otras causas, a que dichas industrias (bancaria o de distribución de consumo) son las que más información (datos secundarios) ofrecen a los usuarios (ver tabla III), al tiempo que condicionará las variables a integrar en los análisis.

**Tabla III Diferencias de datos utilizadas en los dos ámbitos en el enfoque g. estratégicos**

Información utilizada estudios			
ÁMBITO	Archivo o secundarios	Primarios complementados archivo	Total enfoque estratégico
España	12	6	18
Internacional	14	1	15
<i>CHI-CUADRADO</i>	2.83 (0.093)*		

Fuente: propia; \* significativo a  $p < 0,1$

A lo largo del tiempo, el comportamiento estratégico empresarial no siempre permanece constante, sino que se encuentra sometido a un proceso continuo de evolución. Los cambios que pueden influir en los comportamientos estratégicos se pueden clasificar en dos grandes grupos. Por una parte, los que son motivados por factores que se encuentran fuera del control de las empresas (cambios en la legislación, en la tecnología, etc.). En segundo lugar, los cambios motivados por la conducta de las empresas. Estos períodos de estabilidad estratégica (*PEE's*) se caracterizan porque el comportamiento estratégico observado por las empresas, a lo largo de las diferentes dimensiones, permanece estable o, lo que es lo mismo, no sufre cambios significativos. A raíz de todo esto podríamos concluir que el contexto adecuado para la identificación de los grupos estratégicos es cada uno de estos *PEE's* (Flavián y Polo 1999:17-18).

En la tabla II podemos observar como el 65% de trabajos empíricos analizados en el ámbito internacional utilizan el enfoque de grupos estratégicos, aunque lo complementen con el enfoque cognitivo, observándose que el 56,5% de las veces el trabajo empírico sólo utiliza el enfoque de grupos estratégicos. Por el contrario, en España, todos los trabajos empíricos (95%) menos uno, lo utilizan, si bien, excluyendo el mixto el 89,5% de los trabajos sólo se limitan al enfoque estratégico. En consecuencia, evidenciamos diferencias significativas en cuanto a la utilización de enfoques en los diferentes ámbitos de estudio (ver tabla IV).

**Tabla IV. Diferencias entre el enfoque utilizado y el ámbito**

Ámbito	G. estratégicos	G. Cognitivos	Mixto
España	17 (89,5%)	1	1
Internacional	13 (56.5%)	8 (34.8%)	2
<i>CHI-CUADRADO</i>	5.98 (0.049)**		

Fuente: propia Mixto: complementa los dos enfoques mismo estudio (industria-muestra); \*\* significativo a  $p < 0.05$

Si bien no existe tanta variedad de contenidos como en el enfoque cognitivo, destacan ciertos trabajos sobre identificación de grupos de enfoque grupos estratégicos que contribuyen con innovaciones sobre identificación de grupos. Así, por ejemplo, Fergurson et al. (2000) asocia la pertenencia al grupo y el desempeño de la empresa de forma indirecta a través del concepto de *reputación*. El análisis empírico desveló que los grupos estratégicos difieren en reputación, siendo este un concepto a diferentes niveles. La reputación es una barrera de movilidad que beneficia a los miembros del grupo y que necesita de acciones colectivas del grupo para mantenerlas. El trabajo propone que los grupos estratégicos tienen diferentes reputaciones. Además, los grupos de mayor reputación también manifiestan mayores desempeños, siendo aquella una barrera de movilidad para los miembros de ciertos grupos

### 3.2. ENFOQUE COGNITIVO

Este enfoque tiene sus fundamentos en la Escuela Cognoscitiva (Simon, 1956), de base psicológica, donde empieza a plantearse el análisis de los procesos mentales de directivos empresariales basándose, en parte, en la *racionalidad limitada*. Desde esta escuela se analiza cómo las estrategias son construidas y cómo razonan las personas para realizar decisiones empresariales, utilizando los *mapas cognoscitivos* (Bougon, 1983) con los que se representan estructuras mentales o esquemas (Rosca y Lloyd, 1978) que servirán para ofrecer una descripción de la forma en que los directivos interpretan determinados ámbitos, entre ellos la rivalidad o la competencia.

Funciona de manera que los gerentes o directivos, de forma individual o los equipos de la alta dirección de forma colectiva, forman representaciones simplificadas de modelos mentales o *mapas cognitivos* de sus mercados competitivos de forma que esos filtros o

formas de entender la realidad conforman los límites del mercado, de la competencia y de los grupos propiamente dichos.

Tal y como señala Bogner y Tomas (1993) los gerentes categorizan o agrupan a sus competidores de forma cognitiva, siendo sus puntos de vista relativamente homogéneos dentro de una industria determinada. Esta aportación, puede implicar el hecho de que la similitud de modelos mentales puede producir que las empresas tenderán a tomar acciones similares, ya que poseen similares estructuras de pensamiento.

A su vez, siguiendo a Reger y Huff (1993) se distinguen como líneas de investigación aplicadas a grupos cognitivos la fundamentada en la *teoría de la clasificación* (Anderson y Paine, 1975; Porac et al., 1987; Porac et al., 1994), en la que se describe el entorno competitivo de una industria y el directivo realiza una clasificación jerárquica de la visión sobre sí mismo en la industria y, por otra parte, la línea de la *teoría personal* (Kelly, 1955, Reger, 1990; Reger y Huff, 1993) que utiliza las dimensiones estratégicas del sector y el mismo directivo realiza juicios sobre la similitud de su estrategia con la de los competidores para identificar grupos estratégicos.

Estas dos líneas de investigación cognitivas presentan diferentes metodologías de trabajo. En primer lugar, una metodología consistente en preguntar directamente al directivo, gerente o equipo de dirección sobre qué competidores de su industria pertenecerían a su grupo estratégico (*cognitivo directo*), mientras que la segunda metodología consiste en solicitar a los directivos, gerentes o equipos de dirección juicios sobre sus competidores en base a dimensiones estratégicas que estos perciben, aplicando posteriormente herramientas estadísticas sobre esas percepciones con el objetivo de identificar grupos estratégicos (*cognitiva grupos estratégicos*).

En concreto, el hecho de utilizar en la formación de grupos únicamente percepciones de los directivos, conduce a la utilización de datos primarios para establecer los grupos las percepciones de los gerentes y no datos secundarios o de archivo que reciben muchas críticas sobre si realmente representan variables de dimensiones estratégicas.

Dentro de esta corriente identificamos tanto trabajos empíricos [MacNamara et al. (2003), MacNamara, Luce y Thompson (2002), Pegels, Song y Yang (2000), Hodgkinson (1997), Nath y Gruca (1997), Reger y Palmer (1996), Porac, ThoMas, Wilson, Paton y Kanfer (1995), Baum y Lant (1995), Calori, Johnson y Samini (1994), Galbraith, Merrill y Morgan (1994), Hodgkinson y Johnson (1994), Reger y Huff (1993), Bogner y ThoMas (1993), Porac y ThoMas (1990), Porac, ThoMas y Baden-Fuller (1989)], como teóricos [Peteraf y Shanley (1997)], tal y como se exponen en la tabla II.

Conviene destacar que sólo el 34,8% de los trabajos internacionales empíricos analizados se encuadran dentro del enfoque cognitivo en exclusiva, ascendiendo al 43,47% aunque complementen dicho enfoque con el alternativo. Por su parte, en España sólo uno de entre todos los trabajos empíricos utiliza dicho enfoque, y otro lo comparte con el de grupos estratégicos (mixto), resaltando la lenta incorporación que está teniendo entre nuestros investigadores (ver tabla V).

**Tabla V Enfoque de g. cognitivos y ámbito de estudio**

Ámbito	G. estratégicos	G. Cognitivos	Mixtos
España	17	1	1
Internacional	13	8 (43.47%)	2
CHI-CUADRADO	5.98 (0.0498)**		

Fuente: propia; \*\* significativo a  $p < 0.05$

No obstante, si bien existen menos trabajos, en número, sí que existe más innovación en contenidos y nuevas líneas conceptuales, sobre todo en lo que respecta a la línea de la identificación de estos grupos cognitivos. En este sentido, MacNamara et al. (2003) aporta la novedad de identificar empresas principales y secundarias dentro del grupo, así como empresas aisladas de los grupos. Asimismo, MacNamara et al. (2002) asocia la complejidad de las estructuras de conocimiento de la alta dirección con la identificación de grupos.

Por otra parte, Finkelstein y Hambrick (1990) apuntan que la formación de grupos estratégicos mayoritariamente resulta de elecciones estratégicas hechas por miembros de los equipos de alta dirección de las empresas. En este sentido, y por lo que respecta a la *heterogeneidad de los equipos de dirección* que realizan agrupaciones, Pegels, Song y Yang (2000) se basan en la línea cognitiva de identificación de grupos estratégicos y en la teoría de *upper-echelon* (Knight et al. 1999, entre otros). Esta última teoría argumenta que las características de los miembros de la alta dirección tienen importantes impactos sobre los resultados de la organización, ya que aquellos tienen la facultad de tomar decisiones estratégicas para la organización. El trabajo identifica grupos estratégicos, para posteriormente investigar las heterogéneas características que tienen los equipos de alta dirección de las empresas de cada uno de los grupos estratégicos identificados, obteniendo evidencia empírica de que las características de los equipos de alta dirección basadas en la experiencia de los miembros y el *background* tiende a ser homogénea en las empresas del mismo grupo estratégico. En otras palabras, el filtro cognitivo para identificar grupos es el mismo en aquellas empresas con similares equipos de alta dirección, de forma que se ubican en los mismos grupos estratégicos. Además, el desempeño de la empresa está ligado con el tipo de equipo de alta dirección de la misma.

Hodgkinson (1997) evidencia la *inercia cognitiva*, proceso por el que a pesar del cambio turbulento de las características del entorno, el modelo mental colectivo del espacio competitivo sigue igual, si bien el concepto de inercia cognitiva ya es utilizado en anteriores trabajos por Gronhaug y Falkenberg (1989) y Reger y Palmer (1996).

Por otra parte, Calori et al (199) concluye que los directivos de empresas multinacionales tienen mapas cognitivos más amplios y complejos, frente al problema de la territorialidad o restricción de competidores al entorno más próximo.

También es interesante el trabajo de Galbraith et al. (1994) en el que se da un paso más y se identifican los grupos no sólo desde la oferta, sino también desde el lado de la demanda, identificando grupos de clientes y oferentes en una relación bilateral que mejora la comprensión de los grupos estratégicos. En esta línea de investigación también destaca Más (1998) que identifica grupos estratégicos desde esta doble vertiente de relación entre oferentes y demandantes para un conjunto de empresas y clientes de la industria del mueble valenciano.

Peteraf y Shanley (1997), de forma conceptual, asocia la pertenencia al grupo y el desempeño a través del concepto de *identidad* del grupo. El trabajo propone que los grupos estratégicos cognitivos pueden tener identidades, igual que las organizaciones, definiendo la identidad de un grupo estratégico como un conjunto de mutuos entendimientos entre gerentes. A su vez, la identidad del grupo estratégico se basará en la identificación y aprendizaje social de la empresa. Es decir, el hecho de que la empresa se desenvuelva en un complejo cambio social hace que altere su conducta en función del grupo al que pertenece.

## **4. GRUPOS ESTRATÉGICOS Y RENTABILIDADES.**

### **4.1. INTRODUCCIÓN A LAS DIFERENCIAS DE DESEMPEÑO EN GRUPOS ESTRATÉGICOS**

La segunda línea de investigación y, quizá, la más importante analiza la asociación entre la pertenencia al grupo y el desempeño. Como señala Levinthal (1995:19) la principal misión de la dirección estratégica se centra en el análisis de la diversidad del desempeño entre las empresas. Asimismo, Mascarenas y Aaker (1989) señalan que la importancia del grupo estratégico radica en poseer una herramienta para explicar las diferencias de rentabilidad entre las empresas. Por consiguiente, las bases que argumentan la existencia de grupos estratégicos residen en la observación de que las empresas de un sector difieren unas de otras y de que existe, además, una persistencia en tales diferencias que se reflejan en los diferentes niveles de rentabilidad a lo largo del tiempo.

El análisis de la relación entre rentabilidades de las empresas y la pertenencia a grupos estratégicos en una industria se ha abordado tanto con trabajos conceptuales [McGee y ThoMas (1986), ThoMas y Venkatraman (1988), Bogner y ThoMas (1993), McGee, ThoMas y Pret (1995), Peteraf y Shanley (1997), Dranove, Peteraf y Shanley (1998)], como empíricos [Poter (1979), Cool y Schendel (1987, 1988), Fiegenbaum y ThoMas (1990a), Lewis y ThoMas (1990), Lawles y Tegarden (1991), Cool y Dierickx (1993), Reger y Huff (1993), Mehra (1996), Pegels Song y Yang (2000), Fergurson, Deephouse y Fergurson (2000), Nair y Kotha (2001), McNamara, Luce y Thompson (2002), MacNamara et al. (2003), Lee et al. (2003)]. Asimismo, también desde España se ha investigado la relación grupo-desempeño en trabajos como Claver et al. (2003), Zúñiga et al. (2003), Muñiz, Cervantes y González (2001), García, Santos y Valledado (2001), Flavián y Polo (2001), Más (1997,1998), Iglesias (1997), Céspedes (1996), Fernández, Marco y Moya (1996), Espitia, Polo y Salas (1992), entre otros, tal y como se recoge en la tablas I y II.

En concreto, en el ámbito internacional, de todos los trabajos empíricos analizados el 60% integra el objetivo de asociar la pertenencia al grupo y el desempeño. En concreto, de la totalidad de trabajos de enfoque cognitivo el 50% utiliza dicho objetivo, mientras que en los trabajos de grupos estratégicos el 80% de los mismos asocia la pertenencia al grupo y el desempeño.

En el caso español, existe una aproximación al ámbito de referencia, observándose dicho objetivo en un 57,8% de los trabajos analizados. El cognitivo no asocia desempeños y el mixto sí. Por lo tanto, el 61,1% de los trabajos de enfoque de grupos estratégicos asocia grupos y desempeño.

Por lo tanto, en el caso de los grupos cognitivos las diferencias son claras, porque solamente existe uno en España y no utiliza el objetivo de asociar el desempeño, mientras que en el ámbito internacional la mitad de los trabajos cognitivos sí lo incorporan. Para el caso de los grupos estratégicos, la tabla VI sí nos confirma diferencias significativas entre los dos ámbitos estudiados.

**Tabla VI Enfoque de g. estratégicos y objetivo de desempeño**

Ámbito	No desempeño	Sí objetivo desempeño	Total
España	7(38,9%)	11(61,1%)	18(100%)
Internacional	3(20%)	12(80%)	15
<i>CHI-CUADRADO</i>	6,08 (0,014)**		

Fuente: propia; \*\*significativo a  $p < 0.05$

#### **4.2. ¿EXISTEN DIFERENCIAS DE DESEMPEÑO EN LOS TRABAJOS EMPÍRICOS?**

El 90% de los artículos empíricos españoles que utilizan el objetivo de asociación de grupos-desempeño evidencia que sí existen diferencias de resultados entre grupos. Análogamente, el 85,7% de los artículos empíricos internacionales analizados con el objetivo descrito también evidencian diferencias significativas [Lee et al. (2003), McNamara et al. (2002), González y Ventura (2002) Nair y Kotha (2001), Flavián y Polo (2001), García et al. (2001), Muñoz et al. (2001), Pegels et al. (2000), Ferguson et al. (2000), Iglesias (1997), entre otros].

Por lo tanto, existe una gran mayoría de trabajos que (cuyos resultados pueden observarse en las tablas VII y VIII) se posicionan de forma positiva hacia la aceptación de la idea de grupos como un conjunto de empresas de similares estrategias que consiguen similares desempeños y entre las que se dará, en mayor medida, la idea de rivalidad y competencia. Asimismo, esta idea se acepta tanto entre los estudios de grupos estratégicos como en los de grupos cognitivos. Así, se reforzaría la idea de que el concepto de grupos competitivos no es una mera herramienta de análisis sectorial.

No obstante, existen otros trabajos empíricos que no respaldan las anteriores afirmaciones, si bien, debemos tener en cuenta que representan una gran minoría, siendo aproximadamente el 10% de los trabajos empíricos con el objetivo grupos-desempeño. En el ámbito internacional, tal como se muestra en la tabla VII, trabajos como los de Houthoofd y Heene (1997), Cool y Dierickx (1993), Lewis y Thomas (1990), Lawless et al. (1989), Cool y Schendel (1988) o Fraizer y Howell (1983) no han encontrado diferencias de rentabilidad entre grupos estratégicos. En la misma línea, Lewis y Thomas (1990) evidencian empíricamente que los grupos estratégicos son útiles constructos para estudiar la estructura de la industria, pero que generalmente no explican las diferencias en el desempeño de las empresas. Asimismo, Barney y Hoskisson (1990) demostraron que el desempeño diferente entre grupos existe incluso cuando se seleccionan diferentes variables o barreras de movilidad para la identificación de los grupos. Análogamente, para el caso español, mostrado en la tabla VIII, Zúñiga et al. (2003), Claver et al. (2003) y Flavián et al. (2002) no encuentran diferencias de rentabilidad entre grupos.

**Tabla VII. Estudios sobre desempeño y grupos en universidades no españolas**

DIFERENCIAS DE DESEMPEÑO		NO DIFERENCIAS DESEMPEÑO
Diferencias desempeño entre miembros del grupo	Diferencias desempeño entre grupos	No diferencias desempeño entre grupos
MacNamara et al. (2003)	MacNamara et al. (2002)	Houthoofd y Heene (1997)
Lawless et al. (1989)	Nair y Kotha (2001)	Cool y Dierickx (1993)
Cool y Schendel (1988)	Ferguson et al. (2000)	Lewis y ThoMas (1990)
	Pegels et al. (2000)	Cool y Schendel (1987)
	Nath y Gruca (1997)	Fraizer y Howell (1983)
	Mehra (1996)	
	Wiggins y Ruefli (1995)	
	Vikkula (1993)	
	Cool y Dierickx (1993)	
	Fiegenbaum y ThoMas (1993)	
	Lawless y Tegarden (1991)	
	Fiegenbaum y ThoMas (1990)	
	Kumar (1990)	
	Mascarenas y Aaker (1989)	
	Kim and Lim (1988)	
	Bailey y Williams (1988)	
	Primeaux (1985)	
	Dess y Davis (1984)	
	Hergert (1987)	
	Oster (1982)	
	Porter (1979)	
	Newman (1978)	

Fuente: propia

**Tabla VIII. Estudios sobre desempeño y grupos en universidades españolas**

DIFERENCIAS DE DESEMPEÑO		NO DIFERENCIAS DESEMPEÑO
Diferencias desempeño entre miembros del grupo	Diferencias desempeño entre grupos	No diferencias desempeño entre grupos
Claver et al. (2003)	Muñiz et al. (2001)	Zúñiga et al. (2003)*
Flavián et al. (2002)	García et al. (2001)	
Flavián y Polo (2001)	Flavián y Polo (2001)	
Más (1998a)	Iglesias (1997)	
	Céspedes (1996)	
	Fernández et al. (1996)	
	Espitia et al. (1991)	
	(1993)	

\*Sí que existieron pero para algunos años puntuales. En general, no se confirmó con consistencia  
Fuente: propia

Asimismo, tal y como se muestra en las tablas VII y VIII, existen trabajos tanto nacionales [Claver et al., 2003; Flavián et al., 2002; Flavian y Polo, 2001; Más, 1998a] como internacionales [MacNamara et al., 2003; Lawless et al., 1989, Cool y Schendel, 1988] que encuentran evidencia empírica sobre las diferencias de desempeño entre los miembros del mismo grupo estratégico, pero no entre grupos. Estos resultados encuentran explicación en las *barreras de movilidad* y en la teoría de los recursos y las capacidades a través de los *mecanismos de aislamiento*.

Las barreras de movilidad son la base de las diferencias de rentabilidad entre grupos dentro de una misma industria (Porter, 1976, 1979; Caves y Ghemawat, 1992, entre otros). Las barreras de movilidad son fuerzas estructurales que impiden a las empresas cambiar libremente su posición competitiva (Caves y Porter 1977) actuando como elementos disuasorios del cambio de las empresas que pertenecen a grupos de baja rentabilidad hacia grupos de mayor rentabilidad (Caves y Porter 1977; Cool y Diereickx 93, pp.47, entre otros). Asimismo, McGee y ThoMas (1986) consideran que las barreras de movilidad son *los costes totales de traspaso de un grupo a otro* que otorgan ventaja a las empresas que ya están presentes en dicho grupo. Además, establecen tres fuentes de barreras de movilidad: la estrategias relacionadas con el mercado (segmentación del mercado, canales de distribución, marca, cobertura de mercado, etc.), características de la oferta de la industria (economías de escala, tecnología de los procesos productivos, etc.) y rasgos específicos de la propia empresa (habilidad de los directivos, tamaño, propiedad, relaciones con grupos de influencias, etc.).

Porter (1979) propuso que las barreras de movilidad protegían a los miembros de nuevos entrantes, sugiriendo que la rentabilidad también podría diferir entre grupos en una industria, sin embargo, puntualizó que las barreras de movilidad determinan la rentabilidad *potencial* del grupo, pero que el conseguirla va a depender de las actividades específicas de las empresas. Es decir, que se deja un hueco teórico posible de alcanzar dicha rentabilidad potencial.

En la misma línea, tal y como señala Rumelt (1984) los *mecanismos de aislamiento* pueden impedir que los miembros del mismo grupo obtengan rendimientos similares. El concepto de *mecanismos de aislamiento* es similar al de barreras de movilidad pero centrado en la propia empresa, no en el grupo. Estas aportaciones nos sirven para buscar un refugio teórico que justifique estas diferencias de desempeño intragrupo y que reside en la teoría de los recursos y capacidades, tal y como demuestran empíricamente Cool y Schendel (1988) y Lawless et al. (1989) que asocian empíricamente diferencias de rentabilidad intragrupo con diferentes stocks de activos (recursos y capacidades).

Así, la mayoría de estudios no utilizan variables que representen los recursos y capacidades de la empresa, sino que utilizan subrogados de la estrategia que, en ocasiones, pueden no reflejar los recursos de una empresa. En consecuencia, pueden existir empresas similares en un grupo, atendiendo a la homogeneización de aquellas variables, pero que sean heterogéneas en cuanto a dotación de recursos y capacidades, por lo que estarían justificadas las diferencias de desempeño entre las empresas del mismo grupo. En nuestra opinión, está afirmación permite una base teórica suficiente para que incluso los estudios que no habían logrado asociar la pertenencia a los grupos y el desempeño, la causa, al menos en parte, se pueda deber a esas diferencias de recursos y capacidades que en ocasiones no pueden recogerse en ciertas variables estratégicas utilizadas para los estudios.

En este sentido, MacNamara et al. (2003) plantea como objetivo básico no sólo buscar la diferencia de desempeño entre grupos sino también dentro del mismo grupo, encontrando evidencia empírica que lo demuestra y clasificando a su vez a las empresas del mismo grupo entre principales y secundarias, en función de su posicionamiento. Análogamente, en el ámbito español, Más (1998a) se plantea directamente la heterogeneidad intragrupo en la variable desempeño, encontrado evidencia empírica de la misma y corroborando sus resultados con la teoría de recursos y capacidades. En ambos artículos observamos como las empresas no se agrupan en función de sus recursos y capacidades, lo que puede explicar dicha heterogeneidad intragrupo en el desempeño, al contrario de Mehra (1996) que agrupa a las empresas en función de sus recursos y capacidades y, en consecuencia, no existe heterogeneidad intragrupo de desempeño, sino intergrupo.

En definitiva, creemos que con la evidencia empírica sistematizada en este punto podemos afirmar, si bien con algunas limitaciones, que la mayoría de los artículos con el objetivo de asociación de grupo-desempeño demuestran que la pertenencia al grupo sí explica, al menos en parte, el desempeño de la empresa. En este sentido cabe resaltar el trabajo de González y Ventura (2002) que determina la contribución que la pertenencia al grupo ejerce sobre el desempeño de la empresa, después de aislar el efecto industria y el de la propia empresa.

## 5. ESTABILIDAD DE ESTRUCTURAS DE GRUPOS ESTRATÉGICOS

Esta línea de investigación dentro del tema de los grupos estratégicos busca analizar, dinámicamente, la estabilidad estratégica de los períodos considerados, es decir, examinar las estructuras de los grupos para comprobar si existe movilidad entre los grupos a lo largo del tiempo o, por el contrario, existe estabilidad.

La forma de delimitar el período temporal en que la estructura de los grupos no sufre cambios significativos puede ser subjetiva, por conocimiento del sector que se analiza, u objetiva utilizando contrastes estadísticos para delimitar los PEE (períodos de estabilidad estratégica). Las causas de que existan cambios en las estructuras de los grupos radica en el entorno, que puede provocar cambios que puedan afectar a la composición de los grupos, o en el cambio de conducta de las empresas en cuanto a su estrategia.

El movimiento entre grupos se fundamenta por las condiciones de la industria, las diferencias de resultado y las barreras de movilidad. Además, el cambio de posición estratégica de un grupo se origina cuando algunas empresas del mismo cambian su estrategia debido a malos resultados o por disponer de activos acumulados muy importantes (Fiegenbaum y Thomas 1993).

En muchos trabajos se identifican los períodos de estabilidad estratégica durante el período de estudio utilizando metodología estadística, tanto en el ámbito internacional [Nair y Filer 2003, Nair y Kotha 2001; Fiegenbaum y ThoMas, 1995; Cool y Dierickx, 1993; Fiegenbaum y ThoMas, 1993; Fiegenbaum y ThoMas, 1990b; Fiegenbaum y ThoMas, 1990a; Cool y Schendel, 1988], representando el 35% de los estudios empíricos, como en el nacional [Zúñiga et al., 2003; Flavian et al., 2002; Flavián y Polo 2001; García et al. 2001; Muñoz et al. 2001; Más, 1999; Más, 1998a; Más 1998b; Más 1996] que ostenta el 42% de los trabajos empíricos. Asimismo, hay que hacer constar que todos los trabajos que incorporan el objetivo de la estabilidad de estructuras se limitan al ámbito de los grupos estratégicos, no observándose dicho objetivo en los trabajos sobre los grupos cognitivos. Asimismo, el 65% de los trabajos empíricos que identifican grupos, en el ámbito internacional (Lee et al., 2003; MacNamara et al., 2003; McNamara et al. 2002; Nair y Kotha, 2001; Fergusson et al. 2000; Pegels et al., 2000; Nath y Gruca 1997; Porac et al. 1995; Calori et al. 1994; Galbraith et al. 1994; Reger y Huff, 1993; Lawless y Tegarden, 1991; Lewis y ThoMas, 1990) no utilizan los PEE, siendo para el caso nacional el 58% de los trabajos [Claver et al., 2003; Más, 1998b; Iglesias 1997; Céspedes, 1996; Fernández et al., 1996; Más y Gómez, 1993; Espitia et al., 1991; García y Rodríguez 1996; Azofra et al., 1990] que identifican grupos estratégicos.

Por lo tanto, con diferencia el mencionado objetivo es el menos utilizado en los trabajos de identificación de grupos estratégicos en los dos ámbitos estudiados.

## **6. TÉCNICAS METODOLÓGICAS EN EL ESTUDIO DE LOS GRUPOS**

### **6.1. METODOLOGÍA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE GRUPOS**

La metodología utilizada en los trabajos empíricos para la identificación de grupos, tal y como se muestra en las tablas I y II, varía en función de si el estudio se enmarca en el enfoque grupos estratégicos o cognitivo.

Dentro del enfoque grupos estratégicos ha existido una evolución desde los estudios pioneros que no utilizaban técnicas estadísticas (Porter, 1979, Newman, 1978) hasta los más recientes, que sí las utilizan. Concretamente, en el ámbito internacional cerca del 80%

de los trabajos que identifican grupos utilizan la técnica *cluster*, tan sólo uno identifica grupos de forma unidimensional, y el resto utilizan novedades metodológicas en el campo que pueden constituir el inicio de la incorporación de técnicas de otras disciplinas a la investigación de los grupos estratégicos como es el modelo de algoritmos genéticos de Lee et al. (2003). Además, dentro de este ámbito y en los estudios que utilizan el *cluster* para identificar los grupos la mayoría (78%) utilizan sólo dicha técnica, mientras que el resto utiliza otros complementos como el análisis factorial y el discriminante. Solamente un trabajo utiliza una técnica de escala multidimensional.

En el ámbito español, de los trabajos empíricos que identifican grupos, el 85% utiliza la técnica *cluster*, utilizándose en un caso el *test* de diferencia de medias en base a unas variables. Destaca la técnica novedosa del *MCLUST* aplicado en Zúñiga et al. (2003) para solucionar el problema de determinación de número objetivo de grupos que los métodos tradicionales no resuelven. A su vez, de estos trabajos que utilizan la técnica *cluster* el 50% lo utilizan conjuntamente con el análisis factorial y/o el discriminante para comprobar la idoneidad de los grupos.

Con respecto al enfoque cognitivo, la tabla II evidencia, en el ámbito internacional, que en este caso la técnica *cluster*, si bien es la más utilizada, no tiene el protagonismo que tenía en el enfoque grupos estratégicos. En el 62% de los casos se utiliza, aunque menos de la mitad (40%) la utilizan individualmente, sino que lo más común es apoyarse en análisis factorial para reducir a pocos datos las percepciones registradas. El resto, 38% utilizan diferentes técnicas como *escalas de likert* o métodos de reducción de datos de forma individual. Solamente en Nath y Gruca (1997) encontramos un trabajo cognitivo directo, en el que, entre otros enfoques, los directivos clasifican directamente las empresas rivales de sus grupos, Nath y Gruca (1997). Por lo que respecta al ámbito español, el único trabajo cognitivo utiliza la técnica *cluster*. Conviene destacar, por último, que la utilización del análisis *cluster* en estos casos se suele hacer sobre variables *percibidas* por los directivos de las empresas analizadas.

## 6.2. METODOLOGÍA PARA LAS DIFERENCIAS DE DESEMPEÑO

En primer lugar, la práctica totalidad de los trabajos utiliza los ratios de rentabilidad sobre activos (ROA) o sobre fondos propios (ROE) para subrogar unidimensionalmente el constructo desempeño.

En los trabajos grupos estratégicos del ámbito internacional, el 88% utiliza la técnica *Anova* para contrastar las diferencias grupo-desempeño, mientras que un 33% de las veces lo complementan con el *Manova*. Una sola vez hemos identificado la regresión ordinaria por mínimos cuadrados. En el enfoque cognitivo, el 70% de los artículos utiliza el *Anova* y el resto regresiones.

Para el caso español, en los estudios empíricos, grupos estratégicos y el único cognitivo, el 93% utilizan la técnica *Anova*, mientras que ésta se aplica conjuntamente con el análisis *Manova* en el 40% de los casos. Sólo un trabajo utiliza un método alternativo (test no paramétrico) como es el de homogeneidad de *Kruskal-Wallis*.

En este sentido, cabría lanzar una crítica respecto del hecho de utilizar constantemente el análisis *Anova*, que son paramétricos y asume la *normalidad* de los datos frente a los tests no paramétricos de diferencia de medias como son el de *Mann-Whitney* y el de *Kruskal-Wallis* que son más robustos en el sentido de que no suponen aquella asunción para con los datos tratados. Creemos que es un *punto ciego* de la comunidad científica y que la utilización de los *tests no paramétricos* aportaría más rigor al análisis.

### **6.3. METODOLOGÍA PARA LOS PERIODOS DE ESTABILIDAD ESTRATÉGICA (PEES)**

En primer lugar, fue Cool (1985) quien desarrolla el procedimiento estadístico para detectar los PEEs. Para ello utiliza un test de estabilidad de la matriz de varianzas covarianzas de las variables estratégicas en los años consecutivos de la muestra para ver si se reflejan cambios significativos. En este sentido, un PEE queda definido cuando la estabilidad de dicha matriz es significativamente mayor que la de los siguientes períodos temporales, metodología que con posterioridad aplicarán otros autores como Cool y Dierickx, 1993 o Cool y Schendel, 1988, entre otros.

Fiegenbaum (1987) amplió el anterior procedimiento añadiendo la estabilidad del vector de medias, siendo esta última más completa. Dicha técnica es la que mayoritariamente prevalece hoy y ha sido aplicada entre otros por Fiegenbaum y Thomas (1990,1995) o autores españoles como Zúñiga et al. (1993).

Para el ámbito español todos los trabajos que analizan la estabilidad estructural dinámica de los grupos utilizan el test  $T^2$  de Hotelling y el  $F$  de Barlet-Box, a excepción de una sublínea dentro de la estabilidad de grupos que busca la predicción de las estructuras futuras (en concreto Más, 1996) que utiliza *modelos de predicción y el Test-t*.

En el ámbito internacional el 60% de los artículos revisados que integran dicho objetivo utiliza ambos tests, mientras que el resto (Cool y Dierickx, 1993 y Cool y Schendel, 1988) utilizan sólo el de Barlet-Box. De nuevo, en la sublínea de investigación de predicción de estructuras futuras de grupos (Fiegenbaum y Thomas, 1995) se utilizan los métodos SUR de predicción. Por último, un trabajo en el que conviene destacar la novedad metodológica del *test de cointegración y el de no estacionariedad* aplicado por Nair y Filer (2003) para la estabilidad de la estructura de grupos.

### **6.4. ANÁLISIS DE LAS MUESTRAS, TIPOLOGÍA DE DATOS Y SECTORES ANALIZADOS**

Diversos autores (MacNamara et al., 2003; Porac et al., 1995; entre otros) argumentan la poca amplitud de la muestra como una limitación en sus trabajos. En ocasiones, el tener que conocer el sector, la necesidad de tener que contar con el apoyo de equipos de dirección o el problema de la obtención y disponibilidad de datos conlleva que la muestra seleccionada se concentre territorialmente en el ámbito geográfico más próximo del investigador con el problema que ello conlleva de extrapolación de resultados.

Partiendo del hecho de que la mayoría de los trabajos que utiliza enfoque grupos estratégicos se sirven de datos de archivo y los problemas de representatividad de la estrategia que ello puede conllevar, la utilización de estos datos conlleva una ventaja: la representatividad de la muestra frente al problema de la territorialidad de la misma. Para el caso español, se presenta una dualidad en cuanto a la elección de las muestras de estudio. Por una parte, existen trabajos en que la muestra equivale a la población del sector estudiado. En concreto, para el sector bancario español [véase, Zúñiga et al., 2003; García et al., 2001; Céspedes, 1996; Fernández et al., 1996; Más, 1996; Más y Gómez, 1993; Espitia et al., 1991; Azofra et al., 1990] o para el sector de distribución alimentaria [véase, Flavián et al., 2002; Flavián y Polo, 2001]. Sin embargo, también existen otros trabajos que se limitan a un ámbito o alcance más reducido. Por ejemplo, Iglesias (1997) para el sector de distribución alimentaria en Asturias, Claver et al. (2003) para el sector de la construcción en Alicante, etc.

Similar circunstancia se da en el ámbito internacional, comprendiendo desde estudios que limitan sus muestras a un ámbito geográfico específico, como MacNamara et al. (2003) en bancos de Mineapolis y St. Paul, MacNamara et al. (2002) para bancos de Denver, Milwaukee y Minneapolis o Reger y Huff (1993) con los bancos más grandes de Chicago, hasta trabajos que comprenden toda la industria de un país, como Nair y Kotha (2001) con las acerías Japonesas, Pegels et al. (2000) con las aerolíneas de EE.UU o Fiegenbaum y Thomas (1995) para el sector seguros de EE.UU. Ahora bien, tal y como las tablas I y II muestran, existe un patrón común en los dos ámbitos. Si bien en algunos trabajos de grupos estratégicos podemos encontrar el problema de amplitud de la muestra, y que fundamentalmente se deben al problema de la obtención de datos, es en la totalidad de trabajos de enfoque cognitivo donde se produce dicho problema debido a la naturaleza de los datos. No obstante, como posteriormente comentaremos, la inclusión de muestras territorial o geográficamente concentradas implicará unos aspectos clave para el desarrollo del concepto de grupos competitivos.

Considerando los sectores estudiados, existe una gran diferencia con respecto a las industrias analizadas en los diferentes ámbitos. Para el caso español los investigadores han desarrollado trabajos en industrias como la construcción o los muebles, si bien se centran fundamentalmente en la industria bancaria en general, en el 53% de los casos y la distribución comercial (alimentación y textil) en el 38% de los casos tal y como se aprecia en la tabla I. En el ámbito internacional, tabla II, existe una mayor variedad de industrias sobre las que destacan la cerveza, industria farmacéutica, la banca, las aerolíneas, compañías de seguros, los electrodomésticos, las empresas petroleras, hospitales, confección, automóviles, etc, existiendo una mayor riqueza de conocimiento en diversas industrias que no existe en nuestro país. La disponibilidad de datos que se explicó al principio del trabajo podría contribuir, al menos en parte, a la explicación de estas consecuencias.

## **7. ¿EXISTEN LOS GRUPOS ESTRATÉGICOS?: TERRITORIO Y CONVERGENCIA.**

En base al análisis de la información que hemos realizado en el presente estudio podemos posicionarnos en cuanto a la pregunta fundamental que rodea el estudio de los grupos competitivos. Hemos visto como la totalidad de los estudio identifican grupos

estratégicos en base a determinadas variables en función de la industria analizada. Además, prácticamente el 90% de los estudios que incluían el objetivo de asociación de grupos-desempeño evidenciaba la existencia de un factor de explicación del desempeño en función de la pertenencia de la empresa a cada grupo. Asimismo, existe explicación teórica para los estudios que no identifican dicha asociación, en el sentido de que dentro del grupos también pueden existir diferencias de recursos y capacidades que explican la heterogeneidad *intragrupo*, existiendo trabajos empíricos que respaldaban esta idea.

Por lo tanto, en nuestra opinión, el único punto pendiente es la *convergencia o divergencia* de los enfoques de grupos competitivos: estratégicos y cognitivos. El resto de elementos creemos, en función de la evidencia empírica analizada, que están superados. No obstante, el punto clave reside en que los grupos estratégicos que obtiene el investigador sean similares o iguales a los mapas cognitivos que tienen los directivos del sector. Si existe convergencia de estructuras de grupos utilizando los diferentes enfoques de identificación, entonces la existencia de grupos y su papel en la industria será un hecho. Por el contrario, si los grupos identificados por los investigadores no coinciden con las percepciones de los protagonistas de la industria, entonces los grupos identificados pueden representar un mero artificio de análisis de la industria.

La evidencia empírica nos muestra que, con los estudios empíricos analizados existe convergencia de estructuras obtenidas por los diferentes enfoques. Nath y Gruca (1997), evalúan la convergencia de todos los enfoques (de grupos por grupos estratégicos y cognitivos) sobre los hospitales más grandes de EE.UU. En primer lugar, identifican grupos estratégicos a través del modelo metodológico de cluster. En segundo lugar, utilizan escalas de percepciones de los gerentes, utilizando para ello atributos específicos de la industria estudiada. Por último, emplean la identificación directa de los gerentes de las empresas que compiten en la industria. El estudio confirma la convergencia entre estructuras de grupos estratégicos utilizando tanto los modelos grupos estratégicos como los modelos cognitivos directos y cognitivos grupos estratégicos. También Sáez (2000) para el ámbito nacional, identifica grupos estratégicos y cognitivos sobre le sector de constructores de Albacete, llegando a la conclusión de que existe convergencia de estructuras por los dos enfoques y validando la existencia de grupos estratégicos y su asociación con el desempeño. Por último, Osborne et al. (2001) también confirma dicha convergencia sobre las más importantes compañías farmacéuticas de EE.UU.

En consecuencia, ¿qué características presentan los mencionados estudios que evidencian convergencia de estructuras de grupos competitivos por los dos enfoques? En literatura internacional analizada el 60% de los estudios cognitivos (McNamara et al., 2003, 2002; Nath y Gruca, 1997; Hodgkinson, 1997; Porac et al., 1995; Reger y Huff, 1993) se refieren a localizaciones geográficas concretas dónde es más fácil percibir la rivalidad, bien por la definición del estudio o por tratarse de zonas de alta concentración de la industria elegida, y el 40% restante se aplica sobre industrias en las que se conoce muy bien el número de competidores por ser grandes empresas o *global players* (“top” Aerolíneas, Industria farmacéutica, etc.). En el caso español, Sáez (2000) realiza la convergencia sobre un ámbito territorial determinado en la ciudad de Albacete, donde la percepción de la rivalidad o competencia resulta más sencilla.

Por lo tanto, cuando se obtienen convergencias de estructuras se da en las circunstancias de que los competidores son conocidos debido a:

- La industria se delimita en una localización geográfica determinada
- Se aplica sobre la totalidad de la industria en las que existen pocos competidores, que generalmente son de gran tamaño por lo que pueden ser fácilmente identificados.

Evidentemente, bajo las anteriores circunstancias es más sencillo, tanto por parte del investigador como del directivo, reconocer los grupos de rivalidad. Así, tradicionalmente la rivalidad se ha descrito como un proceso de “pocos”, en el sentido de que la limitación cognitiva (Walton, 1986; Porac y Thomas, 1990) condiciona el reconocimiento de rivales (Porac et al., 1995; Porac et al., 1989). Asimismo, la literatura (Porac et al., 1995; Gripsrud y Gronhang, 1985) coincide en que la rivalidad se limita al espacio geográfico debido a la influencia de la distancia (Porac et al., 1995) y la relación entre la localización y la elección del segmento específico (Porac y Thomas, 1994).

En consecuencia, podemos establecer dos proposiciones que parecen confirmarse con los estudios de convergencia descritos (Nath y Gruca, 1997; Sáez, 2000; Osborne et al, 2001):

**Proposición 1:** *En entornos competitivos sectoriales delimitados geográficamente o en los que se presentan altas concentraciones geográficas del sector, existe probabilidad de que se identifiquen estructuras de grupos estratégicos y cognitivos convergentes.*

**Proposición 2:** *En los sectores en los que es fácil identificar los competidores de la industria debido a la estructura de la misma o la naturaleza de los competidores, existe probabilidad de que se identifiquen estructuras de grupos estratégicos y cognitivos convergentes.*

Por lo tanto, en dichas circunstancias resulta más clarificador para la Academia el establecer y verificar la convergencia de grupos competitivos y, en consecuencia, la validez del concepto como elemento básico de la industria y contributivo a la explicación del desempeño empresarial.

## 8. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN SOBRE EL TEMA.

El primer objetivo del estudio consistía en analizar y clasificar los principales trabajos realizados hasta la fecha para sistematizar todos los avances y limitaciones existentes, así como establecer conclusiones sobre el posicionamiento de la literatura ante el fenómeno de los grupos competitivos. En segundo lugar, queríamos comparar el estado de la cuestión en España con respecto al ámbito internacional.

En el ámbito internacional, así como en España, destaca el enfoque grupos estratégicos sobre el cognitivo en los trabajos empíricos, hecho que se acentúa más en nuestro país donde el enfoque cognitivo es, prácticamente, residual. Con respecto a la línea de investigación u objetivo perseguido en los trabajos empíricos, para los dos ámbitos, el objetivo que tienen la práctica totalidad de los trabajos es el de identificar grupos, tanto en

el enfoque grupos estratégicos como el cognitivo. En segundo lugar, destaca el objetivo de asociar grupos y desempeño. A su vez, este objetivo, en su mayoría, se integra en el enfoque grupos estratégicos, quedando poco reflejado en el cognitivo. En otras palabras, en el enfoque grupos estratégicos la mayor parte de los trabajos presentan los objetivos de identificación de grupos y análisis grupo-desempeño, mientras que el enfoque cognitivo persigue mayoritariamente el de identificación de grupos. Asimismo, el objetivo menos utilizado es el de identificar los períodos de estabilidad estratégica que se limita al enfoque grupos estratégicos.

Por lo que respecta a la existencia e identificación de grupos estratégicos está, en general, bastante respaldada, incluso por la asociación de grupos-desempeño, si bien las diferencias de desempeño intragrupo pueden deberse a la teoría de recursos y capacidades y sus mecanismos de aislamiento. Asimismo, se observa un gran vacío en cuanto a la realización de estudios utilizando los dos enfoques de aproximación sobre la misma industria, al objeto de seguir buscando evidencia que contribuya a fortalecer el constructo de grupos competitivos.

Asimismo, es necesario potenciar el enfoque de grupos cognitivos y aumentar la diversidad de industrias, especialmente para determinar el posible efecto de la industria (tipología, concentración geográfica, etc.) sobre los resultados.

Por último, la tipología de datos utilizados en el enfoque grupos estratégicos se limita a los datos de archivo, mientras que los trabajos cognitivos se suelen apoyar en los cuestionarios y entrevistas. Asimismo, empiezan a aparecer trabajos que utilizan novedades metodológicas como el modelo de algoritmos genéticos o la técnica *MCLUST* para solucionar el problema de determinación objetiva del número de grupos que hasta ahora se intentaba resolver aplicando la técnica cluster, tanto jerárquica como de optimización.

Con respecto al ámbito español, apenas se utiliza el enfoque cognitivo, lo que representa un desequilibrio para la contribución de la Academia al concepto. Evidenciamos, asimismo, la falta de líneas emergentes en dicho enfoque. También conviene destacar la ausencia de variedad respecto a las industrias en las que se ha analizado el concepto estudiado. Análogamente, constatamos una falta de estudios que evalúen la convergencia de resultados con los dos enfoques, identificando sólo un trabajo que lo acomete. Asimismo, existe muy poca explotación del concepto territorial para la identificación de grupos competitivos, máxime cuando en el ámbito español existen diversas industrias con un alto grado de concentración territorial o clusters que facilitaría la validación de estructuras por convergencia de enfoques.

El estudio presenta ciertas limitaciones. En primer lugar, presentamos una limitación en la muestra, en el sentido de que aunque se hayan incorporado los principales estudios de las revistas de mayor impacto en el tema, extrapolar resultados al ámbito internacional puede ser excesivamente ambicioso sin haber analizado estudios de revistas nacionales de otros países, si bien creemos que los estudios de mayor relevancia están representados en las revistas exhaustivamente analizadas.

Respecto de las líneas futuras de investigación, se propondría el realizar estudios de convergencia de enfoques, al tiempo que potenciar el estudio de los grupos cognitivos, relacionándolos especialmente con el concepto de territorio o localización geográfica.

## NOTAS

1 Nos referimos a estudios realizados por investigadores de universidades españolas, independientemente de que puedan aparecer publicados en revistas del ámbito internacional.

2 Las revistas analizadas con exhaustividad son la *Strategic Management Journal* con más de 30 artículos sobre el tema, seguida con 6 artículos por la *Journal of Management Studies*, con tres artículos están la *Review of Economics and Statistics* y la *Academy of Management Review*. También hemos utilizado la *Administrative Science Quarterly*, *Longe Range Planning*, *Journal of Internacional Management* y otras con menos artículos. Para la parte española hemos analizado la revista CEDE, *Revista de Economía Aplicada*, *Información Comercial Española*, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, *Economía Industrial*, *ESIC-MARKET*, etc.

3 (Wernerfelt 1984; Barney 1986; 1991; Rumelt 1991; Grant 1991; Peteraf 1993, entre otros)

4 Por principales artículos entendemos los publicados en las revistas de mayor impacto definidas por AEDEM en el Índice de Citas de Revistas de Economía de la Empresa (ICREE), *Aedem Bibliométrica* (2004): *Revista CEDE*, *Información Comercial Española*, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, *Economía Industrial*, *ESIC-MARKET*, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* y otras importantes más multidisciplinares como *Revista de Economía Aplicada* y otras internacionales donde existían artículos de universidades españolas.

5 Las revistas analizadas con exhaustividad son la *Strategic Management Journal* con más de 30 artículos sobre el tema, seguida con 6 artículos por la *Journal of Management Studies*, con tres artículos están la *Review of Economics and Statistics* y la *Academy of Management Review*. También hemos utilizado la *Administrative Science Quarterly*, *Longe Range Planning*, *Journal of Internacional Management* y otras con menos artículos.

6 Bogner y Thomas (1993) realiza la distinción conceptual de grupos estratégicos y grupos cognitivos para referirse a esta idea. Por enfoque grupos estratégicos entenderemos el enfoque fundamentalmente seguido por la escuela de Fiegenbaum y Thomas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AAKER, D. (1989): "Managing assets and skills: the key to a sustainable competitive advantage", *California Management Review*, invierno, pp. 91-106
- AMIT, R. Y SCHOEMAKER, P. (1993): "Strategic assets and organizational rent", *Strategic Management Journal*, vol. 14, pp. 33-46
- AZOFRA, V., DE LA FUENTE, J.M, DE MIGUEL, A. Y RODRÍGUEZ, J.M. (1990): "Cambios en la estrategia competitiva de la banca española durante los años ochenta", *Información Comercial Española*, julio 1990, pp. 103-118
- BAILEY, E. Y WILLIAMS, J.R. (1988): "Sources of economic rent in the deregulated airline industry", *Journal of Law and Economics*, 31 (1), 173-202
- BARNEY, J.B. Y HOSKISSON, R.E., (1990): "Strategic Groups: Untested Assertions and Research Proposals", *Managerial and Decision Economics*, 11, pp. 187-198.
- BOGNER, W., THOMAS, H. (1993): "The role of competitive groups in strategy formulation: a dynamic integration on two competing models", *Journal of Management Studies*, 30:1, pp. 51-67
- Calori, R., Johnson, G. y Sarmin, P. (1994): "CEO's Cognitive maps and the scope of the organization", *Strategic Management Journal*, vol 15, pp. 437-457
- CAVES, R. Y GHEMAWAT, P. (1992): "Identifying mobility barriers", *Strategic Management Journal*, vol 13, pp. 1-12
- CAVES, R.E. Y PORTER, M. (1977): "From entry barriers to mobility barriers: conjectural decisions and contrived deterrence to new competition", *Quarterly Journal of Economics*, vol. 91, pp. 241-61
- CÉSPEDES, J. (1995): "Identificación de los grupos estratégicos en los sectores industriales", *Economía Industrial*, IV, 304, pp. 55-66

- CÉSPEDES, J. (1996): "Grupos estratégicos en la banca privada española", *Información Comercial Española*, 753, pp. 106-124
- CLAVER, E., MOLINA, J.F., Molina, H. y Marco, B. (2003): "Grupos estratégicos y rentabilidad empresarial: una prueba complementaria", *ESIC-MARKET*, mayo-agosto, pp. 82-97
- COOL, K. (1985): *Strategic group formation and strategic group shifts: a longitudinal analysis of the U.S. pharmaceutical*. Tesis Doctoral, Purdue University
- COOL, K. Y DIERICKX, I (1993): "Rivalry, strategic groups and firm profitability", *Strategic Management Journal*, vol 14, pp. 47-59
- COOL, K. Y SCHENDEL, D. (1987): "Strategic group formation and performance: the case of the U.S. pharmaceutical industry, 1963-82", *Management Science*, 33 (9), pp. 1102-1124
- COOL, K. Y SCHENDEL, D. (1988): "Performance differences among strategic group members", *Strategic Management Journal*, vol 9, pp. 207-223
- DEES, G. Y DAVIS, P.S. (1984): "Porter's generic strategies as determinants of strategic group membership and organizational performance", *Academy Management Journal*, 27 (3), 467-88
- DRANOVE, D., PETERAF, M., SHANLEY, M. (1998): "Do strategic groups exist? An economic framework for analysis", *Strategic Management Journal*, vol 19, pp. 1029-1044
- ESPITIA, M.E., POLO Y. Y SALS, V. (1991): "Grupos estratégicos y resultados en el sector bancario español", *Información Comercial Española*, 690, pp. 189-214
- FERGURSON, T, DEEPHOUSE, D. Y FERGURSON, W. (2000): "Do strategic groups differ in reputation?", *Strategic Management Journal*, vol 21, pp. 1195-1214
- FERNÁNDEZ, E., MONTES, J. Y VÁZQUEZ, C. (1996): "Efecto industria y conducta empresarial", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 5, núm. 2, pp. 149-158
- FIGENBAUM, A. (1987): *Dynamic Aspects of Strategic Groups and Competitive Strategy: concepts and empirical examination in the Insurance Industry*, Tesis Doctoral, University of Illinois at Urbana-Champaign.
- FIGENBAUM, A. Y THOMAS, H (1990 A): "Industry and strategic group dynamics: competitive strategy in the insurance industry, 1970-84", *Strategic Management Journal*, vol 11, pp. 197-215
- FIGENBAUM, A. Y THOMAS, H.(1995): "Strategic groups as referente groups: theory, modeling and empirical examination of industry and competitive strategy", *Strategic Management Journal*, vol 16, pp. 461-476
- FIGENBAUM, A., HART, S. Y SCHENDEL, D. (1996): "Strategic reference point theory", *Strategic Management Journal*, vol 17, pp. 219-235
- FIGENBAUM, A., SUDHARSHAN, D. Y THOMAS, H. (1990): "Strategic time periods and strategic groups research: concepts and an empirical example", *Journal of Management Studies*, 27:2, pp. 133-148
- FINKELSTEIN, S., HAMBRICK, D., (1990): "Top-Management-Team tenure and organizational outcomes: the moderating role of managerial discretion", *Administrative Science Quarterly*, vol 35, pp. 484-503
- FLAVIÁN, C. Y POLO, Y. (2001): "Diversidad estratégica y resultados en la distribución", *Revista de Economía Aplicada*, vol. IX, 26, pp. 29-56
- FLAVIÁN, C., HABERBERG, A. Y POLO, Y (2002): "Food retailing strategies in the European Union. A comparative analysis in the UK and Spain", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 9, pp. 125-38
- FLAVIÁN, C., POLO, Y., (1999): "Hacia la homogeneización de criterios en las investigaciones de grupos estratégicos", *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 3, pp.9-27
- GALBRAITH, C. Y SCHENDEL, D.E. (1983): "An empirical analysis of strategy types", *Strategic Management Journal*, 4(2), pp. 153-73
- GALBRAITH, C., MERRILL, G., MORGAN, G, (1994): "Bilateral Strategic Groups: the market for nontactical navy information systems", *Strategic Management Journal*, vol. 15, pp. 613-626.

- GARCÍA, J.M. Y RODRÍGUEZ, M. (1996): "Grupos estratégicos en el sector del comercio textil: una metodología fundamentada en las variables del retailing-mix", *Información Comercial Española*, 750, pp. 133-152
- GARCÍA, M.T., SANTOS, M.V. Y VELLELADO, E., (2001): "Grupos estratégicos en las cajas de ahorro españolas: dinámica temporal, consistencia interna y resultados", *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 10, pp. 432-461
- GONZÁLEZ-FIDALGO, E. Y VENTURA-VICTORIA, J. (2002): "How much do strategic groups matter?", *Review of Industrial Organizations*, 21, 1:55-71
- GRANT, R. (1991): "The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation", *California Management Review*, primavera, pp. 114-135
- HAIR, J., ANDERSON, R., TATHAM, R. Y BLACK, W. (1999): *Análisis Grupos estratégicos*, 5ª edición. Prentice Hall, Madrid.
- HATTEN, K.J. Y HATTEN, M.L. (1987): "Strategic Grups, Asymmetrical Mobility Barriers and Contestability", *Strategic Management Journal*, 8, pp. 329-42
- HERGERT M. (1987): "Causes and consequences of strategic grouping in U.S. manufacturing industries", *International Studies on Management Organization*, 18 (1), pp. 26-49
- HODGKINSON, G. (1997): "Cognitive inertia in a turbulent market: the case of UK residencial Estate Agents", *Journal of Management Studies*, 34:6, pp. 921-944
- HOFFER, C. Y SCHENDEL, D. (1978): *Strategy formulation: Analytical Concepts*, West Publishing Company, St. Paul.
- HUFF, J., HUFF, A. Y THOMAS, H. (1992): "Strategic Renewal and the interaction of cumulative stress and inertia", *Strategic Mangement Journal*, vol 13, pp. 55-75
- HUNT, M. (1972): "*Competition in the Mayor Home Appliance Industry, 1960-70*". Tesis Doctoral, Harvard University
- IGLESIAS, V. (1997): "Tipos de variables y metodología a emplear en la identificación de grupos estratégicos. Una aplicación empírica al sector detallista", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 3, nº3, pp. 73-85
- KELLY, A. (1955). *The Psychology of Personal Constructs*, vols. 1 y 2. Norton New York
- KIM, L. Y LIM, Y.(1988): "Environment generic strategies, and performance in a rapdly developing country: a taxonomic approach, *Academy Management Journal*, 31 (4), pp. 802-27
- KNIGHT, D., PEARCE, C., SMITH, K., OLIAN, J.D., SIMS, H., SMITH, K AND PATRICK FLOOD (1999): "Top Management Team diversity, group process, and strategic consensus", *Strategic Management Journal*, vol 20, pp. 445-465
- KUMAR, N., (1990): "Mobility barriers and profitability of multinational and local enterprises in Indian manufacturing", *Journal of Industry and Economics*, 38 (4), pp. 449-63
- LAWLESS, M. Y TEGARDEN, L. (1991): "A test of performance similarity among strategic group members in conforming and non-conforming industry structures", *Journal of Management Studies*, 28:6, pp. 645-664
- LAWLESS, M., BERGH, D. Y WILSTED, W. (1989): "Performance variations among strategic group members: an examination of individual firm capability", *Journal of Management*, 15, pp. 649-661
- LEE, J., LEE, K. Y RHO, S. (2002): "An evolutionary perspectiva on strategic group emergente: a genetic algorithm-based model", *Strategic Management Journal*, 23, pp. 727-46
- LEWIS, P. Y THOMAS, H. (1990): "The linkage between strategy, strategic groups, and performance in the U.K. retail grocery industry", *Strategic Management Journal*, vol 11, pp. 385-97
- MACGAHAN, A. Y PORTER, M. (1997): "How much does industry matter, really?", *Strategic Management Journal*, vol. 18, especial verano, pp. 15-30

- MACNAMARA, G., DEEHOUSE, D. Y LUCE, R. (2003): "Competitive positioning within anda cross a strategic group structure: the performance of core, secondary and solitary firms", *Strategic Management Journal*, 24, pp. 161-181
- MÁS, F. (1998B): "Relación bilateral entre industria oferente y demandante mediante grupos estratégicos", *IVIE*, Valencia.
- MÁS, F. (1995): "El análisis de grupos estratégicos y sus implicaciones de gestión", *Información Comercial Española*, 747, pp. 135-150
- MÁS, F. Y GÓMEZ, J.C., (1993): "Análisis de la competencia en las Cajas de Ahorros: grupos estratégicos", *Esic-Market*, enero-marzo 1993, pp.144-166
- MÁS, F.J. (1994): *Competencia dinámica de grupos estratégicos: Aplicación al sector bancario Español*, Tesis doctoral. Universidad de Alicante
- MÁS, F.J. (1998A): "Relación rentabilidad-riesgo en el contexto de los grupos estratégicos", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 7, 1, pp. 33-46
- MÁS, F.J. (1999): "Dynamic análisis of competition in marketing: strategic groups in Spanish banking", *International Journal of Bank Marketing*, vol. 17, 5, pp. 233-50.
- Más, F.J., (1994): *Competencia y dinámica de grupos estratégicos: Aplicación al sector bancario español*. Tesis Doctoral. Universidad de Alicante.
- MÁS, F.J., (1996) "Predicción de la estructura future de la industria. La teoría de grupos estratégicos", *Economía Industrial*, 311, pp. 193-201
- MASCARENAHS, B. Y AAKER, D.(1989): "Mobility barriers and strategic groups", *Strategic Mangement Journal*, vol 10, pp. 475-485
- MASKARENHAS, B. Y AAKER, D. (1989): "Mobility barriers and strategic groups, *Strategic Management Journal*, 10(5), 475-85
- MCGEE, J. Y THOMAS, H. (1986): "Strategic Group: Theory, Research and Taxonomy", *Strategic Management Journal*, 7, pp. 141-160
- MCNAMARA, G., LUCE, R. Y THOMPSON, G.(2002): "Examining the effect of complexity in strategic group knowledge structures on firm performance", *Strategic Mangement Journal*, vol 23, pp. 153-170
- MEHRA, A. (1996): "Resource and Market Based Determinants of performance in the U.S. banking industry", *Strategic Management Journal*, 17, pp. 307-322
- MEHRA, A. Y FLOYD, S.W. (1998): "Product market heterogeneity, resource imitability and strategic group formation", *Journal of Management*, 24, pp. 511-31.
- MILES, G., SNOW, C. Y SHARFMAN, M. (1993): "Industry variety and performance", *Strategic Management Journal*, vol. 14, pp. 163-77
- MUÑIZ, N., CERVANTES, M.Y GONZÁLEZ, B. (2001): "Las implicaciones de grupos estratégicos internacionales en la gestión de la distribución comercial: desde el énfasis en los resultados hacia los efectos de una identidad", *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 10, pp. 397-432
- NAIR, A. Y FILER, L. (2003): « Cointegration of firm strategies within groups : a long-run analysis of firm behavior in the Japanese steel industry », *Strategic Management Journal*, 24, pp. 145-159
- NAIR, A., KOTHA, S., (2001): "Does group membership matter? Evidence from the Japanese steel industry", *Strategic Mangement Journal*, vol 22, pp. 221-235
- NATH, D. Y GRUCA, T. (1997): "Convergente across alternative methods for forming strategic groups", *Strategic Mangement Journal*, vol 18:9, pp. 745-760
- NAYYAR, P. (1989): "Research notes and communications strategic groups: A comment", *Strategic Management Journal*, 10, pp. 101-103
- NEWMAN HH. (1978): "Strategic groups and the structure-performance relationship, *Review of Economics and Statistics*, 60 (3), pp. 417-27

- NOHRIA, N Y GARCIA-PONT, N. (1991): "Global strategic linkages and industry structure", *Strategic Management Journal*, 12, número especial, pp. 105-24
- OSBORNE, D.J, STUBBART, C.I, RAMAPRASAD, A.,(2001): "Strategic groups and competitive enactment: a study of dynamic relationships between mental models and performance", *Strategic Management Journal*, 22:435-454.
- OSTER, S.M. (1982): "Intraindustry structure and the ease of strategic change", *Review of Economics and Statistics*, 64 (3), pp. 376-83
- PEGELS, C., SONG, Y. Y YANG, B. (2000) :« Management heterogeneity, competitive interaction groups, and firm performance », *Strategic Management Journal*, vol 21, pp. 911-23
- PETERAF, M. (1993): "The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view", *Strategic Management Journal*, vol. 14, pp. 179-91
- PETERAF, M. Y SHANLEY, M. (1997): "Getting to know to you: a theory of strategic group identity", *Strategic Management Journal*, vol 18, pp. 165-186
- PORAC, J., THOMAS, H., WILSON, F. PATON, D. Y KANFER, A. (1995): "Rivalry and the industry model of Scottish knitwear producers", *Administrative Science Quarterly*, 40, pp. 203-227
- PORTER, M (1979): "The structure within industries and companies performance", *Review of Economics and Statistics*, vol. 61, pp. 214-27.
- PORTER, M. (1979): "The structure within industries and companies' performance", *Review of Economics and Statistics*, 61 (2), pp.214-27
- PRIEM, R. (1990): "Top management team group factors, consensus, and firm performance", *Strategic Management Journal*, vol 11, pp. 469-478
- PRIMEAUX, W., "A method for determining strategic groups and life cycle stages of an industry", pp. 315-27, en ThoMas H., Gardner, D. (eds.), *Strategic Marketing and Management*, Chichester, Wiley
- REGER, R., HUFF, A.S., (1993): "Strategic groups: a cognitive perspective", *Strategic Management Journal*, vol 14, pp. 103-124
- SÁEZ MARTÍNEZ, F., (2000): *Grupos estratégicos y grupos cognoscitivos. Comparación teórica y análisis empírico aplicado al sector de promoción y construcción de viviendas*, Tesis Doctoral, Universidad de Castilla la Mancha, Albacete.
- TALLMAN, S.B. Y ATCHINSON, D. (1996): "Competence-based competition and the evolution of strategic configurations. En *Dynamics of Competence-based competition*, Sanchez, R. Heene, A. y ThoMas, H. (eds). Pergarmon, pp. 349-75
- VIKKULA, K. (1993): *Strategic choice and performance in the securities intermediation industry: an empirical analysis of strategic groups in Scandinavia*, Helsinki School of Economics and Business Administration.
- WERNERFELT, B. (1984): "A resource-based view of the firm", *Strategic Management Journal*, vol. 5, pp. 171-80
- WIGGINS, R. Y RUEFLI, T. (1995) : « Necessary conditions for the predictive validity of strategic groups : analysis without reliance on clustering technique », *Academy of Management Journal*, diciembre, vol. 38, nº6, pp. 1635-56
- ZÚÑIGA VICENTE, J.A., FUENTE SABATÉ, J.M., SUÁREZ GONZÁLEZ, I. (2003): "Dynamics of the strategic group membership-performance linkage in rapidly changing environments", *Journal of Business Research*, en prensa.

La Revista *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* recibió este artículo el 17 de marzo de 2004 y fue aceptado para su publicación el 10 de noviembre de 2005.

