

EL ESTADO DE LA INVESTIGACIÓN EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN ESPAÑA: UNA APROXIMACIÓN MEDIANTE PUBLICACIONES PERIÓDICAS(*)

M^a T. García Merino, J. Rodríguez Pinto y
M^a V. Santos Álvarez (**)

1. INTRODUCCIÓN

La dirección estratégica se presenta hoy día como un cuerpo de conocimiento con entidad propia en el que confluyen los esfuerzos realizados por investigadores y directivos de empresa. Tales esfuerzos, respaldados por un progreso continuo en los medios de difusión(1), han contribuido al desarrollo paradigmático en el campo estratégico. Y es que, tal y como plantean Franke *et al.* (1990: 252) y Rumelt *et al.* (1994: 12-13), para que dicho desarrollo se produzca es necesario que avancen el propio campo de estudio considerado y las vías utilizadas para la comunicación de sus logros. La ausencia de un paradigma dominante en el marco de la dirección estratégica(2) constituye una fuente de diversidad enriquecedora para el progreso de la disciplina y, al mismo tiempo, plantea el reto de conseguir un avance unificado. Las publicaciones y foros de debate participan de ese desarrollo disciplinar en la medida en que constituyen el medio para la divulgación de los progresos logrados en el tiempo y el espejo en el que se reflejan los nuevos interrogantes que cada día se van planteando. En todo este proceso de desarrollo resulta evidente el protagonismo de los países anglosajones, en tanto que dominan la investigación sobre estrategia, marcan su dirección y cuentan con medios de difusión consolidados y rigurosos (Santos *et al.*, 1999; García *et al.*, 1999b).

Tras este débil esbozo acerca de los elementos que han de intervenir para que se produzca el progreso del campo estratégico, cabe ahora que nos preguntemos qué rasgos definen los medios y, concretamente, las publicaciones periódicas españolas utilizadas para su difusión(3); cuál es el foro(4) de publicaciones españolas más apreciadas en el campo estratégico(5), si es que tal foro existe, y, por último,

cuál es el estado de la investigación en dirección estratégica en España y en qué medida participa del progreso de la disciplina. La consideración del grado de desarrollo alcanzado por las publicaciones periódicas españolas que proporcionan cabida a los trabajos sobre estrategia y la revisión, para el periodo 1985-1997, de los trabajos de investigación que, sobre dicho campo, aparecen en las publicaciones del foro español van a ayudarnos a responder a tales cuestiones, de cuya lectura se puede fácilmente extraer el objetivo de este trabajo. Ahora bien, dicho objetivo se topa con algunos obstáculos, de entre los que conviene destacar los dos siguientes: (1) la ausencia de un foro definido de publicaciones españolas apreciadas en el ámbito de la dirección estratégica, lo que de entrada complica la delimitación de revistas a considerar en el estudio, y (2) la pluralidad temática del campo investigador considerado –respecto de la que desconocemos el grado de acuerdo existente–, lo que de partida podría dificultar la correcta demarcación del campo de análisis. Aspecto éste sobre el que en cierto modo insisten diferentes autores (Martinet, 1993: 72; Mathé, 1995: 32; Castagnos *et al.*, 1997: 40).

Los obstáculos detectados –esto es, la ausencia de precedente a este análisis sobre el estado de la investigación en dirección estratégica en España(6)–, el objetivo propuesto y las acciones previstas para alcanzarlo marcan las pautas de la investigación y el esquema de trabajo seguido en la misma. Consta esta investigación de dos fases, cuya presentación se ha hecho corresponder respectivamente con los epígrafes segundo y tercero del trabajo. Así, si tenemos en cuenta que para conseguir nuestro objetivo necesitamos antes salvar los dos obstáculos mencionados, el segundo epígrafe describe el marco metodológico en el que se

ha llevado a cabo el estudio de los mismos y, además, presenta los resultados obtenidos, esto es, el foro español apreciado en dirección estratégica y los términos clave en dicho campo. Disponemos, con ello, de dos instrumentos que son esenciales para llevar a cabo la segunda fase de la investigación. La opinión de Catedráticos de Organización de Empresas de la universidad española, recogida mediante encuesta anónima, constituye una herramienta básica en esa primera fase de análisis. Y en cuanto a la segunda, pretende proporcionar, con el soporte de los dos instrumentos citados, un balance del grado de desarrollo alcanzado por la investigación sobre estrategia en España en el período 1985–1997 y, en consecuencia, de su participación en el progreso de la disciplina. La voluminosa información disponible en dicho proceso de análisis (trece revistas consideradas, trece años y 303 trabajos) permite considerar diferentes aspectos y, además, hacerlo desde dos ópticas complementarias: una estática y otra dinámica. Así pues, en el tercer epígrafe abordaremos los siguientes aspectos en torno a la investigación sobre estrategia en España: la producción investigadora en dicho campo; el perfil temático –qué temas centran el interés de los investigadores en nuestro país y cuáles reciben una atención más escasa–; el grado de participación de cada una de las revistas del foro español en la difusión de esa investigación, y, por último, los equipos de investigación –cuáles podemos identificar como los más destacados y qué temas aparecen en mayor grado vinculados a los mismos–. Finalmente, y como es habitual, las conclusiones más relevantes y las extensiones futuras cierran esta investigación.

2. FORO DE PUBLICACIONES ESPAÑOLAS Y TÉRMINOS CLAVE EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Si queremos dar cumplimiento al objetivo que nos hemos marcado para este trabajo, es necesario que, en una primera fase de análisis, salvemos los dos obstáculos a los que hacíamos referencia en la introducción. Tendremos, por tanto, que tratar de conocer las publicaciones españolas que se consideran más relevantes en el ámbito estratégico y definir los términos clave que es preciso utilizar si pretendemos efectuar una adecuada selección y revisión de los trabajos de investigación sobre

GRÁFICO 1
ETAPAS EN EL DESARROLLO DE LA PRIMERA FASE DE ANÁLISIS



estrategia. Dado entonces que buscamos delimitar en paralelo dos listados esenciales para nuestro análisis, conviene que presentemos ahora las tres grandes etapas que hemos seguido para ello (gráfico 1).

2.1. Listados previos de publicaciones y términos clave

La ausencia de unas listas previas, tanto para las publicaciones españolas con aparente interés por los trabajos sobre estrategia como para los términos clave en dicho campo, nos llevó a elaborar unas que nos sirviesen de referencia y que se sometieran después a contrastación con la opinión de especialistas académicos en el ámbito estratégico en España. *Para las publicaciones periódicas*, tal y como se describe en Santos *et al.* (1999)(7), las fuentes de información utilizadas han sido la base de datos de referencias bibliográficas ULRICH'S Plus(8) (con datos de 1997), los catálogos de revistas de las bibliotecas de algunas Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad española(9) (actualizaciones de datos de 1997) y el catálogo colectivo de publicaciones periódicas de la Biblioteca Nacional (ARIADNA). La selección de revistas para este listado provisional se ha sustentado, siempre que ha sido posible, en los siguientes elementos: título de la revista, palabras clave que permiten su catalogación en la correspon-

TABLA 1
FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

CARACTERÍSTICAS DE LA ENCUESTA

UNIVERSO	Catedráticos de Organización de Empresas en el ámbito universitario con dedicación al campo de la estrategia.
ÁMBITO GEOGRÁFICO	España
PRIMER ENVÍO	Septiembre, 1998 25 envíos
SEGUNDO ENVÍO	Noviembre, 1998 32 envíos
RESPUESTAS – % DE RESPUESTA	18 cuestionarios – 56,25%

diente base de datos y breve resumen sobre su contenido. De este modo, un adecuado proceso de depuración nos ha llevado a definir una lista preliminar de 27 revistas españolas susceptibles de difundir la investigación en estrategia. *Para los términos clave en dirección estratégica*, la ausencia de un listado cerrado y definido de palabras clave y bloques temáticos, que recoja todo el espectro de cuestiones esenciales en el marco de la dirección estratégica, nos llevó a definir uno que, a modo de propuesta, sirviese de referencia. Las fuentes de información empleadas para ello han sido: el panorama de temas estratégicos propuesto por Mathé (1995: 38), algunos de los manuales básicos habitualmente utilizados en el estudio de la disciplina “dirección estratégica”(10), la base de datos de tesis doctorales defendidas en España (TESEO) y los términos clave de los trabajos incluidos en algunos números de la revista *Strategic Management Journal*(11). Con todo ello se perfiló un listado preliminar de 42 palabras clave en dirección estratégica, que, además, presentamos agrupadas en cinco bloques temáticos.

2.2. Encuesta a Catedráticos de Organización de Empresas

Puesto que considerábamos necesario proporcionar un cierto respaldo a esos listados previos, decidimos elaborar un cuestionario acerca de *La investigación en el ámbito de la dirección estratégica*(12) y remitirlo por correo a la población de Catedráticos de Organización de Empresas de la Universidad Española con una cierta dedicación al ámbito de la dirección estraté-

gica(13). Tuvimos en cuenta además, para definir tal población, la coincidencia o proximidad de los medios utilizados para la difusión de su investigación con aquéllos que formaban parte del listado previo de publicaciones. Las características técnicas de la encuesta aparecen resumidas en la tabla 1.

El cuestionario remitido fue estructurado en dos grandes bloques. El primero –relativo a revistas– fue dividido, a su vez, en dos apartados: uno que, ajeno al interés de este trabajo, persigue acotar la relación de revistas anglosajonas(14) que, en opinión de los encuestados, se pueden señalar como las más apreciadas o respetables en dirección estratégica(15), y otro que trata de determinar, a partir del listado preliminar de revistas españolas antes citado, las que, a juicio de los encuestados, se pueden considerar susceptibles de difundir la investigación en dirección estratégica, la frecuencia con que lo hacen(16) y, por último, el rigor y prestigio de que, a su juicio, gozan en el ámbito académico español(17). En el segundo bloque propuesto –relativo a términos clave en dirección estratégica– se presentaba a los encuestados el esquema inicialmente elaborado de palabras clave y bloques temáticos relevantes en dirección estratégica. A la vista de dicho esquema, se les pedía que mostrasen su acuerdo o desacuerdo con la estructura de bloques temáticos propuesta y se les invitaba a que realizasen cuantas sugerencias considerasen oportunas, ya fuese en relación con dicha estructura o con las palabras clave incluidas e incluso ausentes de la misma.

2.3. Listados finales: Foro de publicaciones y términos clave en estrategia

Para presentar los resultados de la encuesta y, sobre todo, los listados definitivos necesarios para poder llevar a cabo con una cierta garantía el estudio de la producción y difusión del conocimiento en estrategia en revistas españolas, nos proponemos utilizar el mismo esquema que el empleado en el primero de los apartados de este segundo epígrafe. Así, empezaremos haciendo referencia a las publicaciones periódicas españolas para después abordar los términos clave en estrategia.

Caracterización de las publicaciones y determinación del foro: Por lo que se refiere a la

TABLA 2
FORO DE PUBLICACIONES ESPAÑOLAS APRECIADAS EN ESTRATEGIA

REVISTA	AÑO APAR.	PESO DE LA ESTRATEGIA (Porcentaje)(*)	RECONC. DE ESPECIAL. ACADÉM.	PROCESO DE SELECCIÓN		
				INICIO	Nº EVALUAD.	COMITÉ REDACC.
BOLETÍN DE ESTUDIOS ECONÓMICOS (BEE)	1946	2,75	G.2	≈1974	1 ó 2	SI- 1º PASO
INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA (ICE)	1947	3,55	G.1	—	1 ó 2	SI- 1º PASO
ECONOMÍA INDUSTRIAL (EI)	1964	6,49	G.1	≈1988	1 ó 2	SI- 2º PASO
ESIC-MARKET	1970	—	G.2	1970	NO	SI
INVESTIGACIONES ECONÓMICAS (IE).....	1976	3,18	G.1	1986	2	SI- 2º PASO
CUADERNOS ARAGONESES DE ECONOMÍA (CAE).....	1977	1,35	G.3			
PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA (PEE).....	1980	3,12	G.1	1987	1 ó 2	SI- 2º PASO
HARVARD DEUSTO BUSINESS REVIEW (HDBR)	1980	2,72	G.2	1980	—	SI
REVISTA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA (REDEE)	1992	12,18	G.2	1992	2 ó 3	SI- 2º PASO
DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN (DYO)	1992	9,89	G.2	1992	2	SI- 2º PASO
REVISTA DE ECONOMÍA APLICADA (REA)	1993	2,92	G.1	1993	2	SI- 1º y 3º PASO
REVISTA ASTURIANA DE ECONOMÍA (RAE).....	1994	4,65	G.2	1994	1 ó 2	SI- 1º PASO
INVESTIGACIONES EUROPEAS DE DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA (IEDYEE).....	1995	8,6	G.2		2 ó 3	SI- 2º PASO
CUADERNOS DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESA (CEDE)	1998	—	G.1	1998	2	SI- 1º y 3º PASO

(*) Peso determinado atendiendo al total de trabajos revisados, por cada revista, en el período de tiempo estudiado.

lista propuesta de revistas españolas, el análisis de los resultados de la encuesta nos lleva a destacar que no existe, entre ellas, ninguna que, de forma unánime, se considere que con continuidad recoge trabajos en dirección estratégica. Se pone así de relieve la ausencia de revistas especializadas o de lo que Castagnos *et al.* (1997: 39) denominan un domicilio fijo para la estrategia, de suerte que las investigaciones realizadas en este campo comparten los medios de difusión con otros trabajos de dirección general y también de las otras dos áreas de conocimiento incluidas en economía de la empresa –economía financiera y marketing–. De la lectura de dichos resultados también se extrae el foro de revistas españolas apreciadas en dirección estratégica, que, en el momento actual, podría quedar definido tal y como se recoge en la tabla 2. Si además caracterizamos las publicaciones que lo componen, podemos considerar, como se ve en dicha tabla, su diferente aparición en el tiempo, el lugar que ocupa en las mismas la investigación sobre estrategia durante el periodo analizado (1985–1997) y su rigor, atendiendo a sus procesos de evaluación y selección de trabajos para publicación y al reconocimiento que les otorgan los especialistas académicos.

Definido el foro apreciado en estrategia, queremos, sin embargo, matizar que no todas las publicaciones incluidas en el mismo han

sido objeto de revisión en la siguiente fase del análisis aquí propuesto y a la que nos referiremos en el tercer epígrafe. Así, hemos prescindido de las dos revistas siguientes: *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresa (CEDE)* y *Esic-Market*. La juventud de la revista nos ha llevado a tomar tal decisión en el primer caso, sobre todo si tenemos en cuenta que el periodo para el que realizamos nuestro análisis es el comprendido entre 1985 y 1997(18). Para *Esic-Market*, a pesar de ser ampliamente conocida, obtener una puntuación ciertamente positiva en cuanto al rigor y situarse en una posición intermedia en relación con la atención prestada a la investigación sobre estrategia, nuestra decisión se sustenta en la, a nuestro juicio, estrecha relación tradicionalmente mantenida con el área de marketing(19). Por tanto, han sido trece(20) las publicaciones objeto de consideración a la hora de efectuar la recopilación de trabajos a la que en breve pasaremos a referirnos(21).

Caracterización del campo temático en dirección estratégica: A la vista de los resultados de la encuesta, podemos decir que la estructura y el contenido básico de los bloques temáticos permanece inalterado(22) y que las sugerencias incorporadas hacen esencialmente referencia a las palabras clave en que se desagrega el contenido de cada bloque temático. Contamos, así pues, con un esquema de

términos que nos va a servir de referencia para la selección de los trabajos de investigación en dirección estratégica y para su posterior agrupación (tabla 3).

3. LA INVESTIGACIÓN SOBRE ESTRATEGIA EN ESPAÑA A TRAVÉS DEL FORO DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS

Con la referencia del esquema final de palabras clave y bloques temáticos, seleccionamos los trabajos centrados en dirección estratégica en las trece revistas españolas más arriba señaladas y para el periodo comprendido entre 1985 y 1997. Construimos así una base de datos en la que básicamente se recoge, para cada uno de los trabajos seleccionados, el título, la información relativa a la revista en la que aparece, los autores, las entidades a las que pertenecen y las citas asociadas(23), que quieren ser una expresión del objetivo del trabajo o, en otros términos, de las principales cuestiones abordadas en el mismo. Tanto la selección de trabajos como la asignación de citas se ha realizado básicamente en función del título del trabajo, de sus palabras clave, en caso de aparecer, y del resumen. Sólo cuando dichos indicadores no resultaban suficientes, se ha recurrido a analizar el contenido del trabajo. En el proceso de selección se ha tenido en cuenta además, en ocasiones, al autor o los autores.

Teniendo en cuenta la doble óptica de análisis –estática y evolutiva– a la que ya aludíamos en la introducción, nos proponemos hacer referencia aquí a cuatro cuestiones que, a nuestro juicio, son esenciales: el volumen de la producción investigadora sobre estrategia en España; el perfil temático asociado; el contenido y perfil de las revistas analizadas, y, por último, los equipos de investigación en ese ámbito académico en España y su agenda de trabajo.

3.1. La producción investigadora en dirección estratégica

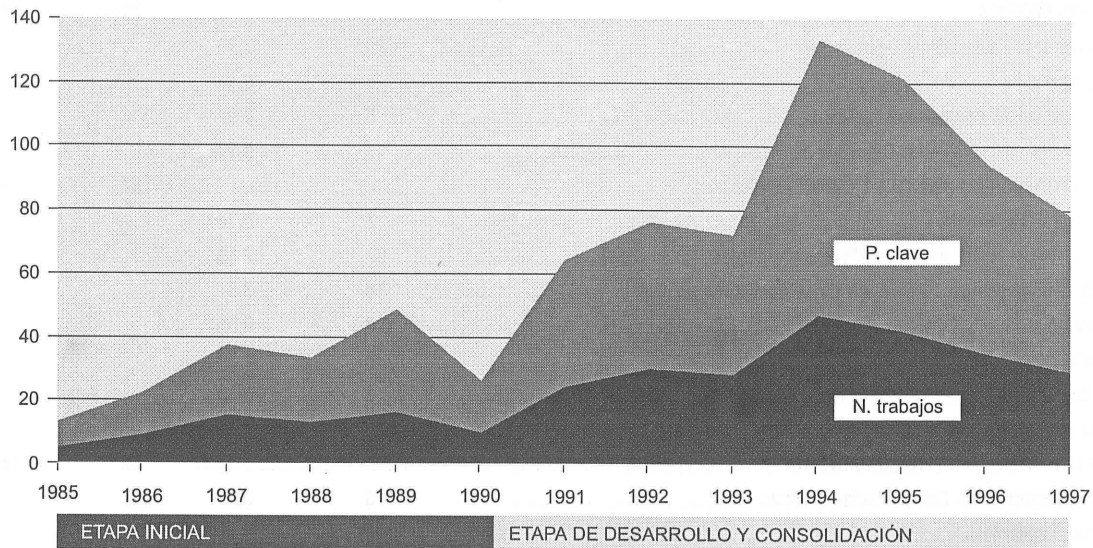
La base de datos elaborada se encuentra compuesta por 303 trabajos con 514 citas asociadas(24). En lo que concierne a la dinámica asociada al *volumen de la investigación* en dirección estratégica (gráfico 2), los datos recogidos revelan que existen profundas diferencias a lo largo del periodo analizado. Así, se

comprueba que el inicio del periodo de estudio –1985 y 1986– se corresponde con los momentos de menor investigación sobre estrategia en nuestro país. En los años posteriores, pero aún en la etapa inicial, aunque el esfuerzo investigador se incrementa es todavía escaso. No es hasta comienzos de los noventa cuando la tendencia creciente se consolida, llegando en 1994 a alcanzar el máximo en cuanto al número de trabajos centrados en estrategia. Se marca allí, por tanto, un punto de inflexión, a partir del cual la tendencia decreciente se revela como la nota dominante en los años posteriores. La senda descrita por la evolución en el número de citas –palabras clave asociadas a los distintos trabajos– discurre en paralelo a la que describe el número de trabajos. No obstante, cabe señalar que es en los años 1989, 1994 y 1995 en los que la relación entre número de citas y número de trabajos toma un valor más alto, lo que indica que son los momentos en los que aparecen trabajos más amplios y menos centrados en cuestiones aisladas. En el extremo opuesto, los años 1986 y 1987 muestran el valor más bajo de dicha relación (1,4), lo que refleja una mayor presencia de trabajos centrados en una única cuestión temática en estrategia. Cabría suponer entonces que, a medida que el campo de la estrategia se ha ido consolidando, los investigadores han adoptado en sus trabajos, cada vez en mayor grado, ese carácter interdisciplinar que define a dicho campo.

3.2. Perfil temático

La asignación, en función de su contenido, de los trabajos ya seleccionados a las palabras clave –citas– nos ofrece la base sobre la que caracterizar el perfil temático de la investigación en dirección estratégica en nuestro país (tabla 3). Los resultados alcanzados nos muestran el desequilibrio existente en el esfuerzo investigador dedicado a los distintos temas que integran la dirección estratégica. Así, se constata que el *desarrollo cooperativo* y el *desarrollo de mercados* centran, durante el periodo estudiado, el interés de los investigadores. Otros sujetos que igualmente concentran gran atención, aunque en menor medida que los anteriores, son: los *paradigmas en el desarrollo de la dirección estratégica*, la *caracterización del sector o negocio*, la *ventaja competitiva*, los *objetivos* y las *estrategias genéricas*. En el extre-

GRÁFICO 2
EVOLUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA



mo opuesto estarían las cuestiones de *imitación, reputación, stakeholder, cadena de valor, profundización, diversificación no relacionada y selección de la estrategia*, para los que no hemos encontrado citas asignadas en los trabajos seleccionados. En una línea similar a la de éstos últimos estarían los trabajos que abordan el *desarrollo interno, los niveles de estrategia, la desintegración o las carteras de negocio*, entre otros temas, dado que reciben una atención muy exigua.

Por bloques temáticos la desigualdad que se aprecia es también considerable (gráfico 3), pese a que los tres primeros bloques se caracterizan por una cierta homogeneidad en cuanto a la atención recibida. Signo de la mencionada desigualdad es, por ejemplo, que mientras el bloque dedicado a la implantación estratégica abarca tan sólo el 7 por 100 de las citas totales, el relativo a objetivos, formulación y elección de la estrategia copa algo más del 50 por 100 de las citas.

Si consideramos ahora la evolución en el perfil temático a lo largo del periodo temporal analizado, podemos decir que existen diferencias sustantivas entre las dos etapas identificadas en el apartado anterior. Así, en la primera –segunda mitad de los ochenta– la escasez de

trabajos se ve acompañada por una ausencia de temas dominantes en la investigación, aunque aquéllos más frecuentemente analizados mantienen, en los años siguientes, una presencia significativa. En la segunda etapa –los noventa– la expansión de la investigación en dirección estratégica va asociada a una definición de sus temas protagonistas y a una significativa ampliación de los asuntos que integran la agenda de los investigadores.

3.3. El lugar de las publicaciones periódicas

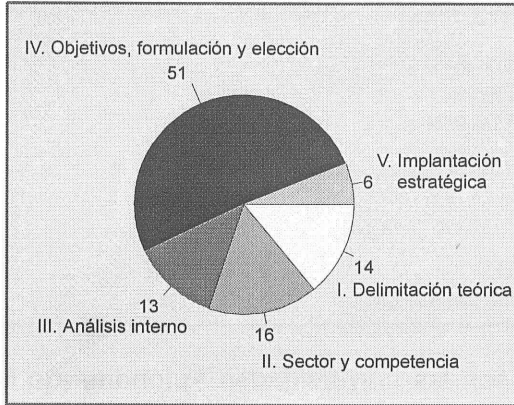
El análisis que hemos realizado nos indica, para las publicaciones consideradas, una diferente contribución al campo estratégico, tanto si atendemos al número de trabajos que, sobre estrategia, se han extraído de cada una de ellas como si nos detenemos en la naturaleza de dichos trabajos. Los resultados que aquí se alcanzan apenas difieren de los que se obtenían en la encuesta, a la que ya hacíamos referencia en el apartado 2.2. Así, aunque no existe un domicilio fijo para el campo de la dirección estratégica, las revistas en las que parece contar con mayor presencia son las siguientes (tabla 2 y gráfico 4): *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* y *Dirección y Organización*. La dirección estratégica, aunque toda-

TABLA 3
ASIGNACIÓN DE LOS TRABAJOS SELECCIONADOS A LAS PALABRAS CLAVE PROPUESTAS

PALABRAS CLAVE	CITAS	(Porcentaje)	CITAS	(Porcentaje)
I: DELIMITACIÓN TEÓRICA			73	14,2
I.1. Estrategia y proceso estratégico: Delimitación	20	3,89		
I.2. Niveles de estrategia	1	0,19		
I.3. Evolución de la D.E. (Principales escuelas).....	5	0,97		
I.4. Paradigmas en el desarrollo de la D.E. (Sus aportaciones).....	47	9,14		
II: ANÁLISIS ESTRATÉGICO I (SECTOR Y COMPETENCIA)			82	15,95
II.1. Entorno general. Escenarios	2	0,38		
II.2. Caracterización del sector o negocio (Producto–mercado–tecnología)	37	7,19		
II.3. Análisis de la competencia: Análisis de los competidores	18	3,5		
II.4. Benchmarking.....	3	0,58		
II.5. Grupos estratégicos (Segmentación; Barreras a la movilidad)	13	2,52		
II.6. Carteras de negocio	2	0,38		
II.7. Amenazas y oportunidades	7	1,36		
III: ANÁLISIS ESTRATÉGICO II (ANÁLISIS INTERNO)			68	13,23
III.1. Recursos y capacidades. Competencias. Rutinas	18	3,5		
III.2. Reputación; Legitimidad	0	0		
III.3. Ventaja competitiva	40	7,78		
III.4. Imitación.....	0	0		
III.5. Poder, autoridad e influencia. Liderazgo.....	2	0,38		
III.6. Cadena de Valor.....	0	0		
III.7. Stakeholder.....	0	0		
III.8. Aprendizaje organizativo	5	0,97		
III.9. Puntos fuertes y débiles	3	0,58		
IV : OBJETIVOS, FORMULACIÓN Y ELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA			254	49,41
IV.1. Fijación de objetivos. Conflicto de objetivos. Creación de valor	40	7,78		
IV.2. Estrategias genéricas (liderazgo en costes; diferenciación; segmentación).....	33	6,42		
IV.3. Alternativas estratégicas	11	2,14		
IV.3.0. Diversificación	8	1,55		
IV.3.1. Profundización; Expansión	0	0		
IV.3.2. Desarrollo de productos.....	2	0,38		
IV.3.3. Desarrollo de mercados	58	11,28		
IV.3.4. Diversificación relacionada horizontal	5	0,97		
IV.3.5. Diversificación relacionada vertical; Integración vertical	12	2,33		
IV.3.6. Diversificación no relacionada.....	0	0		
IV.3.7. Desintegración; Desinversión	2	0,38		
IV.4. Métodos de desarrollo	6	1,16		
IV.4.1. Métodos de desarrollo: Desarrollo interno.....	1	0,19		
IV.4.2. Métodos de desarrollo: Desarrollo externo.....	12	2,33		
IV.4.3. Métodos de desarrollo: Desarrollo cooperativo	62	12,06		
IV.5. Valoración y evaluación estratégica.....	2	0,38		
IV.6. Selección de la estrategia.....	0	0		
V: IMPLANTACIÓN ESTRATÉGICA			37	7,19
V.1. Planificación y control estratégico	4	0,77		
V.2. Estructura–estrategia	14	2,72		
V.3. Cambio estratégico.....	8	1,55		
V.4. Cambio organizativo. Inercia	6	0,33		
V.5. Cultura organizativa	5	0,97		

GRÁFICO 3
DISTRIBUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN
POR BLOQUES TEMÁTICOS

En porcentaje



vía muy joven y, por tanto, sin casa propia, se ha hecho ya con un lugar en las publicaciones periódicas españolas consideradas: el 4,38 por 100 del total de trabajos revisados pueden, a nuestro juicio, ser enmarcados en dicho campo. También parecen existir diferencias entre las revistas en cuanto a la naturaleza de los trabajos. Así, difieren en el número de citas por trabajo y en sus temas protagonistas. Pode-

mos hablar entonces de un perfil temático propio para cada revista(25).

3.4. Los equipos de investigación y sus principales líneas de estudio

La ubicación de los autores de los trabajos seleccionados en las distintas universidades españolas, centros de investigación u otras organizaciones nos ha servido de base para abordar este aspecto(26). Un primer acercamiento a la información proporcionada por la base de datos permite poner de manifiesto el peso de las universidades en la investigación en el campo científico de la dirección estratégica —el 88 por 100 del total de trabajos considerados—, frente a otros centros de investigación u otras organizaciones(27), cuya participación al respecto es más reducida. De los trabajos que provienen de las universidades, hemos decidido desestimar los que, aunque publicados en revistas españolas, han sido producidos por autores extranjeros. De este modo, los trabajos aquí considerados se reducen a 221.

Sólo son seis los trabajos en los que los autores no pertenecen a la misma entidad, lo que pone de relieve una escasa colaboración interuniversitaria, al menos para el periodo considerado. No es éste un resultado inesperado,

GRÁFICO 4
PESO DE LA ESTRATEGIA EN EL FORO ESPAÑOL DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS
Véase la tabla 2



TABLA 4
AGENDA INVESTIGADORA Y PUBLICACIONES A LAS QUE HAN DIRIGIDO SUS TRABAJOS ALGUNAS UNIVERSIDADES
 Para la identificación de las revistas véase la tabla 2

OVIEDO	VALENCIA	COMPLUTENSEMADRID	AUTÓNOMA MADRID	ZARAGOZA	ALICANTE
COOPERACIÓN	COOPERACIÓN	D. MERCADOS	D. MERCADOS	OBJETIVOS	GRUPOS ESTRATÉGICOS
PARADIGMAS	D. MERCADOS	COOPERACIÓN	PARADIGMAS		
OBJETIVOS	PARADIGMAS	PARADIGMAS	OBJETIVOS		
VENTAJA COM.	OBJETIVOS	OBJETIVOS	VENTAJA COM		
D. MERCADOS	VENTAJA COM	VENTAJA COM			
ICE	ICE	ICE	ICE	ICE	ICE
EI	EI	EI	EI	EI	EI
REDEE	REDEE	PEE	PEE	PEE	PEE
MAYOR DIVERSIFICACIÓN			REDEE		REDEE
			MAYOR DIVERSIFICACIÓN		

pues ya en Guerras *et al.* (1999b: 309) se ponía de manifiesto una reducida cooperación entre universidades. Al mismo tiempo, puede decirse que existe desequilibrio en la participación de las distintas universidades en el desarrollo de la investigación sobre estrategia en España(28). Para el periodo de tiempo aquí analizado, destacan las Universidades de Oviedo, Autónoma y Complutense, de Madrid, Valencia y la Universidad de Zaragoza, que parecen haber contado con un equipo investigador consistente en el campo de la estrategia. En el extremo opuesto cabría situar, entre otras, a las Universidades de La Coruña, Huelva o Extremadura.

Al objeto de caracterizar la agenda investigadora pasada –esto es, hasta 1997– de los equipos de investigación que parecen haber sido más consistentes, remitimos a la lectura de la tabla 4. También en dicha tabla se proporciona información sobre la orientación de los diferentes equipos a la hora de dar difusión al resultado de su esfuerzo investigador en estrategia. Como datos curiosos podríamos destacar los siguientes: la ausencia de citas referidas al *desarrollo cooperativo* en la Autónoma de Madrid; el esfuerzo realizado en Alicante para el análisis de los *grupos estratégicos*, aunque sea reducida la participación de esta universidad en el conjunto de la investigación sobre estrategia aquí considerada; las significativas ausencias de algunos equipos en revistas de prestigio –por ejemplo, Oviedo y Valencia en *Papeles de Economía Española*– o en revistas con un destacado peso de la estrategia –por ejemplo, Complutense de Madrid y Zaragoza en la *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*–, o el hecho de que, aun-

que son las universidades Autónoma de Madrid y Oviedo las que, en términos absolutos, más diversifican la difusión de sus trabajos sobre estrategia, en términos relativos va a la cabeza la universidad de Alicante(29).

Una consideración evolutiva de dichos equipos de investigación en la base de datos nos muestra que, junto a universidades con una larga trayectoria en lo que a la investigación sobre estrategia se refiere (Complutense, Autónoma de Madrid y Zaragoza), existen otras –Oviedo y Valencia– que parecen haberse incorporado con más retraso a la investigación en dicho campo, pero que, una vez que lo hacen, muestran un interés constante y ocupan una posición relevante.

4. CONCLUSIONES

El trabajo de investigación de cualquier campo científico reclama, cada cierto tiempo, la realización de un balance, que permita determinar el avance producido en el mismo. Dado que en el campo de la dirección estratégica en España no se ha desarrollado tal balance hasta la fecha, nos pareció que podía ser ya el momento de llevarlo a cabo. Para ponerlo en marcha no había, en principio, más que acudir a una o varias de las vías utilizadas por los investigadores para la difusión de sus trabajos y, a partir de ellas, realizar el estudio. Optamos por restringir aquí nuestro análisis a una sola vía: las publicaciones periódicas(30). Ahora bien, qué publicaciones analizar y cómo llevar a cabo la selección de trabajos, esto es, cómo deslindar claramente lo que es parte de la dirección estratégica de lo que no lo es. Resulta-

ba necesario entonces, para poder llevar a cabo el estudio sugerido, determinar un conjunto de revistas que, dando cobijo a los trabajos en dirección estratégica, contasen con un cierto reconocimiento en el mundo académico –un foro reconocido– y establecer una relación de bloques temáticos esenciales y de términos clave en el desarrollo y análisis de la dirección estratégica. Disponíamos entonces ya de objetivo –el análisis de la investigación en dirección estratégica en España en el periodo 1985–1997– y sabíamos cuáles eran los obstáculos que debíamos salvar.

Después de un estudio preliminar de las diferentes publicaciones españolas en el ámbito económico y organizativo y del contenido esencial de la dirección estratégica, se elaboraron unos listados previos que sometimos al juicio de Catedráticos de Organización de Empresas en la Universidad española, mediante una encuesta anónima. Los resultados de la encuesta nos permitieron elaborar el foro español de publicaciones apreciadas en dirección estratégica y un esquema de términos clave en dicho campo. Así, contando con trece revistas españolas, cinco bloques temáticos en estrategia y 42 palabras clave empezamos nuestro análisis.

Efectuada la selección de trabajos, se construyó una base de datos integrada por 303 trabajos y 514 citas asociadas. Con ella como soporte y recurriendo a una doble óptica de análisis –estática y evolutiva–, hemos orientado aquí nuestra atención hacia los siguientes aspectos: volumen de la producción investigadora en el campo de la estrategia, perfil temático de dicha investigación, publicaciones periódicas utilizadas para su difusión y equipos de investigación, junto con las que hasta la fecha han sido sus principales líneas de estudio.

Dado que en epígrafes precedentes ya han sido objeto de comentario los resultados extraídos del análisis efectuado, nos vamos a limitar aquí a plantear algunas conclusiones. Así, por ejemplo, conviene proporcionar algún domicilio fijo a la investigación en dirección estratégica en España, porque, aunque en los noventa han surgido nuevas publicaciones periódicas y algunas de ellas parecen más cercanas al campo de la estrategia, ésta no cuenta aún con casa propia. Habría que seguir trabajando en el logro de publicaciones cada vez más riguro-

rosas y en la definición y consolidación del foro español de publicaciones. Observamos además que, aunque existe un gran acuerdo acerca del contenido de la dirección estratégica, todavía deberían consolidarse ciertos aspectos. Y, por lo que respecta a la investigación desarrollada en dirección estratégica en España, podemos diferenciar dos grandes etapas –una de inicio y otra de desarrollo y consolidación– y señalar que la producción no ha sido homogénea en los distintos campos temáticos de la estrategia, de manera que presenta un cierto sesgo hacia temas como los de *desarrollo cooperativo* o *desarrollo de mercados* y, sin embargo, queda todavía un terreno muy rico e insuficientemente explorado en otras parcelas. Se debe de continuar el esfuerzo de mejora de la producción científica en estrategia hasta aquí desarrollado y habrá que asentar su carácter interdisciplinar. Debemos señalar, además, que existen diferencias, tanto cuantitativas como cualitativas, entre las revistas analizadas, de manera que, por lo que respecta a éstas últimas, podemos decir que existe una cierta heterogeneidad en cuanto a sus perfiles temáticos y al carácter interdisciplinar y pluralista de sus trabajos. Finalmente, la información utilizada nos indica que, sin olvidar el heterogéneo desarrollo de la Universidad española, existen ciertos equipos de investigación consistentes, que, además, han venido desarrollando líneas de investigación bastante definidas. Habrá, por tanto, que trabajar en el mantenimiento de tales equipos y en la consolidación de otros y debería reforzarse la cooperación interuniversitaria en la investigación sobre estrategia en España. La orientación internacional habrá lógicamente de ser cada vez mayor.

La tarea iniciada no termina aquí ni mucho menos. Y ello porque habría que analizar otros muchos aspectos: en qué medida el fruto de la investigación española sobre estrategia es objeto de difusión en revistas del foro internacional reconocido, pues aunque lo hemos considerado tímidamente en García *et al.* (1999b), somos conscientes de que tiene que ser abordado con mayor profundidad en un futuro; cuál ha sido el avance de la investigación empírica desarrollada en el ámbito estratégico; qué tratamiento se le ha dado a la estrategia en otros medios de difusión diferentes a los aquí estudiados; qué tienen en común y en qué divergen la investigación académica sobre estrategia y esa otra de carácter más práctico, o qué grado

de aplicación tiene la investigación aquí considerada en la realidad empresarial. Y, cómo no, habrá que desarrollar con una cierta periodicidad el estudio aquí efectuado, al objeto de verificar que este campo científico continúa avanzando y de saber la línea en qué lo hace.

NOTAS

(*) Los autores quieren agradecer los generosos comentarios efectuados al trabajo por el profesor L.A. Guerras y la colaboración de los Catedráticos de Organización de Empresas encuestados en relación con la investigación y difusión sobre estrategia, así como sus aportaciones y sugerencias. También quieren destacar la amabilidad con que, desde las Secretarías de las diferentes revistas del foro, se les ha proporcionado información acerca del proceso de selección de artículos para su publicación. Cualquier error que pueda existir en el trabajo es, en cualquier caso, de su exclusiva responsabilidad. Versiones previas del mismo fueron presentadas en el II *Workshop* Internacional organizado por las Universidades de Cádiz y Pablo Olavide de Sevilla (mayo de 1999) y en el IX Congreso Nacional de ACE-DE (Burgos, septiembre de 1999).

(**) Universidad de Valladolid.

(1) Véanse, a este respecto, los trabajos de Macmillan (1989 y 1991), Santos *et al.* (1999) y García *et al.* (1999b).

(2) Tal ausencia ha sido, por ejemplo, señalada por Mathé (1995: 39-43), Teece *et al.* (1997: 509-511), Cuervo (1999) y Santos *et al.* (1999).

(3) La diversidad de medios de difusión y la amplitud del campo científico considerado aconsejaban limitar este trabajo al estudio de las publicaciones periódicas y posponer el tratamiento de otros medios -congresos y reuniones científicas, libros y obras colectivas, etc.- para otros trabajos.

(4) Tal y como establece Macmillan (1989: 391), cada campo de investigación cuenta con un foro al que los investigadores especializados se remiten como referente y al que deberían aspirar a presentar sus trabajos, ya que, de ser aceptados, se asume la credibilidad académica de los mismos por el conjunto de la comunidad científica en dicho campo.

(5) El foro de revistas anglosajonas más apreciadas a nivel internacional puede verse en Macmillan (1989 y 1991), Park y Gordon (1996) y Santos *et al.* (1999).

(6) Sí hay algún antecedente en nuestro país cuando nos referimos al área de Marketing (Yagüe y Múgica, 1993; Luque *et al.*, 1994; Díez de Castro, 1995 y Esteban, 1999), al de Economía Financiera (Rodríguez y Ayala, 1995), a la Dirección de Operaciones (Álvarez, 1996; García Vázquez, 1999 y Nieto, 1999), a la dirección de empresas con carácter general (Gutiérrez, 1995) o a la economía de la empresa en su conjunto (Guerras *et al.*, 1998, 1999a, 1999b y 1999c).

(7) En este trabajo, del que extraemos la relación preliminar de revistas aquí buscada, hemos analizado el grado de desarrollo alcanzado a nivel internacional por las publicaciones españolas que dan cabida a los trabajos sobre estrategia. Para ello hemos efectuado una comparación de dichas publicaciones con las de otros países de Europa y con las de EE.UU.

(8) Es ésta una base de datos que incluye publicaciones de numerosas áreas de conocimiento y de muy diversos países.

(9) Los catálogos consultados fueron los de la Universidad Complutense y la Carlos III de Madrid y el de la Universidad de

Valladolid. En este último caso, y por razones de proximidad, también consultamos el catálogo de revistas de la Escuela de Estudios Empresariales de la Universidad de Valladolid.

(10) Nos referimos, entre otros, a los elaborados por Navas y Guerras (1998), Hill y Jones (1996) o Johnson y Scholes (1997).

(11) No hemos de olvidar que se trata de una de las revistas líderes en el ámbito estratégico y que, además, es específica de dicho campo (Gómez y Gutiérrez, 1996; Cuervo, 1999 y Santos *et al.*, 1999).

(12) Quienes estén interesados en conocer el cuestionario remitido pueden dirigirse a los autores.

(13) Somos conscientes de que, quizá por desconocimiento, no hayamos enviado el cuestionario a alguna de las personas que integran dicha población.

(14) Los resultados alcanzados en esta parte de la encuesta han sido ampliamente comentados en Santos *et al.* (1999).

(15) Se especificó a los encuestados que con tales calificativos pretendíamos aludir a aquellas revistas que cuentan con reconocimiento académico en el campo de la dirección estratégica o, en otros términos, a aquéllas en las que es posible hacer una asociación del siguiente tipo: "aceptación de un trabajo para su publicación -credibilidad académica de dicho trabajo".

(16) Se les proponía aquí una gradación de la frecuencia en tres niveles: publicaciones que recogen investigación estratégica de forma continua (C), aquéllas en las que aparece con cierta frecuencia (F) y las que de forma ocasional difunden trabajos de corte estratégico (O).

(17) Se establecían también aquí tres categorías: publicaciones con un elevado reconocimiento académico (Grupo 1), de grado medio (Grupo 2) y publicaciones menos apreciadas en dicho ámbito (Grupo 3).

(18) No podemos olvidar que el primer número de esta revista es del año 1998.

(19) No en vano, han sido varios los años en que esta revista se ha hecho cargo de la edición de los trabajos presentados en el Encuentro Anual de Profesores de Marketing. Además, una simple revisión de los índices de diferentes números de esta revista permite observar un cierto sesgo hacia el área de Comercialización e Investigación de Mercados.

(20) Son trece revistas porque, pese a prescindir de dos, hemos decidido incluir aquí para nuestro análisis la revista *Anales de Estudios Económicos y Empresariales*. Y ello porque, a pesar de no resultar muy conocida para los encuestados, es, sin embargo, muy próxima para los autores de este trabajo.

(21) Buena parte de dicho listado cuenta con un claro respaldo en Guerras *et al.* (1999b: 314).

(22) Tan sólo tres de los encuestados apuntan la idoneidad de añadir un bloque temático a aquéllos inicialmente propuestos, pero no existe acuerdo acerca de cuál habría de ser el contenido del mismo.

(23) En adelante utilizamos esta denominación para referirnos a la asignación que hacemos, para los diferentes trabajos seleccionados, de los términos clave incluidos en el esquema definitivo ya establecido.

(24) Habitualmente los trabajos abordan de forma simultánea varias cuestiones y por ello resulta posible asignarles varias palabras clave, lo que explica que el número de citas sea muy superior al de trabajos.

(25) En García *et al.* (1999a) se detalla el perfil temático asociado a cada una de las publicaciones del foro que parecen contar con mayor peso en el campo de la estrategia.

(26) Dado que no disponemos de dicha información para

37 de los 303 trabajos seleccionados, nos hemos visto obligados a prescindir de los mismos en este caso.

(27) Nos referimos aquí a Andersen Consulting, Enagas, Grupo Unión Fenosa o IMPI, entre otros.

(28) Hay que tener en cuenta, no obstante, la diferente edad y el desigual tamaño de las Universidades españolas o de los Centros y Departamentos que, en las mismas, asumen la producción y difusión del conocimiento en este campo científico. Así, no hay que olvidar que en el ámbito universitario conviven centros con una larga historia con otros de reciente creación y aún en proceso de consolidación.

(29) En nuestra base de datos le corresponden seis trabajos y cinco revistas diferentes.

(30) Lo que no es difícil de justificar si atendemos al proceso que, según Guerras *et al.* (1999b: 303), parecen seguir los investigadores para dar difusión a los resultados de su investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CASTAGNOS J.C., BOISSIN, J.P. y GUIEU, G. (1997): "Revue francophones et recherche en stratégie". *Économies et Sociétés, Sciences de Gestion*, nº 7-8, pp. 37-73.
- CUERVO, A. (1999): "La dirección estratégica de la empresa. Reflexiones desde la economía de la empresa". *Papeles de Economía Española*, nº 78-79, pp.34-55.
- FRANKE, R.H., EDLUN, T.W. y OSTER F. (1990): "The Development of Strategic Management: Journal Quality and Article Impact". *Strategic Management Journal*, vol. 11, pp. 243-253.
- GARCÍA, M^a T., RODRÍGUEZ, J. y SANTOS, M^a V. (1999a): "Una aproximación al estado de la investigación estratégica en España". Ponencia en el II Workshop Internacional "La organización del futuro en la sociedad de la información: gestión del cambio, recursos humanos y estructura", Universidad de Cádiz, 25-28 de mayo.
- GARCÍA, M^a T., RODRÍGUEZ, J. y SANTOS, M^a V. (1999b): "Evaluation of production and diffusion of strategy knowledge. A comparative North American - European balance". *15th EGOS (European Group for Organization Studies) Colloquium*, University of Warwick, UK, 4-6 July.
- GÓMEZ MEJÍA, L. y GUTIÉRREZ CALDERON, I. (1996): "La dirección de empresas como disciplina académica". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 5, nº 3, pp. 11-22.
- GUERRAS, L.A.; RUIZ, F.J. y RUIZ, A.V. (1998): "Análisis de la investigación en Economía de la Empresa en España", *Ponencia al IV Taller de Metodología de ACEDE (Metodología y Técnicas de Investigación en Economía y Dirección de Empresas)*, Arnedillo (La Rioja), 23-25 de abril.
- GUERRAS, L.A.; RUIZ, F.J. y RUIZ, A.V. (1999a): "La investigación en economía de la empresa en España: una visión panorámica". *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, nº 3, enero-junio, pp.169-203.
- GUERRAS, L.A.; RUIZ, F.J. y RUIZ, A.V. (1999b): "El estado actual de la investigación empírica sobre economía de la empresa: análisis de las publicaciones españolas", *Papeles de Economía Española*, nº 78-79, pp.302-317.
- GUERRAS, L.A.; RUIZ, F.J. y RUIZ, A.V. (1999c): "Tipología de las investigaciones sobre economía de la empresa publicadas en revistas españolas (1995-1998)". *Boletín de Estudios Económicos*, vol. LIV, nº 167, pp.301-327.
- GUTIÉRREZ CALDERÓN, I. (1995): "El estado de la investigación en dirección de empresas a través de las publicaciones periódicas especializadas". *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 1, nº 1, pp. 65-79.
- HILL, Ch. y JONES, G. (1996): *Administración estratégica. Un enfoque integrado*, McGraw Hill, Bogotá.
- JOHNSON, G. y SCHOLES, K. (1997): *Dirección estratégica. Análisis de la estrategia de las organizaciones*. Prentice Hall, Madrid.
- MACMILLAN, I.C. (1989): "Delineating a Forum for Business Policy Scholars". *Strategic Management Journal*, vol. 10, pp. 391-395.
- MACMILLAN, I.C. (1991): "The emerging forum for business policy scholars". *Strategic Management Journal*, vol. 12, nº 2, pp. 161-165.
- MARTINET, A.C. (1993): "Stratégie et pensée complexe". *Revue française de gestion*, nº 93, mars-avril-mai, pp.64-72.
- MATHÉ, J.C. (1995): "Rétrospectives et Perspectives en Stratégie de l'Entreprise". *Économies et Sociétés, Sciences de Gestion*, nº21, pp. 31-50.
- NAVAS, J.E. y GUERRAS, L.A. (1998): *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*, 2^a edic. Civitas, Madrid.
- PARK, S.H. y GORDON, M.E. (1996): "Publication records and tenure decisions in the field of strategic management". *Strategic Management Journal*, vol. 17, pp. 109-128.
- RODRÍGUEZ, A. y AYALA, J.C. (1995): "La economía financiera en España: un análisis de situación actual". *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol.1, nº 1, pp.81-105.
- RUMELT, R.P., SCHENDEL, D.E. y TEECE, D.J. (1994): "Fundamental Issues in Strategy". En Rumelt, R., Schendel, D. y Teece, D. (edtrs.): *Fundamental Issues in Strategy. A Research Agenda*. Harvard Business School Press, Boston, Mass., pp. 9-47.
- SANTOS, M^a V., GARCÍA, M^a T. y RODRÍGUEZ, J. (1999): "Comparative international analysis of strategic management journals. The character of spanish journals". En Kantarelis, D. (ed.): *Business & Economics for the 21st Century - Volume III*. Business & Economics Society International. Worcester, MA, pp. 197-211.
- TEECE, D., PISANO G. y SHUEN, A. (1997): "Dynamic Capabilities and Strategic Management". *Strategic Management Journal*, vol. 18, 7, pp. 509-533.