

# opción

Revista de Antropología, Ciencias de la Comunicación y de la Información, Filosofía,  
Linguística y Semiótica, Problemas del Desarrollo, la Ciencia y la Tecnología

Año 35, 2019, Especial N°

# 25

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

ISSN 1012-1587/ ISSN-e: 2477-9385

Depósito Legal pp 193402ZU45



Universidad del Zulia  
Facultad Experimental de Ciencias  
Departamento de Ciencias Humanas  
Maracaibo - Venezuela

# **opción**

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

© 2019. Universidad del Zulia

ISSN 1012-1587/ ISSNe: 2477-9385

Depósito legal pp. 198402ZU45

Portada: De Cabimas a Maracaibo enamorado

Artista: Rodrigo Pirela

Medidas: 100 x 60 cm

Técnica: Mixta sobre tela

Año: 2010

# **Análisis Bibliométrico de la Investigación en Grupos Estratégicos**

**Víctor Yáñez Jara**

Universidad Andrés Bello, Chile  
[victor.yanez@unab.cl](mailto:victor.yanez@unab.cl)

**Luis Araya-Castillo**

Universidad Andrés Bello, Chile  
[luis.araya@unab.cl](mailto:luis.araya@unab.cl)

**Cristián Millán**

Universidad Mayor, Chile  
[cristian.millan@umayor.cl](mailto:cristian.millan@umayor.cl)

**Nicolás Barrientos Oradini**

Universidad Miguel de Cervantes, Chile  
[nbarrientos@umcervantes.cl](mailto:nbarrientos@umcervantes.cl)

## **Resumen**

La bibliometría se centra en el análisis de la literatura científica de manera cuantitativa. La presente investigación es un estudio bibliométrico descriptivo y longitudinal de la producción científica de grupos estratégicos durante el periodo comprendido entre los años 1978 y 2018. Se analizaron 346 artículos publicados en la base de datos WoS, concluyéndose que el artículo más influyente es el desarrollado por Fiss (2007), el autor más relevante es Thomas, la revista con mayor reconocimiento es Strategic Management Journal, la institución más productiva es University of Illinois y el país con mayor impacto es Estados Unidos; y el mapa bibliométrico representa 3 clústeres que hacen referencia a la teoría y desempeño, a la configuración de los grupos y a la estabilidad temporal. Finalmente, se concluye que hay espacios de investigación en lo que respecta a la formulación y estimación de los modelos competitivos.

**Palabras clave:** Bibliometría, grupos estratégicos, Web of Science, H-índice.

# Bibliometric Analysis of Strategic Groups Research

## Abstract

Bibliometrics is focused on the quantitative analysis of scientific literature. The present investigation is a descriptive and longitudinal bibliometric study about the scientific production of strategic groups between the years 1978 and 2018. We analyzed 346 articles published in the WoS database, concluding that the most influential article is the one that was written by Fiss (1997), the most relevant author is Thomas, the most recognized Journal is Strategic Management Journal, the most productive institution is University of Illinois and the country with the greatest impact is the United States; and the bibliometric map represents 3 clusters that refer to the theory and performance, the configuration of the groups and the temporal stability. Finally, it is concluded that there are research spaces regarding the formulation and estimation of competitive models.

**Keywords:** Bibliometrics, strategic groups, Web of Science, H-index.

## 1. INTRODUCCIÓN

Las empresas que participan en una misma industria (o mercado), no necesariamente compiten entre sí (Sonenshein et al., 2017), ya que sólo dan importancia y reconocimiento a un reducido número de competidores (e.g., Fiegenbaum y Thomas, 1990; Reger y Huff, 1993; Cool et al., 1994). Esto conforma la base de la teoría de grupos estratégicos (GEs), cuyo estudio ayuda a comprender la estructura del sector empresarial (Vazquez Carrazana et al., 2018), así como la dinámica de la competencia y la propia evolución del sector (Barroso et al., 2001).

De acuerdo con este enfoque, se entiende por GE al 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). Esto explica que las empresas que conforman un GE disminuirán la importancia relativa de unas variables estratégicas y aumentarán la importancia relativa de otras, ya que los GEs son homogéneos en su interior, pero son heterogéneos con respecto a otros GEs (Araya-Castillo et al., 2018).

Fue Hunt (1972) quien primero utilizó la expresión de grupo estratégico para estudiar la existencia de asimetrías entre las empresas que competían en el sector de electrodomésticos de línea blanca en Estados Unidos. Desde esta fecha se ha producido una abundante literatura en distintos contextos culturales e industriales (e.g, González-Moreno y Sáez-Martínez, 2008; Rondán Cataluña et al., 2010; Sonenshein et al., 2017). Estos trabajos pueden clasificarse en cuatro grandes líneas, cuales son la identificación de los grupos estratégicos, el análisis de las diferencias de rendimiento o desempeño entre grupos, y el estudio de la estabilidad temporal de los grupos (Lee et al., 2002); a lo cual se incorpora la determinación de las variables (o dimensiones) estratégicas en función de las cuales se agrupan las empresas (Araya-Castillo, 2014).

En este contexto es relevante estudiar en profundidad la literatura desarrollada sobre la temática de grupos estratégicos. Con este objetivo se aplica la metodología de bibliometría para estudiar los 346 artículos que se han publicado en la base de datos WoS entre los

años 1978 (fecha en que se publica el primer artículo, desarrollado por Newman) y 2018. De esta manera no sólo se describe la producción científica, sino que también es una fuente de consulta para los investigadores y permite identificar futuras líneas de investigación.

## **2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

### **2.1 Concepto y Enfoques de Estudio**

La teoría de grupos estratégicos permite explicar la posición competitiva de las empresas en relación con sus competidores (Rondán Cataluña et al., 2010). Éstas se posicionan en su entorno competitivo a lo largo de un reducido número de dimensiones estratégicas que les caracterizan, les otorgan determinadas ventajas y constituyen barreras de movilidad entre grupos similares (Caves y Porter, 1977). Esto implica que las empresas pertenecientes a un mismo grupo son capaces de responder de manera similar a perturbaciones, reconocen su mutua dependencia y anticipan de forma precisa la reacción del resto del grupo (Prior y Surroca, 2001).

Los grupos surgen dentro de una industria debido a la heterogeneidad del producto-mercado, los recursos que no son fácilmente imitables y a las barreras a la movilidad (Mehra y Floyd, 1998). Esto explica que la configuración de los grupos estratégicos se mantiene estable en el tiempo (Flores et al., 2017), aun cuando los movimientos estratégicos son posibles (McGree et al., 1995), debido a

que algunas empresas pueden cambiar su orientación estratégica y trasladarse hacia clústeres más deseables o pueden optar por definir una posición grupal competitiva completamente nueva (García et al., 2011).

El concepto de GE introducido por Hunt (1972), rápidamente tomó fuerza con los trabajos de Hatten (1974), Caves y Porter (1977), Hatten y Schendel (1977), Porter (1976, 1979), y se consolidó con el artículo publicado por Newman (1978).

En este contexto, el concepto de GE ha sido analizado principalmente desde las perspectivas de la organización industrial y de la teoría de los recursos y capacidades (Thieme et al., 2012). La organización industrial postula que un GE está formado por el conjunto de empresas dentro de una industria que tienen recursos específicos similares y ello les conduce a seguir estrategias comunes (Porter, 1980). Por otra parte, la teoría de recursos y capacidades sostiene que los GEs se basan en las diferencias de recursos y capacidades estratégicas entre las empresas de una misma industria (Mehra y Floyd, 1998).

No obstante, se argumenta que el estudio de los GEs debe considerar las dimensiones estratégicas propias del ámbito en que éstos se sitúan (O'Regan et al., 2011), las cuales deben contener tanto elementos externos (producto-mercado), como internos (recursos de la empresa) (e.g., Galbraith y Schendel, 1983; Cool y Schendel, 1987; Aaker, 1988).

A pesar de esto, y aun cuando la investigación en GEs ha sido relevante en el campo de la dirección estratégica (e.g., McGee y Thomas, 1986; Thomas y Venkatraman, 1988; Ketchen et al., 1997), algunos autores argumentan que los GEs sólo son artefactos estadísticos (e.g., Hatten y Hatten, 1987; Cool y Schendel, 1987; Barney y Hoskisson, 1990). Dado esto algunos investigadores han propuesto la configuración de los GEs a través del enfoque cognitivo (e.g., Reger y Huff, 1993; Wry et al., 2006; Porac et al., 2011), que hace énfasis en la relevancia y papel de los individuos en los procesos de toma de decisiones estratégicas (Bogner et al., 1993).

Pero el uso del enfoque cognitivo para determinar los GEs ha recibido críticas (Garcés y Duque, 2007). Es así como no existe acuerdo sobre los esquemas que deben ser usados cuando se determinan los grupos estratégicos, debido a que los tomadores de decisiones tienen diferentes percepciones sobre las variables estratégicas, lo cual los lleva a utilizar distintos tipos de mapas cognitivos (Flavián y Polo, 1999). Por lo tanto, no existe consenso sobre la perspectiva, estadística o cognitiva, que debe ser utilizada en la conformación de dichos grupos.

## **2.2 Desempeño y Herramientas Metodológicas**

El estudio de la literatura sobre los grupos estratégicos no sólo tiene importancia teórica, sino que también práctica, por cuanto los grupos estratégicos son relevantes para explicar las diferencias de

desempeño entre las empresas de una industria (e.g., Peteraf, 1993; Hervás et al., 2006; Araya-Castillo y Pedreros-Gajardo, 2014).

Sin embargo, la evidencia empírica disponible es contradictoria. Algunos estudios han encontrado diferencias de desempeño significativas entre los GEs (e.g., Oustapassidis, 1998; Coombs et al., 2004; García-Ochoa et al., 2015), mientras que otros no han llegado a resultados concluyentes (e.g., Peteraf y Shanley, 1997; Zúñiga-Vicente et al., 2004; Claver et al., 2006). Esto implica que el desempeño de las empresas basado en su posición en relación a los GEs no puede establecer a priori y por lo mismo debe ser testeado en diferentes contextos industriales (Dornier et al., 2012).

La inconsistencia de los resultados puede ser atribuida a cuatro factores principales. En primer lugar, no existe consenso sobre las dimensiones estratégicas que deberían ser consideradas para la obtención de los GEs (Dikmen et al., 2009). En segundo lugar, la inconsistencia de los resultados se debe a que las estrategias no pueden ser fácilmente imitadas a causa de las barreras a la movilidad (Shah, 2007). En tercer lugar, el desempeño obtenido se encuentra determinado por las condiciones del mercado (Shah, 2007). En cuarto lugar, los resultados contradictorios se pueden explicar en razón de las diferentes medidas de desempeño que son utilizadas, así como en el número de GEs que se establecen (Claver et al., 2002).

Además, no existe consenso sobre la metodología que se debe aplicar en el estudio de los grupos estratégicos. La aplicación del

enfoque de GE ha evolucionado desde los estudios pioneros que no utilizaban técnicas estadísticas hasta los últimos que sí las utilizan (Hervás et al., 2006).

Hay tres métodos alternativos en la conformación de los GEs (Nath y Gruca, 1997). El primer método consiste en la identificación de los grupos a través de los análisis factorial y de clúster (Fiegenbaum y Thomas, 1990). El segundo método consiste en el escalamiento multidimensional de las percepciones de los directivos que se basan en los atributos específicos de la industria (Fombrun y Zajac, 1987). El tercer método se basa en la identificación directa de las empresas competidoras por parte de los directivos que participan en la industria (Porac et al., 1995).

No obstante, se sostiene que el empleo de metodologías multivariantes presenta una mayor utilidad en el desarrollo de investigaciones empíricas (Hatten y Hatten, 1987). Es así como la metodología que se utiliza con mayor frecuencia en la configuración de los GEs consiste en dos etapas, las cuáles son determinar las variables estratégicas a través del análisis factorial exploratorio, y posteriormente, obtener los grupos estratégicos a través del análisis de clúster (Hervás, et al., 2006).

A pesar de estas críticas, el concepto de GE ha emergido como una construcción analítica de gran utilidad práctica (González, 2001). Esto se debe a que la división de la industria en GEs proporciona una herramienta de análisis que permite profundizar en el estudio de la

naturaleza de la competencia en los sectores industriales, con un nivel de variación mayor que el que permite el análisis de una sola empresa, y de una manera más particularizada de lo que permite el análisis agregado de los sectores.

### **3. METODOLOGÍA**

La presente investigación es de tipo concluyente descriptiva (Malhotra, 2004), y se enfoca en estudiar el desarrollo de la literatura de grupos estratégicos en el período comprendido entre los años 1978 y 2018. Con este objetivo se realiza una revisión de la investigación en grupos estratégicos, usando las técnicas de la bibliometría.

La bibliometría es un campo de investigación emergente y de frontera de la bibliotecología y ciencia de la información (ByCI), que ha tenido un gran desarrollo en las últimas décadas (Miguel y Dimitri, 2013). La misma se define como la aplicación de métodos matemáticos y estadísticos a los libros y otros medios de comunicación escrita (Pritchard, 1969).

Como resultado del análisis bibliométrico se obtiene una fuente de información detallada y sistematizada de la producción científica en una disciplina (Merigó et al., 2015), lo cual sirve como información de consulta para los investigadores (Morales et al., 2017), permite valorar la actividad científica, el impacto de las publicaciones y las fuentes para direccionar nuevas investigaciones (Moreno y Rosselli, 2012).

La realización de estudios bibliométricos para caracterizar la investigación sobre un tema exige una selección cuidadosa de los registros de base de datos que representan los trabajos (Hasper Tabares et al., 2017). Dado esto, para el desarrollo del artículo se consideró como base de datos, toda la información disponible en la Web of Science (WoS), la cual es una de las más influyentes fuentes en la búsqueda de información de parte científica (Granda-Orive et al., 2013).

En el mes de febrero del año 2019 en la base Core Collection de WoS, se realizó la búsqueda con las palabras “strategic groups” en la cual se encontraron 346 artículos científicos referentes al tema. No se consideraron libros ni proceedings. Para obtener los Impact Factor 2017 de cada revista científica se utilizó la base de Journal Citation Report (JCR), la que, con todos los pros y contras que tiene, es uno de los indicadores más utilizados en el ámbito de la bibliometría (Bosch et al., 2001).

También se analizó el H-índice (también conocido como el H-classics). El H-índice es un sistema propuesto para la medición de la calidad profesional de las publicaciones en función de las citas que han recibido los artículos científicos. Por ejemplo, si en un set de artículos estos tienen un H-índice de 10, significa que al menos 10 artículos tienen a lo menos 10 citas cada uno.

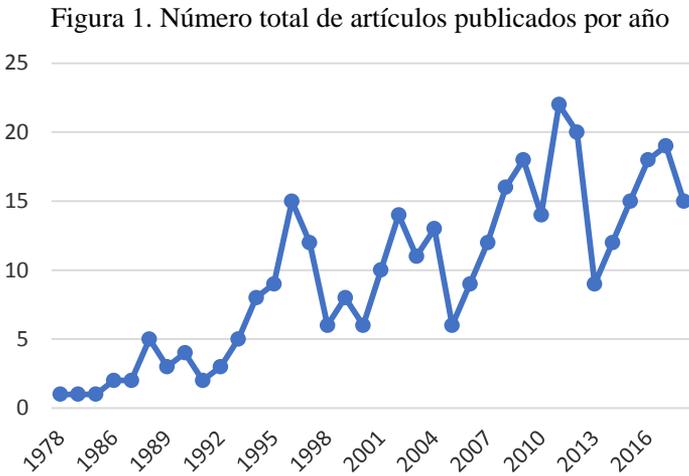
Los indicadores bibliométricos utilizados para el análisis han sido: artículos, citas, revistas, instituciones, autores y países. Además,

se realizó un análisis del mapa bibliométrico en grupos estratégicos. De esta forma se puede diseñar un mapa detallado de conceptos claves basados en datos de frecuencia y sus respectivos clústeres.

## 4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 4.1 Artículos y Citas

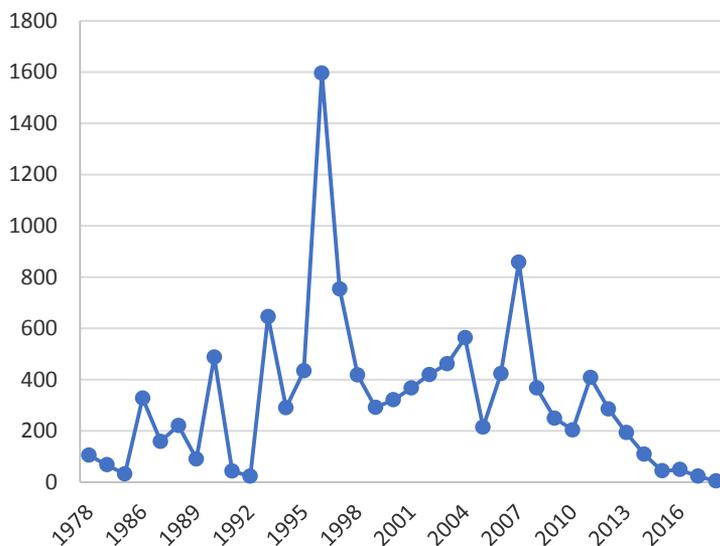
En la Figura 1 se muestra el número total de publicaciones por año. El primer estudio que se reporta es el de Newman (1978). Hasta el año 1995 el número de artículos no fue significativo, pero a partir del año 1996 se muestra un incremento en la producción científica, la cual presenta ciclos estacionales, y una pequeña disminución en el año 2018.



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 2 se observa el número de citas en la literatura de grupos estratégicos. Entre los años 1978 y 2011 se aprecia un crecimiento leve y constante en el número de citaciones, siendo los años 1996 y 2007 los que presentan los mayores indicadores. Sin embargo, y tal como sucede con el número de artículos, la cantidad de citas ha decrecido en los últimos años.

Figura 2. Número total de citas por año



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 1 se evalúa la tasa de citación de los artículos. De acuerdo con el recuento son 11559 citas las que se han realizado en este tema. Se debe notar que 278 artículos tienen menos de 50 citas en el WoS (lo cual corresponde a un 80.35% de los estudios realizados), 67 artículos tienen más de 50 y menos de 500 citas (lo cual

corresponde a un 19.36% de los estudios realizados), y solo 1 artículo tiene más de 500 citas (lo cual corresponde a un 0.29% de los estudios realizados).

Tabla 1. Estructura general de citas

Número de Citas	Número de Artículos	% de Artículos
≥ 500 citas	1 artículo	0.29%
≥ 250 citas	4 artículos	1.16%
≥ 100 citas	27 artículos	7.80%
≥ 50 citas	36 artículos	10.40%
< 50 citas	278 artículos	80.35%
<b>Total</b>	<b>346</b>	

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 2 se muestra la clasificación de los 30 artículos más citados. Si se considera el número de citas el artículo con mayor relevancia en la literatura es el desarrollado por Fiss (2007) con más de 500 citas; y si se incluye el promedio de citas por año, los artículos con mayor relevancia en la literatura son los desarrollados por Fiss (2007), Deephouse y Jaskiewicz (2013), Poudier y StJohn (1996), Reger y Huff (1993) y Miller (1996).

Tabla 2. 30 artículos más influyentes en grupos estratégicos

Ranking	Título	TC	C/A	Autor/s	Journal	Año
1	A set-theoretic approach to organizational configurations	516	39.69	Fiss, Peer C.	Academy of Management Review	2007
2	Hot spots and blind spots: Geographical clusters of firms and innovation	393	16.38	Poudier, R; StJohn, CH	Academy of Management Review	1996
3	Strategic groups -	388	14.37	Reger, RK;	Strategic	1993

	a cognitive perspective			Huff, AS	Management Journal	
4	Configurations revisited	335	13.96	Miller, D	Strategic Management Journal	1996
5	Strategic groups - theory, research and taxonomy	327	9.62	McGee, J; Thomas, H	Strategic Management Journal	1986
6	Getting to know you: A theory of strategic group identity	251	10.91	Peteraf, M; Shanley, M	Strategic Management Journal	1997
7	Competitive dynamics of interfirm rivalry	199	8.29	Baum, JAC; Korn, HJ	Strategic Management Journal	1996
8	Strategic groups - untested assertions and research proposals	187	6.23	Barney, JB; Hoskisson, RE	Managerial and Decision Economics	1990
9	Strategic groups as reference groups - theory, modeling and empirical-examination of industry and competitive strategy	183	7.32	Fiengenbaum, A; Thomas, H	Strategic Management Journal	1995
10	An investigation of partner similarity dimensions on knowledge transfer	178	8.9	Darr, ED; Kurtzberg, TR	Organizational Behavior and Human Decision Processes	2000
11	Organizational niches and the dynamics of organizational mortality	172	6.62	Baum, JAC; Singh, JV	American Journal of Sociology	1994
12	Strategic groups and performance - the united-states insurance industry, 1970-84	172	5.73	Fiengenbaum, A; Thomas, H	Strategic Management Journal	1990
13	Hypercompetition in a multimarket environment: The role of strategic similarity and multimarket contact in competitive de-escalation	171	7.13	Gimeno, J; Woo, CY	Organization Science	1996
14	Managerial cognition and the	166	7.55	Greve, HR	Strategic Management	1998

	mimetic adoption of market positions: What you see is what you do				Journal	
15	Ownership types and strategic groups in an emerging economy	161	10.06	Peng, MW; Tan, J; Tong, TW	Journal of Management Studies	2004
16	Strategic groups, asymmetrical mobility barriers and contestability	154	4.67	Hatten, KJ; Hatten, ML	Strategic Management Journal	1987
17	Research on strategic groups - progress and prognosis	152	4.75	Thomas, H; Venkatraman, N	Journal of Management Studies	1988
18	Organizational configurations and performance: A meta-analysis	150	6.52	Ketchen, DJ; Combs, JG; Russell, CJ; Shook, C; Dean, MA; Runge, J; Lohrke, FT; Naumann, SE; Haptonstahl, DE; Baker, R; Beckstein, BA; Handler, C; Honig, H; Lamoureux, S	Academy of Management Journal	1997
19	Do Family Firms Have Better Reputations Than Non-Family Firms? An Integration of Socioemotional Wealth and Social Identity Theories	137	19.57	Deephouse, David L.; Jaskiewicz, Peter	Journal of Management Studies	2013
20	Competition within and between networks: The contingent effect of competitive embeddedness on alliance formation	132	8.25	Gimeno, J	Academy of Management Journal	2004
21	Rivalry, strategic groups and firm profitability	131	4.85	Cool, K; Djerickx, I	Strategic Management Journal	1993
22	Spillovers and competition among foreign and	129	10.75	Chang, Sea Jin; Xu, Dean	Strategic Management Journal	2008

	local firms in China					
23	Local versus global mimetism: The dynamics of alliance formation in the automobile industry	124	6.89	Garcia-Pont, C; Nohria, N	Strategic Management Journal	2002
24	Strategic groups and competitive enactment: A study of dynamic relationships between mental models and performance	123	6.47	Osborne, JD; Stubbart, CI; Ramaprasad, A	Strategic Management Journal	2001
25	How much does industry matter? An alternative empirical test	121	5.04	Powell, TC	Strategic Management Journal	1996
26	Local density and foreign subsidiary performance	110	7.86	Miller, SR; Eden, L	Academy of Management Journal	2006
27	Resource and market based determinants of performance in the US banking industry	109	4.54	Mehra, A	Strategic Management Journal	1996
28	Competitive positioning within and across a strategic group structure: The performance of core, secondary and solitary firms	108	6.35	McNamara, G; Deephouse, DL; Luce, RA	Strategic Management Journal	2003
29	Strategic groups and structure-performance relationship	105	2.5	Newman, HH	Review of Economics and Statistics	1978
30	A taxonomy of manufacturing strategies in China	104	7.43	Zhao, Xiande; Sum, Chee-Chuong; Qi, Yinan; Zhang, Huiying; Lee, Tien-Sheng	Journal of Operations Management	2006

Abreviaciones: R: Ranking; TC: total de citas del paper; C/A: promedio de citas por año del paper.

Fuente: Elaboración propia

## 4.2 Autores

Un tema de importancia es saber quiénes son los autores más influyentes y productivos en la literatura de grupos estratégicos. Con este objetivo se confeccionó la Tabla 3, en donde se muestran los 10 autores más influyentes, los cuales están ordenados de acuerdo a su aporte a la disciplina. Para medir el impacto de las publicaciones, el orden de los autores se fijó en base a la cantidad de citas en la temática de grupos estratégicos. Además, se analizó la cantidad de artículos y citas del autor, su H-índice, el porcentaje de artículos destinados al estudio de grupos estratégicos, y si sus publicaciones se encuentran dentro del top 30.

Tabla 3. Los autores más influyentes y productivos en grupos estratégicos

Ranking	Nombre Autor	TP-SG	TC-SG	%TP-SG / TP	H	TP	TC	T30
1	Thomas H.	14	1186	18.67%	29	75	4678	4
2	Fiegenbaum A.	6	482	23.08%	16	26	1324	2
3	Davo Nb.	5	2	83.33%	1	6	4	0
4	Ketchen Dj.	5	308	4.55%	44	110	6470	1
5	Mayor Mgo.	5	2	71.43%	1	7	5	0
6	Sudharshan D.	5	134	22.73%	12	22	435	0
7	Claver-Cortes E.	4	82	8.16%	21	49	1452	0
8	Desarbo Ws.	4	98	5.80%	25	69	3377	0
9	Gimeno Javier.	4	404	22.22%	14	18	2008	2
10	Grewal R.	4	98	6.25%	25	64	2747	0

Abreviaciones: R: ranking del autor; TP-SG: total de papers del autor en grupos estratégicos; TC-SG: total citas del autor de los papers de grupos estratégicos; %TP-SG/TP: porcentaje del total de papers del autor solo en grupos estratégicos; H: H-index del autor; TP: total de papers del autor; TC: total de citas por autor; T30: total de papers del autor que están entre los 30 papers más influyentes publicados en todos los tiempos.

Fuente: Elaboración propia.

Thomas es quien tiene el mayor número de artículos y citas en la temática de grupos estratégicos, y 4 de sus publicaciones se encuentran entre las 30 más influyentes de la literatura. Por su parte, Ketchen es el autor con el más alto H-índice, con la mayor cantidad de artículos y citas (en distintas líneas de investigación), pero solo tiene 1 artículo entre los 30 más influyentes en la teoría de grupos estratégicos. Y, Davo a pesar de ser el investigador con mayor proporción de sus publicaciones en grupos estratégicos (83.33%), no tiene ninguna publicación entre las 30 más influyentes.

### **4.3 Revistas**

En la Tabla 4 se presenta información de las 20 revistas más influyentes en la literatura de grupos estratégicos. Las 5 revistas más importantes, ordenadas de acuerdo al total de artículos, son: 1) Strategic Management Journal; 2) Journal of Business Research; 3) Journal of Management Studies; 4) Management Decision; y 5) Health Care Management Review.

Si se consideran sólo las publicaciones en grupos estratégicos, Strategic Management Journal es la que presenta el más alto H-índice, el mayor número de artículos y citas, los artículos con más citas (sobre 20, 50, 100 y 250) y el mayor porcentaje de artículos publicados sobre la temática. Al incluir las publicaciones científicas en general (en distintas líneas de investigación), Strategic Management Journal es la revista que presenta los mayores valores en H-índice, factor de impacto, y número de publicaciones dentro de las 30 más influyentes

(Ver Tabla 2); pero es el Journal of Business Research el que muestra mayor número de artículos y Academy of Management Journal (que ocupa la posición 7) la que tiene el mayor número de citas.

Se aprecia que, para el conjunto de 20 revistas consideradas, el valor promedio del H-índice es de 87.05 para sus publicaciones en general, y de 5.3 cuando solo se considera la temática de grupos estratégicos. En tanto que para las 5 revistas más influyentes los valores promedio del H-índice ascienden a 138.8 (para las publicaciones en general) y 13 (para las publicaciones en grupos estratégicos).

Además, las 5 revistas más influyentes se diferencian de las 20 consideradas en la amplitud y profundidad de las publicaciones. En el conjunto de 20 revistas el valor promedio de artículos y citas asciende a 1679.4 y 72293.95, respectivamente; y cuando se consideran sólo la literatura de grupos estratégicos los valores promedios ascienden a 7.85 (artículos) y 365.75 (citas). No obstante, para las 5 revistas más influyentes los valores promedios de artículos y citas ascienden a 2778.6 y 132673; y cuando sólo se incluye la literatura en grupos estratégicos, los valores promedios ascienden a 19.4 (artículos) y 1120 (citas).

El factor de impacto de las revistas es incluido como una medida de sus niveles de calidad. En el año 2017, para las 20 revistas el factor de impacto promedio fue de 2.42, en tanto que para las 5 revistas más influyentes este valor asciende a 3.46. Y, se presentan diferencias en el número de artículos que se encuentran listados en el

grupo de los 30 más influyentes, ya que para las 20 revistas el promedio de artículos que cumplen con esta condición es de 1.2, en tanto que para las 5 revistas más importantes este valor asciende a 3.8.

**Tabla 4. 20 revistas más influyentes en grupos estratégicos**

Ranking	Journal	H-SG	TC SG	TP SG	%P SG	>250	> 100	> 50	>20	TP	TC	FI 2017	T 30	H
1	Strategic Management Journal	36	4493	57	2.0%	3	11	18	31	2784	372175	5.482	16	286
2	Journal of Business Research	7	143	12	0.2%	0	0	0	4	5913	152025	2.509	0	152
3	Journal of Management Studies	11	764	11	0.4%	0	3	1	6	2640	110449	5.329	3	156
4	Management Decision	6	111	9	0.6%	0	0	0	1	1579	16328	1.525	0	55
5	Health Care Management Review	5	89	8	0.8%	0	0	0	1	977	12388	2.477	0	45
6	Advances in Strategic Management a Research Annual	4	66	7	1.8%	0	0	0	1	389	2592	0.964	0	23
7	Academy of Management Journal	5	624	5	0.2%	0	4	0	1	2917	402652	6.7	3	323
8	Organization Science	4	318	5	0.3%	0	1	2	0	1697	199684	3.027	1	210
9	European Journal of Operational Research (*)	4	78	4	0.1%	0	0	0	2	3109	19170	3.428	0	42
10	International Journal of Operations Management	4	155	4	0.2%	0	0	1	2	1861	58766	2.955	0	104
11	Managerial and Decision Economics	2	194	4	0.6%	0	1	0	0	683	2283	0.47	1	21
12	Revista Brasileira de Gestao de Negocios	1	1	4	1.1%	0	0	0	0	361	396	0.278	0	6
13	Review of Industrial Organization	4	96	4	0.3%	0	0	1	1	1174	11379	0.767	0	48
14	Service Industries Journal	2	18	4	0.2%	0	0	0	0	1953	20551	1.258	0	52
15	Strategic Organization	2	34	4	1.5%	0	0	0	1	274	4695	2.225	0	35
16	Expert Systems with Applications (*)	3	73	3	0.1%	0	0	1	0	2962	23416	3.768	0	47
17	Industrial and Corporate Change	2	42	3	0.3%	0	0	0	1	865	24494	2.198	0	73
18	Innovar Revista de Ciencias	1	4	3	1.1%	0	0	0	0	266	296	0.12	0	7

	Administrativas y Sociales (**)													
19	International Journal of Shipping and Transport Logistics	1	3	3	1.0%	0	0	0	0	311	1525	0.928	0	17
20	Journal of Engineering Design	2	9	3	0.3%	0	0	0	0	873	10615	1.906	0	39

Abreviaciones: R: Ranking; H-SG: H-índice sólo con strategic groups; TC

SG: total de citas solo con strategic groups; TP SG: total de papers solo con strategic groups en el journal, %P SG: porcentaje de paper de strategic groups en el journal; >250, >100, >50, >20, número de papers con más de 250, 100, 50 y 20 citas en el journal; TP: total de papers en el journal; TC: total de citas en el journal; FI 2017: factor de impacto del journal en el año 2017; T 30: número de papers en listados dentro del ranking de los Top 30 mostrados en la tabla anterior; H: H-índice de la revista.

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.4 Instituciones

La Tabla 5 presenta la lista con las 10 instituciones más influyentes en investigación en grupos estratégicos. El ranking se realizó en base a la cantidad de artículos publicados, impacto de las publicaciones mediante las citas, el porcentaje de los artículos de grupos estratégicos con relación a su producción total de los últimos cinco años, y la producción científica en la temática en los últimos 5 años.

**Tabla 5.** Las instituciones más influyentes en grupos estratégicos

Ranking	Nombre	Pais	H SG	TP SG	TC SG	%TP SG/TP <sub>5</sub>	TP5*
1	University of Illinois	Estados Unidos	14	16	1737	0.05%	34270
2	Universidad de Alicante	España	6	12	133	0.29%	4198
3	Michigan State University	Estados Unidos	4	7	199	0.04%	18011
4	Penn State University	Estados Unidos	5	7	215	0.03%	23050

5	Texas A&M University	Estados Unidos	5	7	404	0.03%	214 86
6	Universidad Complutense de Madrid	España	1	6	2	0.05%	115 14
7	Universidad Autónoma de Madrid	España	1	5	2	0.05%	955 5
8	University of Warwick	Inglaterra	4	5	141	0.04%	119 41
9	Emory University	Estados Unidos	4	4	144	0.02%	184 81
10	The Hong Kong Polytechnic University	China	2	4	15	0.03%	122 58

(\*) Total de papers de la institución en los últimos 5 años

Abreviaciones: R: ranking de la institución; H-SG: H-index de la institución en grupos estratégicos; TP-SG: total de papers de la institución en grupos estratégicos; TC-SG: total de citas de la institución en grupos estratégicos; %TP-SG/TP5: porcentaje del total de papers de la institución de los últimos cinco años sólo en grupos estratégicos; TP5: total de papers de la institución en los últimos cinco años

Fuente: Elaboración propia

University of Illinois es la institución más influyente en la literatura de grupos estratégicos, por cuanto en la temática de estudio es la que presenta el más alto H-índice, número de artículos, citas y publicaciones en los últimos 5 años. Por su parte, la Universidad de Alicante es la que en los últimos 5 años muestra una mayor proporción de su producción científica en esta línea de investigación.

#### 4.5 País

Para lograr un desarrollo como país, es fundamental la creación de conocimiento como un elemento central para mejorar la calidad vida y progreso (Sebastián, 2007). En este contexto, se analiza la

investigación en grupos estratégicos según su distribución geográfica, aun cuando se presentan peculiaridades, como por ejemplo que algunos investigadores se podrían cambiar de un país a otro. Los resultados del análisis por país se muestran en la Tabla 7 y Figura 4.

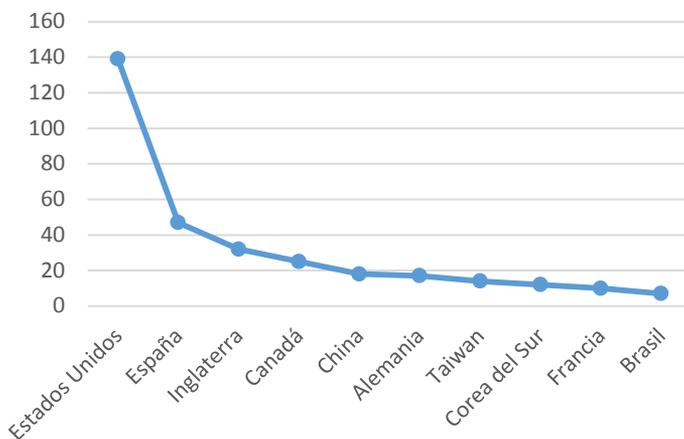
Tabla 6. Los países más influyentes y productivos en grupos estratégicos

Ranking	País	Nº de Artículos	% of 346
1	Estados Unidos	139	40.17%
2	España	47	13.58%
3	Inglaterra	32	9.25%
4	Canadá	25	7.23%
5	China	18	5.20%
6	Alemania	17	4.91%
7	Taiwán	14	4.05%
8	Corea del Sur	12	3.47%
9	Francia	10	2.89%
10	Brasil	7	2.02%

Fuente: Elaboración propia.

Los 10 países que se muestran en la Tabla 6 representan un 92.77% del total de artículos desarrollados en grupos estratégicos, siendo el principal Estados Unidos (con un 40.17% de la producción científica en la temática). Esto es relevante, por cuanto es indicador de que la publicación en grupos estratégicos se encuentra concentrada en unos pocos países y regiones: a) América del Norte (Estados Unidos, Canadá); b) Europa (España, Inglaterra, Alemania, Francia); c) Asia (China, Taiwán, Corea del Sur); y d) Sudamérica (Brasil).

**Figura 4.** Número total de publicaciones por país



Fuente: Elaboración propia

#### **4.6 Mapa Bibliométrico**

Los mapas bibliométricos son resúmenes gráficos de documentos obtenidos de una base de datos de citas, palabras o frases, o algunos elementos bibliométricos (Guzmán Sánchez y Trujillo Cancino, 2013). En este contexto, se realizó un análisis del mapa bibliométrico en grupos estratégicos, para lo cual se utilizó el software VOSviewer (Van Eck y Waltman, 2010), el cual es una herramienta empleada para la visualización de redes bibliométricas desarrollada en el Centre for Science and Technology Studies (CWTS).

Los resultados de este análisis se muestran en la Figura 5, en donde se puede ver que la red está compuesta por 3 clústeres, los cuales están con un color en particular: rojo, verde y azul. Dentro de cada clúster están los conceptos más utilizados en la investigación en

grupos estratégicos y el tamaño de cada concepto está relacionado con la frecuencia de cada ítem. Sus conexiones como red muestran las relaciones de los conceptos, de tal manera que aquellos temas cognitivos que están relacionados entre sí están situados en las proximidades, y los que no están relacionados o apenas lo están se encuentran distantes.

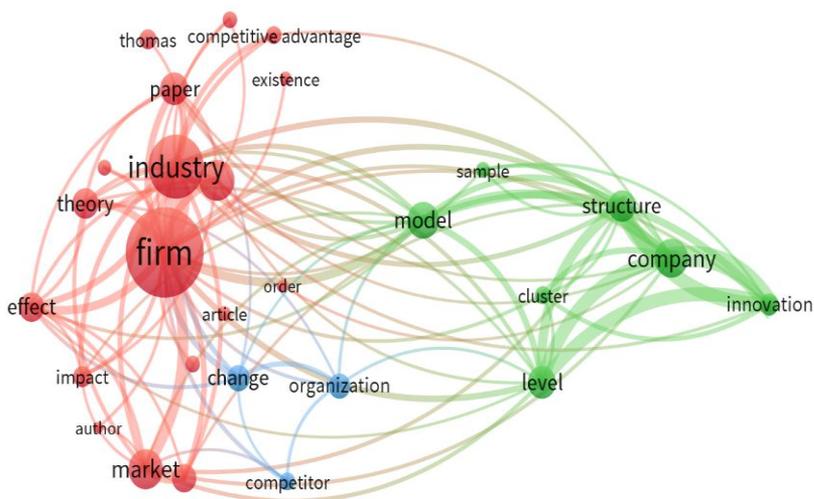
En la red roja los conceptos claves utilizados con mayor frecuencia son: industria, firma, teoría, mercado, impacto, ventaja competitiva. Estos conceptos hacen referencia a la teoría de grupos estratégicos, la cual constituye un espacio imaginario entre la industria (o mercado) y la empresa; y dice relación con el desempeño de los grupos estratégicos que se mide a través de la capacidad que tienen las empresas de conseguir ventajas competitivas.

En la red verde los conceptos claves utilizados con mayor frecuencia son: modelo, estructura, compañía, nivel y clúster. Estos conceptos hacen referencia a los modelos que se utilizan en la configuración de los grupos estratégicos, es decir, a la forma en que se concibe la dinámica competitiva de los mercados (o forma de competir de las empresas).

Finalmente, en la red azul los conceptos claves utilizados con mayor frecuencia son: cambio, organización y competidor. Estos conceptos dicen relación con la estabilidad temporal de los grupos estratégicos que se presenta por las barreras a la movilidad. No obstante, las empresas pueden cambiar de grupo estratégico en la

medida que sea un objetivo formulado y desarrollen los recursos y estrategias requeridas.

Figura 5. Mapa bibliométrico de la investigación en grupos estratégicos



Fuente: Elaboración propia

## 5. CONSIDERACIONES FINALES

Las empresas que participan en una misma industria (o mercado) no necesariamente compiten entre sí, por cuanto usualmente limitan su atención a las acciones adoptadas por un número pequeño de competidores, debido a que se posicionan en su entorno competitivo a lo largo de un reducido número de dimensiones estratégicas que les caracterizan y les otorgan determinadas ventajas competitivas.

Esta situación conforma la base de la teoría de grupos estratégicos (GEs), la cual ayuda a explicar la posición competitiva de cada empresa del sector en relación con sus competidores. Es así como se entiende por GE al conjunto de empresas que compiten en la industria (o mercado) con recursos y estrategias similares.

El concepto de GE ha sido analizado principalmente desde las perspectivas de la organización industrial y de la teoría de los recursos y capacidades, a pesar de que en los últimos años algunos investigadores han optado por el enfoque cognitivo. En este contexto, en los últimos 40 años se reporta una cantidad significativa de estudios que aplican la teoría de GEs en distintos países e industrias.

Dado esto, se presenta la necesidad de conocer los estudios que se han desarrollado en la temática, y en este contexto las líneas de investigación que quedan por desarrollar o en las cuales se ha realizado un menor número de producción científica. Esta situación es relevante, por cuanto la producción científica no puede avanzar, sino que, apoyándose en los trabajos precedentes, siendo los trabajos actuales la base de futuras investigaciones y publicaciones.

Con este objetivo, se hizo uso de la bibliometría, debido a que la misma se ha extendido e implantado como técnica metodológica imprescindible para la evaluación de la producción científica y de todos los fenómenos ligados a la comunicación de la ciencia. Se realizó un estudio bibliométrico de carácter descriptivo de la producción científica referente a los grupos estratégicos durante el

periodo comprendido entre los años 1978 y 2018. Los indicadores bibliométricos utilizados para el análisis han sido: artículos y citas, revistas, instituciones, autores y países; y se realizó un análisis del mapa bibliométrico en esta línea de investigación.

En función de lo anterior se puede concluir que se reportan 346 artículos y 11559 citas, y que la producción científica ha decrecido en los últimos años. A pesar de esto, la teoría de grupos estratégicos presenta oportunidades de investigación futura que se concentran en la formulación de los modelos competitivos (es decir, de la dinámica o forma de competir dentro de los mercados), ya sea a través de la incorporación de variables de control o moderación, la estimación con otros tipos de metodologías (por ejemplo, a través de modelos econométricos o ecuaciones estructurales) y el desarrollo de estudios *cross-cultural* (es decir, que comparen los resultados de iguales mercados, pero en diferentes países).

## **REFERENCIAS DOCUMENTALES**

- AAKER, D. (1988). *Developing Business Strategies*. Estados Unidos: John Wiley & Sons.
- ARAYA-CASTILLO, L. (2014). Propuesta de metodología en la determinación de los grupos estratégicos. *Revista EAN*, 76, 66-77.
- ARAYA-CASTILLO, L., & PEDREROS-GAJARDO, M. (2014). Grupos Estratégicos en Sectores de Educación Superior. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 19(65), 92-115.
- ARAYA-CASTILLO, L., YÁÑEZ-JARA, V., RIVERA-FLORES, Y., & BARRIENTOS, N. (2018). Grupos estratégicos en educación superior: mercado universitario de Chile. *Entramado*, 14(2), 74-94.

- BARNEY, J., & HOSKISSON, R. (1990). Strategic Groups: Untested Assertions and Research Proposals. *Managerial and Decision Economics*, 1(3), 187-198.
- BARROSO, C., CASILLAS, J., & MORENO, A. (2001). En Non idem iterum semper novum, *Digital@tres*, 61-75.
- BOGNER, W., MAHONEY, J., & THOMAS, H. (1993). The role of competitive groups in strategy formulation: a dynamic integration on two competing models. *Journal of Management Studies*, 30(1), 51-67.
- BOSCH, X., VILLACASTÍN, J.P., & ALFONSO, F. (2001). Difusión, reconocimiento científico y repercusión. *Revista Española Cardiología*, 54(14), 1463-1465.
- CAVES, R.E., & PORTER, M.E. (1977). From Entry Barriers to Mobility Barriers: Conjectural Decisions and Contrived Deterrence to New Competition. *Quarterly Journal of Economics*, 91, 241-61.
- CLAVER, E., MOLINA, J., & PEREIRA, J. (2006). Strategic Groups in the Hospitality Industry: Intergroup and Intragroup Performance Differences in Alicante, Spain. *Tourism Management*, 27(6), 1101-1116.
- CLAVER, E., MOLINA, J., & QUER, D. (2002). Grupos Estratégicos, Resultados Empresariales y Niveles de Riesgo. *Análisis Empírico del Sector de la Construcción, Economía Industrial*, 345, 147-158.
- COOL, K., DIERICKX, I., & MARTENS, R. (1994). Strategic groups, strategic moves and performance. En Daems, Herman y Thomas, Howard (Eds.), *Asset Stocks, Strategic Groups and Rivalry*, Reino Unido, Pergamon Press.
- COOL, K., & SCHENDEL, D. (1987). Strategic group formation and performance: The case of the U.S. pharmaceutical industry, 1963-1982. *Management Science*, 33(9), 1102-1124.
- COOMBS, J., KETCHEN, D., & HOOVER, V. (2004). A Strategic Groups Approach to the Franchising-Performance Relationship. *Journal of Business Venturing*, 19(6), 877-897.

- DIKMEN, I., BIRGONUL, T., & BUDAYAN, C. (2009). Strategic Group Analysis in the Construction Industry. *Journal of Construction Engineering and Management*, 135(4), 288-297.
- DORNIER, R., SELMI, N., & DELÉCOLLE, T. (2012). Strategic Groups structure, positioning of the firm and performance: A review of literature. *International Business Research*, 5(2), 27-40.
- FIEGENBAUM, A., & THOMAS, H. (1990). Strategic groups and performance: the U.S. insurance industry, 1970-84. *Strategic Management Journal*, 11(3), 197-215.
- FLAVIÁN, C., & POLO, Y. (1999). Hacia la homogeneización de criterios en las investigaciones de grupos estratégicos. *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresa*, 3, 9-28.
- FLORES, C., GARZA, J., & OLAGUE DE LA CRUZ, J. (2017). Identifying Strategic Groups: An Assessment in Mexican Franchises. *Revista Ibero-Americana de Estrategia*, 16(2), 19-34.
- FOMBRUN, C.J., & ZAJAC, E.J. (1987). Structural and perceptual influences on intraindustry stratification. *Academy of Management Journal*, 30(1), 33-50.
- GALBRAITH, C., & SCHENDEL, D. (1983). An empirical analysis of strategy types. *Strategic Management Journal*, 4(2), 153-173.
- GARCÉS, J., & DUQUE, E. (2007). Revisión del concepto de grupo estratégico y propuesta de definición para aplicaciones en el ámbito colombiano. *Innovar*, 17(30), 99-112.
- GARCÍA, M., POOLE, N., DEL CAMPO, F., & LÓPEZ, D. (2011). Identificación de grupos estratégicos en el sector hortofrutícola español. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 2(1), 89-113.
- GARCÍA-OCHOA, M., BAJO, N., & ROUX, F. (2015). Ventajas competitivas de las empresas de telefonía móvil en América Latina. Análisis desde la perspectiva de los grupos estratégicos. *El Trimestre Económico*, 82(325), 89-116.
- GONZÁLEZ, E. (2001). Valoración de la capacidad explicativa de los grupos estratégicos en la industria española, *Economía Industrial*, 6(42), 153-162.

- GONZÁLEZ-MORENO, Á., & SÁEZ-MARTÍNEZ, F. J. (2008). Rivalry and strategic groups: what makes a company a rival? *Journal of Management & Governance*, 12(3), 261-285.
- GRANDA-ORIVE, J., ALONSO, A., GARCÍA, F., SOLANO, S., JIMÉNEZ, C., & ALEIXANDRE, R. (2013). Ciertas ventajas de Scopus sobre Web of Science en un análisis bibliométrico sobre tabaquismo. *Revista Española de Documentación Científica*, 36(2), 1-9.
- GUZMÁN-SÁNCHEZ, M., & TRUJILLO-CANCINO, J. (2013). Los mapas bibliométricos o mapas de la ciencia: una herramienta útil para desarrollar estudios métricos de información. *Biblioteca Universitaria*, 16(2), 95-108.
- HASPER-TABARES, J., CORREA-JARAMILLO, J., BENJUMEA-ARIAS, M., & VALENCIA-ARIAS, A. (2017). Tendencias en la investigación sobre gestión del riesgo empresarial: un análisis bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(79), 506-524.
- HATTEN, K.J. (1974). *Strategic Models in the Brewing Industries*. Unpublished doctoral dissertation, Purdue University.
- HATTEN, K.J., & HATTEN, M. (1987). Strategic groups, asymmetrical mobility barriers and contestability. *Strategic Management Journal*, 8(4), 329-342.
- HATTEN, R.J., & SCHENDEL, J.E. (1977). Heterogeneity Within and Industry Firm Conduct in the U.S. Brewing Industry, 1952-71. *The Journal of Industrial Economics*, 26(2), 97-113.
- HERVÁS, J.L., DALMAU, J.I., & GARRIGÓS, A. (2006). 1972-2005: En la cuarta década de la investigación sobre grupos estratégicos ¿Qué hemos aprendido? *Investigaciones Europeas de Dirección de la Empresa*, 12(1), 167-205.
- HUNT, M. (1972). *Competition in the major home appliance industry, 1960-1970*. Unpublished Ph. D. Dissertation, Harvard University.
- KETCHEN, D., COMBS, J., RUSSELL, C., SHOOK, C., DEAN, M., RUNGE, J., LOHRKE, F., NAUMANN, S., HAPTONSTAHL, D.E., BAKER, R., BECKSTEIN, B., HANDLER, C., HONIG, H. Y LAMOUREUX, S. (1997). Organizational configurations and performance: A Meta-Analysis. *Academy of Management Journal*, 40(1), 223-240.

- LEE, J., LEE, K., & RHO, S. (2002). An evolutionary perspective on strategic group emergence: A genetic algorithm-based model. *Strategic Management Journal*, 23(8), 727-739.
- MALHOTRA, N. (2004). *Investigación de mercados (Cuarta Edición)*. México: Pearson Educación.
- MCGEE, J., & THOMAS, H. (1986). Strategic Groups: Theory, Research and Taxonomy. *Strategic Management Journal*, 7(2), 141-160.
- MCGREE, J., THOMAS, H., & PRUETT, M. (1995). Strategic groups and the analysis of market structure and industry dynamics. *British Journal of Management*, 6(4), 257-260.
- MEHRA, A., & FLOYD, S. (1998). Product market heterogeneity, resource imitability and strategic group formation. *Journal of Management*, 24(4), 511-531.
- MERIGÓ, J. M., MAS-TUR, A., ROIG-TIerno, N., & RIBEIRO-SORIANO, D. (2015). A bibliometric overview of the *Journal of Business Research* between 1973 and 2014. *Journal of Business Research*, 68(12), 2645-2653.
- MIGUEL, S., & DIMITRI, P.J. (2013). La investigación en bibliometría en la Argentina: quiénes son y qué producen los autores argentinos que realizan estudios bibliométricos. *Información, cultura y sociedad*, 29, 117-138.
- MORALES, Á., ORTEGA, E., CONESA, E., & RUIZ-ESTEBAN, C. (2017). Análisis bibliométrico de la producción científica en Educación Musical en España. *Revista Española de Pedagogía*, 75(268), 399-414.
- MORENO, M. E., & ROSSELLI, D. A. (2012). Análisis bibliométrico de temas económicos en oncología. *MedUNAB*, 14(3), 160-166.
- NATH, D., & GRUCA, T. (1997). Convergence across alternative methods for forming strategic groups. *Strategic Management Journal*, 18(9), 745-760.
- NEWMAN, H.H. (1978). Strategic groups and the structure-performance relationship. *Review of Economics and Statistics*, 60(3), 417-427.

- O'REGAN, N., KLUTH, C., & PARNELL, J. (2011). The demise of strategic groups as an influence on firm performance: Lessons from the UK plastics industry. *Strategic Change*, 20(3-4), 111-126.
- OUSTAPASSIDIS, K. (1998). Performance of strategic groups in the greek industry. *European Journal of Marketing*, 31(11/12), 962-973.
- PETERAF, M. (1993). Intra-industry structure and the response toward rivals. *Managerial and Decision Economics*, 14(6), 519-528.
- PETERAF, M., & SHANLEY, M. (1997). Getting to Know You: A Theory of Strategic Group Identity. *Strategic Management Journal*, 18(1), 165-186.
- PORAC, J.F., THOMAS, H., & BADEN-FULLER, C. (2011). Competitive Groups as Cognitive Communities: The Case of Scottish Knitwear Manufacturers Revisited. *Journal of Management Studies*, 48(3), 646-664.
- PORAC, J. F., WILSON, F., PATON, D. Y KANFER, A. (1995). Rivalry and the Industry Model of Scottish Knitwear Producers. *Administrative Science Quarterly*, 40, 203-227.
- PORTER, M.E. (1976). *Interbrand Choice, strategy, and bilateral market power*. Estados Unidos: Harvard Economic Studies, Harvard University Press.
- PORTER, M.E. (1979). The structure within industries and companies performance. *The Review of Economics and Statistics*, 61, 214-227.
- PORTER, M.E. (1980). *Competitive strategy*. Estados Unidos: Free Press.
- PRITCHARD, A. (1969). Statistical Bibliography or Bibliometrics? *Journal of Documentation*, 25(4), 348-349.
- PRIOR, D., & SURROCA, J. (2001). Modelo para la identificación de grupos estratégicos basado en el análisis envolvente de datos: aplicación al sector bancario español. Documento de trabajo 2001/2, Universidad Autónoma de Barcelona.

- Reger, R., & Huff, A. (1993). Strategic Groups: A Cognitive Perspective. *Strategic Management Journal*, 14(2), 103-123.
- RONDÁN CATALUÑA, F.J., NAVARRO GARCÍA, A., DÍEZ DE CASTRO, E.C., Rodríguez Rad, C., & Guisado González, M. (2010). Estudio del performance de los grupos estratégicos en el sistema de franquicia Español. *Investigaciones europeas de dirección de la empresa (IEDEE)*, 16(2), 43-62.
- SEBASTIÁN, J. (2007). Conocimiento, cooperación y desarrollo. *CTS: Revista iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*, 3(8), 195-208.
- SHAH, A. (2007). Strategic Groups in Retailing Based on Porter's Generic Market Based Strategies. *The Marketing Management Journal*, 17(1), 151-170.
- SONENSHEIN, S., NAULT, K., & OBODARU, O. (2017). Competition of a different flavor: How a strategic group identity shapes competition and cooperation. *Administrative Science Quarterly*, 62(4), 626-656.
- THIEME, C., ARAYA-CASTILLO, L., & OLAVARRIETA, S. (2012). Grupos estratégicos de universidades y su relación con el desempeño: el caso de Chile. *Innovar*, 22(43), 105-116.
- THOMAS, H., & VENKATRAMAN, N. (1988). Research on strategic groups: progress and prognosis. *Journal of Management Studies*, 25(6), 537-555.
- VAN ECK, N.J., & WALTMAN, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- VAZQUEZ CARRAZANA, X., RECH, L.J., & MIRANDA, G.J. (2017). Identificación de grupos estratégicos en el sector de agronegocio. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, (44), 191-216.
- WRY, T., DEEPHOUSE, D., & MCNAMARA, G. (2006). Substantive and evaluative media reputations among and within cognitive strategic groups, *Corporate Reputation Review*, 9(4), 225-242.

ZÚÑIGA-VICENTE, J.A., FUENTE-SABATÉ, J.M., & SUÁREZ-GONZÁLEZ, I. (2004). Dynamics of the strategic group membership-performance linkage in rapidly changing environment. *Journal of Business Research*, 57(12), 1378-1390.





**UNIVERSIDAD  
DEL ZULIA**

---

## **opción**

Revista de Ciencias Humanas y Sociales  
Año 35, Especial No. 25 (2019)

Esta revista fue editada en formato digital por el personal de la Oficina de Publicaciones Científicas de la Facultad Experimental de Ciencias, Universidad del Zulia.  
Maracaibo - Venezuela

**[www.luz.edu.ve](http://www.luz.edu.ve)**

**[www.serbi.luz.edu.ve](http://www.serbi.luz.edu.ve)**

**[produccioncientifica.luz.edu.ve](http://produccioncientifica.luz.edu.ve)**