



Asociación Científica
de Economía y Dirección de la Empresa
Estrategia Empresarial

BOLETÍN DE LA SECCIÓN DE ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Editor: José Francisco Molina Azorín, Universidad de Alicante

NÚMERO 1

OTOÑO 2009

EN ESTE NÚMERO

Carta del Presidente	1
Información del Congreso de ACEDE	2
Información del Workshop de la Sección	5
Entrevistas y análisis	6
Información de los socios de la Sección.....	12
Publicaciones.....	14
Anuncios	21
Equipo directivo de la Sección	23

II WORKSHOP DE ESTRATEGIA EMPRESARIAL Sevilla, 18 de febrero de 2010

CARTA DEL PRESIDENTE Luis Ángel Guerras Martín



Bienvenidos al primer número de nuestro Boletín de la Sección de Estrategia Empresarial de ACEDE. La misión fundamental de este Boletín es proporcionar información que pueda ser de utilidad para todos los socios de la Sección, constituyéndose por tanto como un vehículo de difusión y comunicación entre todos nosotros. Este Boletín será publicado dos veces cada año, un número en otoño y otro en primavera.

En estos momentos, nuestra Sección está constituida por 128 socios pertenecientes a casi 40 universidades. Quisiera manifestar mi agradecimiento por el apoyo recibido por todos vosotros desde el nacimiento de la Sección.

También me gustaría aprovechar esta carta para agradecer vuestra participación en el pasado Congreso de ACEDE celebrado en Toledo. De las 52 mesas de comunicaciones orales en las que se presentaron un total de 155 trabajos, 22 mesas estaban encuadradas en el ámbito de nuestra Sección, con 66 trabajos presentados en estas mesas. Además, de las 12 mesas interactivas, 4 estuvieron vinculadas a la estrategia empresarial.

Por otra parte, también quería agradecer vuestra participación y asistencia al I Workshop de la Sección celebrado en la Universidad Rey Juan Carlos, y anunciar la celebración del II Workshop para el próximo mes de febrero en Sevilla. Estamos trabajando para que el programa sea de vuestro interés.

En este primer Boletín encontraréis información sobre el Congreso de ACEDE y sobre el Workshop de la Sección. A continuación, en el apartado de entrevistas y análisis, recogemos una entrevista realizada a Iván Martén, Senior Partner & Managing Director del Boston Consulting Group, otra entrevista con el profesor Jaime Gómez Villascuerna, coautor del trabajo ganador del premio a la mejor comunicación de la Sección en el pasado Congreso de ACEDE de Toledo, y un breve análisis de José Francisco Molina Azorín sobre la madurez y las revisiones metodológicas en Dirección Estratégica. En los siguientes apartados aparece información de los socios de la sección (tesis y premios) así como las publicaciones que nos habéis remitido. Finalmente, en el apartado de anuncios, recogemos algunas conferencias, seminarios y jornadas así como "call for papers" de revistas que pueden ser de vuestro interés.

Esperamos cumplir con nuestra misión de ofrecer información que os pueda ser útil. Quisiera agradecer vuestra colaboración con el envío de información que ha sido incluida en este Boletín así como el inestimable trabajo del Editor del Boletín, José Francisco Molina.

Esperando poder saludaros el próximo mes de febrero en Sevilla, un cordial saludo.

INFORMACIÓN DEL CONGRESO DE ACEDE

El pasado mes de septiembre se celebró en Toledo el XIX Congreso Nacional de ACEDE organizado por el Departamento de Administración de Empresas de la Universidad de Castilla-La Mancha, en el que la Sección de Estrategia Empresarial tuvo una participación relevante. En la siguiente tabla se indica información sobre las sesiones y trabajos presentados, comparando el total del Congreso con los relativos a nuestra Sección.

	Comunicaciones orales		Mesas interactivas	
	Sesiones	Trabajos	Sesiones	Trabajos
Total Congreso	52	155	12	67
Sección Estrategia	22	66	4	24

El desglose de las sesiones y trabajos vinculados a la Sección de Estrategia Empresarial por áreas temáticas aparece en la siguiente tabla:

	Comunicaciones orales		Mesas interactivas	
	Sesiones	Trabajos	Sesiones	Trabajos
Estrat. Corporativas y Competitivas	5	15	-	-
Gobierno Corporativo y RSE	4	12	1	6
Alianzas Estratégicas	2	6	-	-
Gestión del Conocimiento	2	6	1	6
Fusiones y Adquisiciones	1	3	-	-
Sistemas de Información	3	9	1	6
Dirección de la Innovación	5	15	1	6
TOTAL	22	66	4	24

Con relación a los trabajos premiados y finalistas de la Sección de Estrategia Empresarial, debemos mencionar en primer lugar que uno de los trabajos vinculados a nuestra Sección obtuvo un Accesit del Premio de ACEDE. Este trabajo, titulado "The intrafirm diffusion of new technologies. A competitive interaction approach" ha sido realizado por los profesores Lucio Fuentelsaz Lamata, Jaime Gómez Villascuerna y Sergio Palomas Doña, de la Universidad de Zaragoza. Por otra parte, el Premio a la Mejor Comunicación de la Sección de Estrategia Empresarial lo ha obtenido el trabajo "Order of market entry, market and technological evolution and firm competitive performance", cuyos coautores son Jaime Gómez Villascuerna (Universidad de Zaragoza), Gianvito Lanzolla (Cass Business School) y Juan Pablo Maicas (Universidad de Zaragoza).

En la siguiente tabla aparecen el resto de comunicaciones excelentes y finalistas al Premio de la Sección (por orden alfabético del primer autor).

Autores y Universidad	Título
Isabel Acero Fraile Nuria Alcalde Fradejas <i>Universidad de Zaragoza</i>	Endogeneidad en la estructura de los consejos de administración en España
Cristina Bayona Saéz <i>Universidad Pública de Navarra</i> Claudio Cruz-Cázares <i>Universitat Autònoma de Barcelona</i> Teresa García Marco <i>Universidad Pública de Navarra</i>	Las ayudas públicas a la I+D y la selección en la estrategia de I+D
Miguel Blanco Callejo Luis Ángel Guerras Martín Francisco Javier Forcadell Martínez <i>Universidad Rey Juan Carlos</i>	Evidencias sobre reestructuración de la cartera de negocios en el ámbito corporativo español: el caso del sector eléctrico
Francisco Camargo Mireles <i>Universidad de Sonora (México)</i> Alex Rialp Criado Josep Rialp Criado <i>Universitat Autònoma de Barcelona</i>	Factores determinantes del éxito de las empresas integradoras mexicanas
Carmen Camelo Ordaz <i>Universidad de Cádiz</i> Joaquín García Cruz Elena Sousa Ginel <i>Universidad Pablo Olavide</i>	Facilitadores de los procesos de compartir conocimiento y su influencia sobre la innovación
Rosamaría Cox de Moura-Leite José Ignacio Galán Zazo <i>Universidad de Salamanca</i>	Stakeholder management and social issue participation: the effect of financial performance

Gloria Cuevas Rodríguez Carmen Cabello Medina Antonio Carmona Lavado <i>Universidad Pablo Olavide</i>	Internal and external social capital for innovation success and radicalness
Margarita Fernández Monroy Inmaculada Galván Sánchez Josefa D. Martín Santana <i>Universidad de Las Palmas de Gran Canaria</i>	El impacto de las TIC en las relaciones de franquicia
Joaquín García Cruz Juan Carlos Real Fernández <i>Universidad Pablo Olavide</i>	Compromiso afectivo y confianza: implicaciones en la capacidad de aprendizaje organizativo y en la innovación en producto
M ^a Dolores López Gamero José Francisco Molina Azorín Enrique Claver Cortés <i>Universidad de Alicante</i>	Gestión medioambiental y resultado financiero: la influencia de la percepción directiva y el rol mediador de los recursos y la ventaja competitiva
Gloria Parra Requena <i>Universidad de Castilla-La Mancha</i> F. Xavier Molina Morales <i>Universitat Jaume I</i> Pedro M. García Villaverde <i>Universidad de Castilla-La Mancha</i>	The mediating effect of cognitive social capital on knowledge acquisition in clustered firms
Alicia Rodríguez Márquez M ^a Jesús Nieto Sánchez <i>Universidad Carlos III</i>	Cooperación e innovación en la internacionalización de empresas de servicios intensivas en conocimiento
Vanesa Solís Rodríguez <i>Universidad de León</i> Manuel González Díaz <i>Universidad de Oviedo</i>	Influencia del perfeccionamiento contractual sobre el rendimiento: el caso de la franquicia

Estos trabajos pueden consultarse en la parte privada de la web de la Sección.

En el apartado de entrevistas de este Boletín recogemos una entrevista realizada al profesor Jaime Gómez Villascuerna, coautor del trabajo que recibió el Premio a la Mejor Comunicación de la Sección de Estrategia Empresarial.

Por otra parte, el día 9 de septiembre se celebró la reunión anual de la Sección de Estrategia Empresarial en el Teatrillo de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Además de debatir sobre la marcha de la Sección y de nuevos proyectos, se celebró una Mesa Redonda de trabajo sobre **“Las bases de datos en la investigación en Dirección Estratégica”** en la que participaron:

Moderador: José Emilio Navas López, *Universidad Complutense de Madrid*.

Ponentes: Paloma Miratvilles Matamoros, *Universidad de Barcelona*: SABI
Pilar Vargas Montoya, *Universidad de La Rioja*: Encuesta Estrategias Empresariales
Marta Ortiz de Urbina Criado, *Universidad Rey Juan Carlos*: Thomson-One Banker

El próximo Congreso de ACEDE se celebrará en Granada del 12 al 14 de septiembre de 2010, y será organizado por el Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Granada.

INFORMACIÓN DEL WORKSHOP DE LA SECCIÓN

El pasado 19 de febrero se celebró el I Workshop sobre Dirección Estratégica de la Sección de Estrategia de ACEDE. Este primer workshop estuvo organizado por el Departamento de Economía de la Empresa (Administración, Dirección y Organización) de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, y fue coordinado por la Directora de este Departamento, la Profesora Susana María García Moreno. El encuentro tuvo lugar en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, en Vicálvaro.

En la sesión matinal, el profesor Anoop Madhok impartió una conferencia titulada "Strategies of firms from emerging economies". Seguidamente se realizó un foro sobre revistas en estrategia y otro foro sobre la publicación de la investigación en estrategia, ofreciéndose la visión de editores y autores. Tras el almuerzo se celebraron dos mesas redondas. La primera de ellas se centró en la cooperación y difusión del conocimiento en estrategia entre empresas de consultoría y académicos, y la segunda mesa redonda se dedicó a la convergencia de intereses entre asociaciones profesionales y académicas. El material de este I Workshop podéis encontrarlo en la web de la Sección.

El próximo Workshop de la Sección será organizado y coordinado por el Departamento de Dirección de Empresas de la Universidad Pablo de Olavide, y se celebrará el 18 de febrero de 2010 en Sevilla. Próximamente se indicará más información sobre este II Workshop.

ENTREVISTAS Y ANÁLISIS

ENTREVISTA

Entrevista con Iván Martén, Senior Partner, Managing Director y Global Leader Energy & Environment Practice del Boston Consulting Group (BCG)

BCG suele citarse como una organización empresarial pionera en el desarrollo de la Dirección Estratégica como disciplina. ¿Sigue apostando BCG por la innovación en Dirección Estratégica?



Por supuesto. BCG sigue apostando de manera muy fuerte por la innovación. Queremos ofrecer a nuestros clientes nuevos conceptos y soluciones que se adapten de la mejor manera posible a sus necesidades. Les aportamos soluciones a su medida e innovadoras más que métodos estándar prefabricados, ya que estamos convencidos que es la única manera de ayudar a nuestros clientes a desarrollar ventajas competitivas sostenibles a largo plazo.

Desde la creación de conceptos de referencia en el mundo de la estrategia, como la matriz BCG o la curva de experiencia, BCG ha seguido innovando con nuevos conceptos como, por ejemplo, "time-based competition", que destaca la importancia del factor tiempo para la adquisición y mantenimiento de ventajas competitivas, y propone a las empresas reducir el tiempo necesario para idear, desarrollar, fabricar y poner en el mercado sus productos; o la deconstrucción de la cadena de valor, que implica pasar del concepto tradicional de una cadena de valor totalmente integrada a una visión en la que las empresas se posicionan en aquellos segmentos de la cadena con mayor valor, externalizando el resto.

En los últimos años BCG ha sido pionera en conceptos relacionados con el desarrollo sostenible de las empresas, un asunto hasta hace poco limitado a ámbitos técnicos, enfocándolo como una oportunidad para las empresas de generar un impacto positivo tanto en la sociedad como en sus cuentas de resultados. BCG sigue explorando nuevos conceptos estratégicos a través del "Strategy Institute", una unidad interna de innovación en el campo de la estrategia empresarial, cuyo objetivo es desarrollar la reflexión estratégica más allá del mundo de la empresa, y buscar analogías y nuevas ideas en otros ámbitos, como pueden ser la historia, la cultura o la filosofía.

¿Cuáles son los principales retos estratégicos de las empresas en la actualidad? ¿Y de las empresas españolas?

El enfoque de la estrategia ha variado significativamente en la última década. La magnitud y la rapidez de los cambios producidos en el contexto económico y empresarial han desplazado la reflexión estratégica de su enfoque tradicional, centrado en las ventajas competitivas vinculadas con factores de escala, posición competitiva y capacidad, a un enfoque más dinámico, adaptado a la evolución de los mercados.

El creciente dinamismo de los mercados ha mermado la estabilidad del posicionamiento competitivo de las empresas, incrementando la volatilidad de sus resultados y la incertidumbre de los directivos. Los principales retos estratégicos que las compañías afrontan en la actualidad están vinculados a su capacidad de adaptación a este contexto más dinámico:

- **Información:** El volumen de información es cada vez mayor, y su naturaleza más dinámica y granular. Las empresas deben ser capaces de generar, controlar y priorizar la información de manera que les facilite la toma de decisiones.
- **Responsabilidad social:** Las empresas son responsables de sus acciones, no sólo en relación a sus accionistas sino también en relación a sus empleados, sus proveedores, sus clientes y la sociedad en general, con lo que deben enfocarse cada vez más en mejorar su impacto social y medioambiental.
- **Recursos humanos:** La creciente presión provocada por el dinamismo de los mercados requiere que la empresa disponga de un personal más autónomo, creativo y motivado, que permita dar respuestas más rápidas y eficaces a las nuevas situaciones.

En España, uno de los retos más importantes es desarrollar la capacidad de internacionalización de las empresas. Estamos en la buena dirección: en los últimos años muchas empresas han incrementado significativamente su presencia internacional mediante crecimiento orgánico o adquisiciones. Hay que seguir apostando por esta vía, especialmente en el contexto económico en el que nos encontramos, donde las mejores oportunidades de crecimiento van a estar probablemente en otros países.

Por otro lado, la optimización de la eficiencia energética, que permite a la vez reducir costes y asegurar una sostenibilidad económica y medioambiental a largo plazo, así como el desarrollo de oportunidades de negocio relacionadas con las energías renovables van a ser claves en el futuro, en especial en España, que parte de una muy buena posición en ambos temas.

En Dirección Estratégica se suele hablar del modelo ABC o basado en la colaboración entre académicos, directivos de empresas y consultores. ¿Tiene sentido la colaboración entre el mundo académico, el mundo empresarial y las consultoras de estrategia? ¿En qué campos? ¿Cómo puede articularse para que sea productiva?

Por supuesto, la colaboración entre académicos, directivos y consultores es muy necesaria, y todas las partes implicadas pueden y deben beneficiarse de ella. Actualmente, en España estamos por debajo del nivel de colaboración que encontramos en otros países, como Alemania o Estados Unidos, por lo que debemos seguir impulsándola y desarrollándola.

BCG colabora de forma activa con instituciones universitarias, especialmente para desarrollar modelos económicos para nuestros clientes y en el campo de la investigación. El mundo académico nos ofrece un conocimiento técnico sólido en temas muy diversos, además de un rigor metodológico incuestionable. Por otro lado, BCG promueve la divulgación de sus conocimientos y experiencia adquiridos en el mundo de la empresa hacia los entornos académicos, a través de conferencias y seminarios sobre temas de actualidad, como la crisis financiera o el futuro energético; o sobre temas en los que BCG está en la frontera del conocimiento, como las energías renovables o la gestión del talento.

Por otro lado, la clave para que una colaboración sea productiva es la adopción de las ideas, o "buy-in", por parte de todas las partes implicadas. Nuestra manera de hacer consultoría pasa por una estrecha colaboración con nuestros clientes en todas las etapas del proyecto, de manera que éstos interioricen tanto las metodologías utilizadas como el contenido (*enablement*). Así garantizamos que las soluciones definidas se implantan y generan el valor esperado, lo cual es mucho más fácil cuando el cliente se siente parte de la solución y conoce perfectamente los métodos utilizados.

¿Cómo cree que se puede reducir la brecha entre la investigación académica y lo que necesitan las empresas?

Para reducir la brecha entre la investigación académica y las necesidades reales de las empresas hay que fomentar el contacto y la colaboración entre ambos entes. El mundo académico debe participar más en estudios y proyectos realizados por empresas y éstas deben transmitir de manera mucho más activa sus conocimientos e inquietudes a las instituciones académicas.

Una manera eficaz de aumentar el contacto es fomentar el intercambio temporal de personas entre el mundo académico y el empresarial. Esta opción permitiría a los docentes trabajar durante un tiempo en empresas de su ámbito para intercambiar conocimientos y experiencias y aplicarlos sobre el terreno, o viceversa. Se trata de una relación beneficiosa para ambos interesados, ya que la empresa ganaría en conocimientos y el sector académico en pragmatismo.

¿Qué papel le concede a la Responsabilidad Social de la Empresa en la estrategia empresarial actualmente y de cara al futuro?

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene un papel clave en la estrategia. El rol de las empresas ha evolucionado de manera muy significativa: Mientras que hasta hace poco las empresas centraban su atención en sus responsabilidades para con sus accionistas, actualmente asumen la responsabilidad sobre sus acciones también en relación con el resto de agentes con los que interactúan: empleados, clientes, proveedores y la sociedad en general. Esta responsabilidad cubre tres dimensiones principales: financiera, social y medioambiental, esta última con una importancia creciente en los últimos años.

No obstante, es difícil generalizar el enfoque que deben adoptar las empresas en este ámbito. La definición de Responsabilidad Social varía de manera significativa entre sectores y áreas geográficas, y afecta de forma diferente a la estrategia corporativa. En cualquier caso, se trata de un tema que siempre debe estar en la agenda de los Directores Generales, ya que condiciona cada vez más la toma de decisiones estratégicas. Las empresas no deben plantearse la Responsabilidad Social como una limitación, sino como una oportunidad para optimizar su impacto no únicamente en la sociedad sino también en su cuenta de resultados.

BCG lleva ya cierto tiempo trabajando con empresas que quieren mejorar su impacto social y medioambiental, así como incrementar sus resultados mediante la implantación de medidas relacionadas con la Responsabilidad Social. Abordamos este tipo de proyectos con una visión global, teniendo en cuenta factores económicos, sociales y medioambientales, y mirando más allá de los meros aspectos funcionales.

BCG también realiza proyectos pro-bono, en los que colabora con organizaciones de ámbito social. En estos proyectos, en los que BCG aporta sus capacidades y experiencia de forma gratuita, el compromiso de sus consultores y socios es idéntico al que existe con los clientes tradicionales, generando resultados de gran impacto.

Muchas gracias, Sr. Martén por su colaboración y su tiempo en esta primera edición del Boletín de la Sección de Estrategia Empresarial de ACEDE.

ENTREVISTA

Entrevista con Jaime Gómez Villascuerna, coautor del trabajo que recibió el Premio de la Sección de Estrategia Empresarial en el XIX Congreso de ACEDE

En el pasado congreso de ACEDE, los profesores Jaime Gómez Villascuerna, Gianvito Lanzolla y Juan Pablo Maícas recibieron el Premio a la Mejor Comunicación de la Sección por el trabajo titulado "Order of market entry, market and technological evolution and firm competitive performance". A continuación, se presenta una entrevista realizada a Jaime Gómez.

En primer lugar, felicidades por el Premio. ¿Podrías decirnos en qué consiste este trabajo, indicándonos la cuestión que habéis tratado de responder con esta investigación?



Muchas gracias. Recibir el premio ha sido una satisfacción para los tres.

El objetivo del trabajo es analizar las ventajas del pionero en el mercado europeo de las telecomunicaciones móviles. En concreto, nuestra preocupación principal ha sido comprobar si el ritmo de crecimiento del mercado o los cambios en la tecnología mejoran o, por el contrario, erosionan la ventaja de aquellas operadoras que entraron en el mercado en primer lugar.

¿Qué contribuciones académicas e implicaciones prácticas destacarías del trabajo?

Cabe señalar que los resultados muestran que ambos factores tienen una influencia negativa sobre la sostenibilidad de las ventajas del pionero. Desde el punto de vista académico, constituyen la primera evidencia empírica que confirma la importancia de los factores de entorno en la sostenibilidad de las ventajas del pionero. Es decir, completa el interés que esta línea de investigación ha mostrado por la influencia de otras variables, como los costes de cambio, la reputación, los efectos derivados del aprendizaje u otros elementos que caracterizan la empresa.

Desde el punto de vista práctico las implicaciones son varias. En primer lugar, ponen de manifiesto que las ventajas del pionero no son permanentes, pero por motivos distintos a los habitualmente analizados. A pesar de esto, es importante señalar que las operadoras que entraron en primer lugar siguen disfrutando de una mayor cuota de mercado y niveles más altos de rentabilidad. En segundo lugar, que los seguidores tienen oportunidades para igualar o superar los resultados del pionero. Por ejemplo, a través de la innovación, en la medida en que los cambios tecnológicos destruyen algunas de las ventajas de las que disfrutaban los pioneros.

Finalmente, si tenemos en cuenta que la entrada en los mercados de telefonía móvil está condicionada a la obtención de una licencia, también existen implicaciones desde el punto de vista público. Por un lado, hemos observado como en aquellos mercados con un mayor número de competidores las rentabilidades de las operadoras son inferiores. Por otro, de nuestros resultados se deduce también que los países que concedieron licencias en los momentos más tempranos de desarrollo del mercado son los que han hecho posible que, hoy en día, la competencia tenga lugar en mayor igualdad de condiciones entre las operadoras.

En tu opinión, aparte de las contribuciones anteriores, ¿por qué consideras que habéis obtenido este premio? En otras palabras, ¿cuáles crees que son las características del trabajo que hacen que sea un trabajo excelente?

Pues desconozco cuáles han sido los aspectos más valorados por el jurado del premio. Como decía antes, creo que la evidencia empírica que se presenta es novedosa y el hecho de contar con datos adecuados a nivel europeo es otro elemento de relevancia.

El trabajo lo habéis realizado tres autores. ¿Qué ventajas e inconvenientes crees que tiene el hecho de trabajar en equipo a la hora de llevar a cabo una investigación?

Trabajar en equipo es muy enriquecedor. Sobre todo, como es el caso, cuando se colabora con personas que no sólo tienen una experiencia complementaria, sino también una gran motivación, un cuidado extremo por los detalles y una concepción sobre la investigación muy próxima a la tuya. En el caso del artículo la complementariedad es clara, ya que el profesor Maicas lleva tiempo investigando sobre el sector de la telefonía móvil y es un gran conocedor del mismo, mientras que el profesor Lanzolla tiene un gran dominio de la teoría necesaria para desarrollar esta línea de investigación.

En cuanto a los inconvenientes, me resultaría difícil destacar alguno, ya que el saldo neto es claramente positivo. Quizás las dificultades de coordinación que pueden surgir por no trabajar en la misma Universidad. En este caso, el Dr. Lanzolla es profesor de la Cass Business School, en Londres. Aunque hoy en día se trata de un problema menor con los medios de que se dispone y creo que lo hemos resuelto con soltura.

A lo largo de tu carrera profesional has publicado artículos en revistas de gran impacto. La elaboración y publicación de artículos suele conllevar un largo período de tiempo, con varias fases (desde la idea inicial, la elaboración de la primera versión y su envío a la revista, la revisión o revisiones en función de los comentarios de los revisores, etc.). Desde tu experiencia, ¿qué consejos o recomendaciones darías a los jóvenes investigadores con relación a este proceso de elaboración de trabajos de calidad?

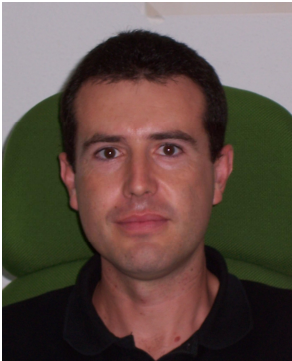
Sí, como apuntas, la publicación de un artículo exige un esfuerzo considerable por parte de cualquier investigador, además de una enorme paciencia, dado lo largos que suelen ser los procesos de elaboración del trabajo y de evaluación.

Creo que en las primeras etapas es necesario disponer de una buena orientación y, a la vez, de una fuerte convicción de que se van a lograr los objetivos. Respecto a lo primero, pienso que, en gran medida, pasa por tener un director de tesis que te haga una descripción adecuada de las líneas de investigación relevantes y de las tendencias en lo que a publicaciones se refiere. En mi caso, tuve la suerte de contar con dos directores de tesis que no sólo me orientaron desde el punto de vista estrictamente académico, sino que también previeron correctamente cual iba a ser la evolución en este último sentido. En cuanto a la convicción, sé que es algo difícil de mantener cuando uno está preocupado por su promoción a plazo más corto, pero sí quisiera lanzar un mensaje de optimismo. Hemos visto como en los últimos años el nivel de la investigación española en economía de la empresa ha mejorado de forma muy clara y no es raro ver artículos de españoles en revistas de prestigio. En muchos de los casos se trata de jóvenes investigadores que han apostado por esa estrategia en sus publicaciones.

De todas formas, no cabe ninguna duda de que conseguir una buena publicación es difícil y que la suerte también juega un papel importante.

Jaime, gracias por esta entrevista y por las interesantes ideas que nos has indicado en la misma.

ANÁLISIS

Madurez de la disciplina y revisiones metodológicas en Dirección Estratégica
José Francisco Molina Azorín

Boyd, Finkelstein y Gove (2005) se preguntan qué grado de avance ha alcanzado el paradigma de la estrategia. Estos autores indican que aunque con relación a otras disciplinas la estrategia es un campo joven, ha conseguido convertirse en un área relevante en el ámbito de la dirección de empresas: la división de Política de Empresa y Estrategia de la *Academy of Management* es la segunda en importancia, se ha establecido una asociación específica de gran relevancia como es la *Strategic Management Society*, y la revista *Strategic Management Journal* se ha convertido en una de las principales revistas en el ámbito del *management*.

En este trabajo los autores hacen referencia a diversos indicadores del grado de madurez de un campo de estudio. Los campos menos maduros suelen tener un menor nivel de consenso entre los investigadores sobre los problemas a investigar y sobre los métodos de investigación que son legítimos. Estos desacuerdos crean barreras a la productividad investigadora, incluyendo largos ciclos de revisión de los artículos y altas tasas de rechazo en las revistas. Además, el grado de madurez de una disciplina también puede afectar a las decisiones sobre qué artículos son publicados y citados. Así, en disciplinas maduras se espera que los artículos publicados y más citados estén basados más en aspectos relacionados con los méritos del propio trabajo (contribución y calidad) que en aspectos relacionados con el autor (productividad y reputación previa o reputación de la institución en la que trabaja). Los resultados obtenidos en este trabajo indican que la estrategia tiene tanto los atributos de un campo poco maduro (baja productividad de los investigadores con relación a otras áreas) como de un campo de elevada madurez (la publicación y citas de los trabajos se basan más en sus méritos).

Con relación a los métodos de investigación, otro posible indicador del grado de avance de la estrategia es la preocupación e interés por la aplicación de estos métodos, y en concreto la publicación de trabajos de revisión sobre la aplicación de metodologías de investigación. Estas revisiones metodológicas son un tipo de revisión distinta a las revisiones temáticas de teorías o ámbitos de la estrategia (teoría de recursos, estrategias competitivas, diversificación, integración vertical, etc.). Las revisiones metodológicas centran su atención en la aplicación de diversos aspectos metodológicos, y normalmente estos artículos de revisión incluyen un análisis de contenido de trabajos previamente publicados, identificando deficiencias y proponiendo sugerencias y buenas prácticas para mejorar las investigaciones futuras. La mayor parte de estas revisiones centran su atención en técnicas y aspectos relacionados con la investigación de tipo cuantitativo (análisis cluster, poder estadístico, ecuaciones estructurales, diseño longitudinal, mediación, etc.), aunque también hay revisiones vinculadas a la investigación cualitativa.

Existe un gran número de trabajos publicados que llevan a cabo este tipo de revisión metodológica. Ketchen, Boyd y Bergh (2008) recogen en una tabla algunos de estos trabajos, y al mismo tiempo introducen un número especial de *Organizational Research Methods* sobre métodos y técnicas de investigación en dirección estratégica. Otras revistas que también publican artículos de revisión son *International Journal of Management Reviews* y *Journal of Management* a través de números anuales especiales. Además, algunas revistas también publican trabajos de revisión en sus números regulares (por ejemplo, la propia *Strategic Management Journal*). Junto con estas revistas, también pueden destacarse los trabajos

recogidos en los cinco volúmenes que se han publicado hasta ahora (el último este año 2009) de la serie *Research Methodology in Strategy and Management*, editados por David Ketchen y Donald Bergh.

Estos trabajos de revisión metodológica pueden ser de gran relevancia para ir consolidando el desarrollo de la estrategia, ya que los resultados y conclusiones que obtengamos de nuestras investigaciones serán sólo correctas y sólidas en tanto también lo sea la aplicación de los métodos de investigación utilizados. El hecho de tener en cuenta las sugerencias y buenas prácticas que indican estas revisiones puede ayudar a aumentar el consenso sobre la legitimidad de los métodos y sobre su adecuada aplicación, lo cual podría ser uno de los factores que quizás ayudaría a reducir los largos procesos de evaluación de artículos en nuestro campo.

Referencias

- Boyd, B., Finkelstein, S. y Gove, S. (2005): "How advanced is the strategy paradigm? The role of particularism and universalism in shaping research outcomes". *Strategic Management Journal*, vol. 26, págs. 841-854.
- Ketchen, D., Boyd, B. y Bergh, D. (2008): "Research methodology in strategic management. Past accomplishments and future challenges". *Organizational Research Methods*, vol. 11, nº 4, págs. 643-658.

INFORMACIÓN DE LOS SOCIOS DE LA SECCIÓN

TESIS DOCTORALES

* **Análisis de la Reestructuración de la Cartera de Negocios: Una Aplicación al Sector Eléctrico Español.**

Presentada por: Miguel Blanco Callejo.

Dirigida por: Luis Ángel Guerras Martín y Francisco Javier Forcadell Martínez.

Universidad: Universidad Rey Juan Carlos.

Resumen: El presente trabajo representa una investigación novedosa en el ámbito de la reestructuración de la cartera de negocios de empresas diversificadas en el ámbito corporativo español. La tesis, tras una breve introducción que recoge el Planteamiento General de la Investigación, se estructura en cinco capítulos. Los dos primeros, de carácter teórico, recogen un modelo general de análisis de la Reestructuración de Cartera desde el Enfoque Basado en los recursos de la empresa (Capítulo 1) que sirve de base para la construcción de un Modelo Específico de análisis que se desarrolla en el segundo capítulo del Trabajo. El Capítulo 3 presenta el estudio de casos que constituye la metodología de la investigación. Los dos últimos capítulos contienen el trabajo empírico de la investigación. En el Capítulo 4 se presentan los casos de estudio sobre reestructuración de la cartera de negocios que analizan la evolución de la estrategia corporativa de las empresas que cotizan en el mercado continuo del sector eléctrico español: Iberdrola, Endesa y Unión Fenosa. El estudio contempla el período comprendido entre los primeros años de la década de los noventa y el año 2007, a partir de la información individual de cada una de las compañías se realiza un análisis conjunto de la información recogida de los casos tomando como referencia las proposiciones contempladas en el modelo específico de análisis. Por último, el capítulo 5 recoge las principales conclusiones de la investigación, así como las limitaciones del estudio y sus líneas futuras de investigación.

*** El Control de las Joint Ventures Internacionales: Diseño Inicial y Evolución.**

Presentada por: Antonia Mohedano Suanes.

Dirigida por: D^a Martina Menguzzato Boulard y D. José Anastasio Urra Urbieto.

Departamento: Dirección de Empresas. Juan José Renau Piqueras de la Universitat de València.

Resumen: En el marco particular de la literatura sobre alianzas estratégicas, el control de las *joint ventures* internacionales ha generado un gran número de aportaciones que han analizado diversos aspectos del mismo. Sin embargo, su estudio desde una perspectiva dinámica, los motivos por los que los socios utilizan unos determinados mecanismos de control y no otros, o por qué controlan unas actividades con mayor intensidad frente a otras, son cuestiones que han recibido una escasa atención por parte de los investigadores. Intentando contribuir a un mayor conocimiento sobre estos aspectos, abordamos el presente trabajo con un doble objetivo. El primero, conocer cómo y por qué la empresa que participa en una *joint venture* internacional configura su sistema de control inicial sobre ésta; y el segundo, conocer cómo y por qué este sistema de control inicial es alterado con posterioridad por los socios durante el proceso de cooperación. Con el propósito de dar respuesta a ambas cuestiones hemos llevado a cabo un estudio cualitativo de ocho casos de *joint ventures* internacionales. Nuestros resultados sugieren que el control inicial, desde la perspectiva de un socio, y en términos de mecanismos, ámbito y/o grado, va a estar condicionado por una serie de factores hasta ahora ignorados en su mayor parte en la literatura. Además, nuestra investigación pone de manifiesto que el sistema de control empleado por los socios puede evolucionar a medida que avanza el proceso de cooperación por la incidencia de ciertos cambios del entorno del país anfitrión, además de por la influencia de ciertos procesos de aprendizaje y/o por el conocimiento generado por dichos procesos.

*** Relación entre Sistemas de Ayuda a la Explotación (SAES) y Generación de Ventajas Competitivas en Empresas de Carácter Público y Privado Concesionarias de Transporte Público en Capitales de Provincia de España.**

Presentada por: Luis E. Pérez Bermejo

Dirigida por: Carmen de Pablos Heredero y José Luis Montes Botella.

Resumen: El transporte urbano presenta una gran influencia en el bienestar de las personas. Los atascos de tráfico afectan y tienen un impacto directo en las personas que trabajan en ciudades y en las áreas metropolitanas de los países desarrollados. Las autoridades locales dedican entre el 15 y el 20 por ciento de su presupuesto anual al transporte urbano.

Los Sistemas Inteligentes de Transporte son sistemas específicos que gestión que se basan en un uso intensivo de la utilización de tecnologías de información y comunicación para la gestión del tráfico. Son un apoyo eficiente para los ciudadanos y las Administraciones Públicas puesto que permiten evitar los problemas de los atascos en los transportes urbanos e inter-urbanos. La aplicación de estos sistemas comienza en Europa en los noventa, como una alternativa sostenible al problema creado por la creciente demanda de movilidad, especialmente en áreas urbanas e inter-urbanas. De esta forma, a diferencia de las estrategias tradicionales, basadas en el aumento de las infraestructuras físicas y vehículos que pueden conducir hacia altos niveles de falta de sostenibilidad económica, medioambiental, el SIT ofrece una oportunidad para la movilidad sostenible, lo que supone aumentarla mejorando las eficiencias en transporte y dotar de una mayor seguridad a los usuarios finales.

Esta tesis doctoral examina la relación que existe entre las inversiones en sistemas de ayuda a la explotación (SAEs) y la eficiencia, eficacia y mejora de la calidad del servicio en empresas privadas o públicas que ofrecen servicios de transporte urbano en entornos locales.

PREMIOS RECIBIDOS

*** Premio Enrique Fuentes Quintana a la Tesis “Comportamiento estratégico de la banca al por menor en España: fusiones y especialización geográfica”, recibido el 6 de octubre de 2009 en la Fundación de Cajas de Ahorro (FUNCAS).**

Autora: Cristina Bernad Morcate.

Directores: Lucio Fuentelsaz Lamata y Jaime Gómez Villascuerna.

Departamento de Economía y Dirección de Empresas (Área de Organización), Universidad de Zaragoza.

*** Accésit al Premio ESIC de Investigación en Administración y Dirección de Empresas a la ponencia “Efectos de la gestión de la calidad sobre el desempeño innovador: el papel mediador de las capacidades dinámicas de aprendizaje e innovación”. Ponencia presentada en el XXIII Congreso Anual de AEDEM, “Administrando en entornos inciertos”, celebrado en Sevilla los días 3, 4 y 5 de Junio de 2009.**

Autores: César Camisón Zornoza, Alba Puig Denia y Beatriz Forés Julián.

*** Premio Extraordinario de Doctorado 2009 por la Universitat de València en la categoría Economía y Sociología.**

Francisco Puig Blanco.

*** Premio a la Mejor Tesis Doctoral del Año 2008, recibido en el III Congreso del ACCID (Asociación Catalana de Contabilidad y Dirección), celebrado los días 11-12 de Junio de 2009, en Esade, Barcelona.**

Título de la tesis: “La cultura corporativa. Impacto de la cultura en los resultados intangibles de las empresas. Una aplicación a la gran empresa catalana”.

Enric Serradell.

PUBLICACIONES

LIBROS

*** Camisón, C. y Dalmau, J. I. (coord.) (2009): *Introducción a los negocios y a su gestión*. Ed. Prentice Hall, Madrid (796 páginas). ISBN: 978-84-8322-487-8.**

Resumen: Este libro pretende estimular el desarrollo del espíritu empresarial y de los conocimientos y competencias necesarios para desenvolverse con éxito en el mundo de los negocios. Con este ánimo, se busca explicar con claridad las luces y sombras inherentes a la función empresarial, delimitar su contenido en la economía moderna y poner de relieve los aspectos fundamentales que condicionarán el éxito de la persona que emprende y que gestiona empresas. El manual va dirigido a las asignaturas de introducción a la empresa y a la gestión de empresas, en cualquier titulación del ámbito de las ciencias económicas, sociales, jurídicas, humanas y de las ingenierías. En todas ellas es fundamental que los alumnos se sumerjan en el complejo y apasionante mundo de los negocios, así como que entrenen las capacidades y habilidades precisas para gestionar empresas sea cual sea su tamaño y actividad.

*** Menguzzato Boulard, M. (Dir.) (2009): *La Dirección de Empresas ante los retos del siglo XXI. Homenaje al profesor Juan Jose Renau Piqueras*. PUV.**

Resumen: Además de ser un homenaje a la memoria de Juan José Renau Piqueras, esta obra es un libro de lecturas recomendable para complementar manuales sobre Dirección de empresas y para actualizar conocimientos en este campo del saber. En efecto, no se pretende tratar de

forma exhaustiva todos los temas del *Management*, pero las problemáticas abordadas en este manuscrito presentan, por su relevancia y su actualidad, un especial interés, tanto para los estudiantes de grado y postgrado como para los profesionales de la Dirección.

Así, en este libro, cobran importancia temas relacionados con la competitividad, la estrategia empresarial, la globalización económica y la internacionalización de las empresas, la capacidad de innovación, el espíritu emprendedor, la gestión de la información y del conocimiento, las habilidades directivas, la relación con los clientes, la responsabilidad social corporativa, etc.

En cualquier caso, las aportaciones realizadas por este nutrido y destacado grupo de profesores de distintas universidades españolas se fundamentan en un profundo conocimiento de los temas tratados, y se complementan y refuerzan, las unas con las otras, brindando un conjunto de reflexiones especialmente enriquecedor.

CAPÍTULOS DE LIBRO

* De Pablos Heredero, C.; De Pablos Heredero, M. (2009): “Elements that can explain the degree of success of ERP systems implementation”. *Social, Managerial and Organisational Dimensions of Enterprise Information Systems*, págs. 125-156. IGI-Global, Hersey, USA.

Resumen: La implantación de sistemas de gestión integrados (ERPs) es una opción arriesgada y costosa para las empresas, mayor en el caso de las PYMES. En este trabajo mostramos un modelo que contiene los elementos más relevantes a la hora de explicar las razones de éxito y fracaso de la implantación de sistemas ERPs en las pequeñas y medianas empresas españolas. Proponemos cinco grupos de variables que afectan a los resultados finales de las implantaciones de ERPs centrados básicamente en estilos de liderazgo, actitudes hacia la utilización de estos sistemas, tipo de organización, inercia organizativa y cultura.

* De Pablos Heredero, C.; De Pablos Heredero, M. (2009): “Tools for the decision making process in the management information system of the organization”. *Handbook on Business Information Systems*, págs. 78-96. IGI-Global, Hersey.

Resumen: La economía basada en la información ha promovido una gran competencia entre empresas. Las tecnologías de información son uno de los factores que tienen mayor influencia en la decisión de globalización empresarial. Algunas tipologías de TICs juegan un papel esencial en la toma de decisiones de ciertos procesos empresariales claves. En este trabajo describimos como diferentes tipos de tecnologías de información y comunicación pueden mejorar la toma de decisiones empresariales, poniendo especial hincapié en los procesos de globalización. Ofrecemos casos ejemplares de utilización de TICs para la toma de decisión empresarial.

* García-Villaverde, P.M. and Ruiz-Ortega, M.J. (2009): “Can new ventures develop pioneer behaviour in industries with unfavourable conditions? The role of capabilities”, en Smallbone, D., Landstrom, H. and Jones-Evans, D. (eds.), *Entrepreneurship and Growth in Local, Regional and National Economies. Frontiers in European Entrepreneurship Research*, págs. 81-106. Edward Elgar Publishing, Inc. USA.

Resumen: En este trabajo se desarrolla un estudio empírico sobre los factores que influyen en el momento de entrada al mercado para las nuevas empresas. En este sentido, se analiza una muestra de 104 nuevas empresas de un sector de alta tecnología, el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en España. Los resultados obtenidos muestran que ciertas condiciones del entorno -elevada imitación y elevada hostilidad- pueden favorecer un comportamiento seguidor para las nuevas empresas. Por otra parte, los resultados muestran que en entornos con altos niveles de imitación y rivalidad, la posesión de ciertos tipos de capacidades influirá en la decisión de las nuevas empresas acerca del momento de entrada al mercado.

* **Sacristán Navarro, M. y Gómez Ansón, S. (2009): “Corporate social responsibility in Spain: examples of some practices” (Ch. 2), en Mallin, C. (ed.): *Corporate Social Responsibility: A Case Study Approach*, págs. 40-58, Elgar Edward Publishing, Cheltenham, Glos, UK.**

Resumen: En este capítulo se pone de manifiesto la situación general de España en lo relativo al CSR examinando nuestra posición relativa en diversos índices y se examinan algunas prácticas exitosas de empresas en lo relativo a la igualdad de género e igualdad de oportunidades (Iberdrola y Eroski), en lo relativo a la integración de discapacitados (el caso de Bankinter), en lo relativo a programas de voluntarios con empleados (Telefónica), así como en códigos de conducta con suministradores (el caso de Inditex). Finalmente se presentan las lecciones aprendidas a raíz de los casos examinados así como un conjunto de preguntas para su posterior discusión.

ARTÍCULOS

* **Benito Osorio, D. (2009): “Aprendizaje en el entorno de e-learning: estrategias y figura del e-moderador”. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, vol. 6, nº 2, págs.1-9**

Resumen: La integración de las universidades españolas en este nuevo EEES supone un cambio conceptual y metodológico en lo que se refiere no sólo a la estructura de los estudios universitarios, sino también a lo que concierne a los procesos de enseñanza-aprendizaje y a las condiciones en las que se desenvuelven. Las estrategias didácticas que apliquemos redundarán en la calidad de la acción educativa e implicarán un fuerte repertorio de las mismas por parte del profesorado. Este proceso de cambio va a inferir un paradigma docente en el que el estudiante sea el centro de todo el proceso educativo, lo que va a hacer necesario la redefinición del papel del profesor y la función del tutor *on-line* o e-moderador va a ser crucial en el éxito del *e-learning*.

* **Benito Osorio, D. (2009): “Análisis teórico de la relación entre la diversificación corporativa y los resultados empresariales”. *Investigaciones Europeas en Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 15, nº 2, págs. 105-126.**

Resumen: Se presenta una revisión teórica sobre la influencia que ejerce la estrategia de diversificación corporativa sobre los resultados empresariales. La revisión nos permite proponer y justificar explicaciones para dos cuestiones clave que han suscitado el interés de los investigadores en este ámbito, sobre las cuáles no existe aún consenso en la literatura: si existen diferencias entre las rentabilidades de las empresas asociadas a las distintas estrategias de diversificación (distinto grado y/o tipo de diversificación) y si el entorno nacional es un factor condicionante de la rentabilidad de las empresas diversificadas.

* **Camisón, C.; Boronat, M.; Villar, A. y Puig, A. (2009): “Sistemas de gestión de la calidad y desempeño: importancia de las prácticas de gestión del conocimiento y de I+D”. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 18, nº 1, págs. 123-134.**

Resumen: En este trabajo se estudia la influencia de la utilización de sistemas de gestión de la calidad en la adopción de prácticas de gestión del conocimiento y de la gestión de la I+D, y a su vez, los efectos individuales y conjuntos de los distintos tipos de prácticas de gestión sobre el desempeño. A través de un modelo de ecuaciones estructurales y utilizando la metodología Partial Least Squares (PLS) se demuestra que los sistemas de gestión de la calidad integrados con la gestión del conocimiento y de gestión de la I+D son elementos fundamentales que aseguran una mejora de los resultados empresariales.

* Camisón, C.; Camisón, C.; Fabra, E.; Forés, B. y Puig, A. (2009): “¿Hacia dónde se dirige la función de calidad? La visión de expertos en un estudio Delphi”. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 18, nº 2, págs. 13-38.

Resumen: Este trabajo analiza el rumbo que puede tomar la función de calidad, tomando como base la visión los expertos mediante un estudio Delphi. Los expertos abogan por la integración de la calidad como valor en toda la organización sin que la unidad organizativa especializada en la función como tal desaparezca, aunque reconvirtiéndose en una función staff. Asimismo, ligan su futuro como función autónoma a su capacidad de adaptación e innovación para crear valor y a la convicción que sepa transmitir que seguirá siendo necesaria una unidad staff que coordine el proceso de mejora y búsqueda de la excelencia en modelos organizativos cada vez más horizontales, aventando el riesgo de morir de éxito.

* Claver-Cortés, E.; Pereira-Moliner, J. y Molina-Azorín, J.F. (2009): “Strategic groups and performance in the Spanish hotel sector”. *The Service Industries Journal*, vol. 29, nº 7, págs. 943-961.

Resumen: Este trabajo emplea la teoría de los grupos estratégicos para identificar las estrategias de negocio y las ventajas competitivas implantadas por los hoteles españoles. Los hoteles se clasifican por su tamaño, categoría, pertenencia a cadena y en función del grado en que desarrollan las distintas estrategias de negocio identificadas. Además, se analiza la significatividad de las diferencias de rentabilidad entre grupos obteniéndose que los niveles de rentabilidad más elevados los consiguen los hoteles más grandes, pertenecientes a cadena, de mayor categoría y cuya ventaja competitiva se basa en la categoría y capacidad hotelera o en el tamaño y gestión interna.

* De Pablos Heredero, C. (2009): “Framework for the experiencias carried out until now on digital literacy”. *International Journal of Digital Literacy and Digital Competence*, vol. 1, págs. 57-71.

Resumen: La alfabetización digital es una herramienta clave para el desarrollo de la sociedad de información. Sólo los países que entienden su importancia están desarrollando políticas activas para explotar de forma inteligente las posibilidades de las tecnologías de información y comunicación de cara al ciudadano, alcanzando mayores niveles de desarrollo social y bienestar. En este artículo mostramos una visión crítica de un conjunto de experiencias de alfabetización digital desarrolladas en el Mercado español, Educared en el sector educativo, Dana, en el sector de igualdad empresarial, y Competic en el sector de tecnologías de información y comunicación para PYMES.

* De Pablos Heredero, C.; Soret Los Santos, I.; Montes Botella, J.L. (2009): “Medición del capital intelectual y ventajas competitiva: una aplicación para la iniciativa ECR”. *ESIC Market*, vol. 9, págs. 34-48.

Resumen: El objetivo principal de este trabajo consiste en la propuesta de un modelo que permita la medición de conocimiento y la generación de ventajas competitivas en las iniciativas de respuesta eficiente al consumidor (ECR). El modelo se compone de dos partes: una que trata de medir el capital intelectual, y otra que mide la generación de ventajas competitivas. CISGA-ECR es el modelo global para aplicar a la industria de gran consumo. No obstante, teniendo en cuenta las características fundamentales del modelo, se podría extender a otros segmentos y sectores de interés.

* Galan, J.I.; Sanchez-Bueno, M.J. (2009): “Strategy and structure in context: Universalism versus institutional effects”. *Organization Studies*, vol. 30, nº 6, págs. 609-627.

Resumen: El presente trabajo analiza la evolución de la estrategia y la estructura experimentada por las grandes empresas españolas, considerando un nuevo contexto geográfico y temporal (1993-2003). La cuestión central de investigación es examinar si las transformaciones acaecidas en este contexto pueden haber conducido a que la trayectoria de la estrategia y la estructura en España sea similar a la vislumbrada en otros países europeos, siguiendo las predicciones de las teorías universalistas, o si los factores institucionales han jugado un papel clave en dicha trayectoria. La evidencia encontrada muestra que las empresas españolas han experimentado una tendencia estratégica y organizativa similar a la encontrada en otras economías europeas (incremento de la diversificación y la divisionalización).

* **López-Gamero, M.D., Molina-Azorín, J.F. y Claver-Cortés, E. (2009): "The whole relationship between environmental variables and firm performance: competitive advantage and firm resources as mediator variables". *Journal of Environmental Management*, vol. 90, nº 10, págs. 3110-3121.**

Resumen: El análisis de la relación directa entre la protección medioambiental y el rendimiento de la empresa ha provocado resultados mixtos en la literatura. Este trabajo contribuye usando la visión basada en los recursos como mediadora en esta relación. El estudio analiza, en el sector hotelero y en el sector de empresas afectadas por la ley IPPC, si los recursos y capacidades median las relaciones positivas de la gestión medioambiental proactiva y la mejora del rendimiento medioambiental con la ventaja competitiva y el resultado financiero. También se analiza el enlace entre la adopción de una perspectiva pionera y la gestión medioambiental.

* **Molina-Azorín, J.F., Tarí, J.J., Claver-Cortés, E. y López-Gamero, M.D. (2009): "Quality management, environmental management and firm performance: a review of empirical studies and issues of integration". *International Journal of Management Reviews*, vol. 11, nº 2, págs. 197-222.**

Resumen: En este trabajo se realiza una revisión de la literatura empírica que ha analizado la influencia de la gestión de la calidad y de la gestión medioambiental sobre el rendimiento financiero empresarial. Para los trabajos identificados se señalan los resultados obtenidos así como las variables usadas de gestión de calidad, desempeño de la calidad, gestión medioambiental, desempeño medioambiental y rendimiento financiero. Asimismo, se analizan diversos aspectos vinculados con la integración de estos dos sistemas de gestión, proponiendo modelos causa-efecto entre las diversas variables estudiadas.

* **Morales Gutiérrez, A.C. (2009): "La innovación y las organizaciones del Tercer Sector". *Observatorio Tercer Sector de Vizcaya*, Marzo. Breves de Gestión.**

Resumen: Artículo breve sobre la necesidad, estrategias y obstáculos para la implantación de la innovación en entidades no lucrativas.

* **Morales Gutiérrez, A.C. (2009): "Innovación social y servicios sociales". *Zerbitzuan. Revista de Servicios Sociales*, Junio, 45, págs. 151-178.**

Resumen: Este trabajo pretende ser un punto de partida orientado a la delimitación del concepto de innovación social, realizando una primera aproximación a su aplicación al ámbito de los servicios sociales, y a la formulación de hipótesis en relación a aquellos aspectos o factores que la posibilitan o la inhiben. El trabajo ha servido de documento marco para el diálogo y la reflexión en el contexto del Seminario sobre innovación social en el ámbito de los servicios sociales organizado por la Fundación EDE en febrero de 2009 con la colaboración de la Dirección de Bienestar Social del Departamento de Vivienda y Asuntos Sociales del Gobierno Vasco y el apoyo de Innobasque –Agencia Vasca de la Innovación.

* **Ortiz-de-Urbina-Criado, M.; Montoro-Sánchez, M.A.; Guerras-Martín, L.A. (2009): “Fusiones/Adquisiciones y acuerdos de cooperación en la Unión Europea durante el periodo 2000-2007”. *Universia Business Review*, nº 22, segundo trimestre, págs. 118-133.**

Resumen: La realización de fusiones/adquisiciones y de acuerdos de cooperación dentro del marco europeo ha sido creciente a lo largo del siglo pasado. Sin embargo, la llegada del nuevo siglo nos muestra algunos cambios en las tendencias. El objetivo de este trabajo es analizar de forma descriptiva las características y evolución de las fusiones/adquisiciones y de los acuerdos de cooperación realizados dentro de la Unión Europea en los últimos años (2000-2007). Los datos muestran el creciente proceso de integración económica a través de operaciones corporativas de integración empresarial, proceso del que no se quedan al margen las empresas españolas.

* **Pertusa, E.; Molina, J.F. y Claver, E. (2009): “La influencia del ajuste estrategia-estructura sobre el desempeño organizativo”. *Economía Industrial*, nº 372, págs. 181-194.**

Resumen: Este estudio se centra en analizar empíricamente las relaciones entre la estrategia competitiva y la estructura operativa como factor de éxito empresarial en una muestra de grandes empresas españolas. Siguiendo el enfoque contingente, se examinan las correspondencias observadas en la teoría, para poder determinar qué tipo de asociaciones estrategia-estructura se consideran más congruentes entre sí. El contraste empírico nos indica que las estrategias de liderazgo en costes se asocian positivamente con estructuras de tipo mecánico y que las empresas en las que existe congruencia entre su estrategia y su estructura organizativa obtienen mejores resultados económicos.

* **Pla-Barber, J. y Puig, F. (2009): “Is the influence of the industrial district on international activities being eroded by globalization? Evidence from a traditional manufacturing industry”. *International Business Review*, vol. 18, nº 5, págs. 435-445.**

Resumen: El trabajo muestra empíricamente que el llamado efecto distrito es observable en la estrategia internacionalizadora de la empresa. Aunque, también se contrasta que ese efecto está siendo erosionado por la globalización. Como aspectos novedosos destaca el empleo de la variable importaciones (junto con las exportaciones), y el uso de la técnica estadística de la regresión de Cox.

* **Puig, F.; Marques, H. y Ghauri, P. (2009): “Globalization and its impact on operational decisions: The role of industrial districts in the textile industry”. *International Journal of Operations and Production Management*, vol. 29, nº 2, págs. 692-719.**

Resumen: Los autores analizan la industria textil-confección española con el propósito de validar la influencia de la localización y de la actividad en la performance de esas empresas. Los resultados obtenidos indican que el futuro de esa industria pasa por adoptar, entre otras estrategias, el modelo organizativo basado en la especialización productiva y la diversificación hacia segmentos que incorporan un mayor valor añadido (efecto subsector). Destacar de este trabajo la muestra empleada (casi 10.000 empresas pertenecientes a la base de datos SABI) y el análisis longitudinal llevado a cabo.

* **Sacristán Navarro, M. (2009): “Sanitas Case Study”, *Ideas PricesWaterhouseCoopers*, Vol.1 (1+2q).**

Resumen: Revista divulgativa orientada a la alta dirección empresarial. Se presenta el caso de Sanitas haciendo énfasis en su proceso diversificador y en sus rasgos diferenciales frente a la competencia para poder afrontar la crisis actual.

* **Sacristán, M. y Gómez Ansón, S. (2009): “Do families shape corporate governance structures?”. *Journal of Management & Organization*, vol. 15, nº 3, págs. 327-345.**

Resumen: El trabajo proporciona evidencia empírica sobre la estructura de gobierno corporativo de las empresas familiares examinando un conjunto de características de gobierno corporativo de 132 empresas españolas cotizadas no financieras. Los resultados indican que los consejos de administración de las empresas familiares presentan características distintivas frente a las no familiares y que distintas configuraciones de propiedad familiar no poseen diferentes características de gobierno corporativo. Los consejos de administración de las empresas familiares son más pequeños que los de las no familiares, sus consejeros poseen mayor participación en el capital y poseen un mandato presidencial de mayor duración que en las empresas de tipo no familiar. Utilizan además menos comités de tipo voluntario en el consejo y los existentes están mayoritariamente dominados por internos. Se presenta como debate futuro si estas diferencias pueden afectar negativamente a otros accionistas minoritarios de carácter no familiar.

* **Sánchez Bueno, M. J.; Suárez González, I. (2009): “Ajuste entre estrategias de diversificación y estructuras multidivisionales: efecto sobre el resultado”. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 18, nº 3, págs. 9-24.**

Resumen: Este trabajo analiza la coherencia entre la estrategia y la estructura y su efecto sobre los resultados para el conjunto de los grandes grupos empresariales españoles, utilizando el enfoque de la coherencia como desviación a un perfil “ideal”. Los resultados muestran que existen tres categorías estratégicas (diversificación relacionada, no relacionada y basada en el conocimiento), cada una de las cuales posee unas características estructurales “ideales” distintas. No obstante, sólo para la diversificación basada en el conocimiento se obtiene que la falta de coherencia entre la estrategia y la estructura afecta negativamente a la rentabilidad.

* **Sánchez-González, G.; González-Álvarez, N. y Nieto, M. (2009): “Sticky information and heterogeneous needs as determining factors of R&D cooperation with customers”. *Research Policy*, nº 38, págs. 1590-1603.**

Resumen: El objetivo de este trabajo es investigar los factores determinantes de la cooperación para el desarrollo de innovaciones entre empresas y un grupo específico de agentes, los clientes y usuarios. La clave del análisis la constituyen dos variables que han sido reconocidas en trabajos previos como factores importantes en el estudio de la cooperación con dichos agentes, pero que han sido únicamente analizadas en la literatura desde un punto de vista teórico. Estas variables son: (1) la existencia de información sticky (información que es costosa de obtener, transferir y usar) y (2) la presencia de necesidades heterogéneas en el mercado. En referencia a la primera variable, se tienen en cuenta dos tipos de información que pueden ser sticky: información sobre necesidades e información de naturaleza tecnológica. Los resultados obtenidos, utilizando una muestra de empresas españolas, muestran que las tres variables ejercen una influencia positiva en las relaciones de cooperación entre empresas y clientes.

* **Sánchez-González, G.; González-Alvarez, N. y Nieto, M. (2009): “Fuentes externas de información para el desarrollo de innovaciones: un análisis exhaustivo de la evidencia en España y Europa”. *Esic-Market. Revista Internacional de Economía y Empresa*, nº 134, págs. 209-238.**

Resumen: La creciente complejidad y dinamismo que caracterizan los entornos actuales, han obligado a las empresas a complementar su base interna de conocimientos con otros procedentes del exterior. Así, entre las diversas alternativas existentes, la cooperación con clientes y usuarios en materia de innovación se perfila como una de las más importantes fuentes de ideas innovadoras. Por este motivo, el presente trabajo profundiza en el análisis de distintas

fuentes de información utilizadas por empresas europeas y españolas para el desarrollo de innovaciones, resaltando la importancia de las aportaciones realizadas por estos agentes. La investigación se completa con un estudio empírico en el que se compara la influencia de cuatro tipos de cooperación (con clientes, proveedores, universidades y expertos/firmas consultoras) sobre la intensidad de la actividad innovadora en un conjunto de veinte sectores productivos españoles. De él se desprende que la colaboración con clientes para el desarrollo de innovaciones incide significativamente sobre dicha intensidad y, que es un buen indicador de la importancia que la organización otorga a estas actividades.

* **Zuñiga Vicente, J.A. y Sacristán Navarro, M.A. (2009): “Los directivos externos y la sucesión en la empresa familiar: un caso de estudio”. *Universia Business Review*, vol. 22, págs. 74-87.**

Resumen: El trabajo analiza un tema crítico en la empresa familiar: las razones que pueden motivar la contratación de un directivo externo en la posición de CEO, y en qué medida esta circunstancia puede conducir al éxito empresarial. El análisis se realiza con una empresa familiar española de tamaño medio del sector logístico que sufrió un proceso de sucesión entre 1998 y 2004. Se constata la importancia del papel desempeñado por el nuevo CEO y la familia durante el proceso de sucesión. Se concluye con un apartado de lecciones prácticas derivadas del análisis del caso.

RECENSIONES DE LIBROS

* **Mallin, C. (ed.) (2009). *Corporate Social Responsibility: A Case Study Approach*, Elgar Edward Publishing, Cheltenham, Glos, UK.**

Se trata de un libro editado por Christine A. Mallin, Profesora de la Universidad de Birmingham y directora del Centro de Investigación sobre Gobierno Corporativo de dicha institución. El libro presenta una visión real sobre la aplicación de prácticas de Responsabilidad Social Corporativa en diferentes contextos institucionales. Se revisa la situación Europea con ejemplos de prácticas de RSC españolas e italianas, y se revisan ejemplos de empresas a nivel de RSC en la Europa Central y del Este así como en Asia y en Australia. El enfoque práctico unido al carácter global es la mejor aportación del libro.

Recensión realizada por María Sacristán Navarro.

ANUNCIOS

CONGRESOS, JORNADAS, TALLERES Y SEMINARIOS

* **II Workshop de la Sección de Estrategia Empresarial de ACEDE. Universidad Pablo de Olavide. Sevilla. 18 de febrero de 2010.**

* **XX Congreso Nacional de ACEDE. Granada. 12-14 de septiembre de 2010.**

(<http://www.congresoacede.org>)

* **Strategic Management Society 30th Annual International Conference. Roma. 12-15 de septiembre de 2010. (<http://rome.strategicmanagement.net/>)**

* **10th EURAM Conference. Track sobre Dirección Estratégica. Roma. 19-22 de mayo de 2010. (<http://www.euram2010.org/userfiles/file/Track%2037%20fourth.pdf>)**

* **35th EIBA Annual Conference. Valencia. 13-15 de diciembre de 2009.**
(www.adeit.uv.es/eiba09/index.php)

* **Workshop on Top Management Teams & Business Strategy Research: Responses and Adaptability in Turbulent Times. Valencia. 22-23 de marzo de 2010.**
(http://www.eiasm.org/frontoffice/event_announcement.asp?event_id=711)

“CALL FOR PAPERS” DE REVISTAS

* **Número especial de Strategic Management Journal: “Strategy and the design of organizational architecture”.** (<http://strategicmanagement.net/pdfs/SMJCall200905.pdf>)

* **Número especial de Academy of Management Journal: “Process studies of change in organization and management”.** (http://journals.aomonline.org/amj/Research_Forum.html)

* **Número especial de la Revista de Responsabilidad Social de la Empresa: “Responsabilidad social y gobierno corporativo”.**

* **Número especial de Management Decision: “Enhancing decisions”.**
(http://info.emeraldinsight.com/products/journals/call_for_papers.htm?id=1783)

* **Número especial de European Business Review: “Business strategy in different market contexts”.** (http://info.emeraldinsight.com/products/journals/call_for_papers.htm?id=1832)

* **Número especial de European Management Review: “Re-thinking the firm in a post-crisis world”.** (<http://www.euram-online.org>)

* **Nueva revista: International Journal of Mixed Methods in Applied Business and Policy Research.** (<http://academicglobalpublications.com/ijmmabpr/about.htm>)

SECCIÓN DE ESTRATEGIA EMPRESARIAL DE ACEDE

EQUIPO DIRECTIVO

Presidente: Luis Ángel Guerras (U. Rey Juan Carlos)

Vicepresidente: César Camisón (U. Jaime I)

Secretaria: Nuria González (U. León)

Responsable de investigación: Lucio Fuentelsaz (U. Zaragoza)

Responsable de docencia: Juan José Jiménez (U. Castilla-La Mancha)

Responsable de relaciones con empresas: José María Castán (U. Barcelona)

Responsable de la web: Pedro García Villaverde (U. Castilla-La Mancha)

Editor del Boletín: José Francisco Molina (U. Alicante)

El próximo Boletín de la Sección de Estrategia Empresarial se editará en la primavera de 2010.

Para enviar cualquier sugerencia sobre el Boletín o para incluir alguna información de interés que quieras, puedes ponerte en contacto con el Editor:

José Francisco Molina Azorín
Universidad de Alicante
jf.molina@ua.es