

La estrategia: Un análisis de su evolución desde la cienciometría

Strategy: An analysis of its evolution from Scientometrics

Juan C. Robledo-Fernández¹

Jorge L. Del Río-Cortina²

Carlos A. Rodríguez-Arias³

Cómo citar/ How to cite: Robledo-Fernández, J., Del Río-Cortina, J. & Rodríguez-Arias, C. (2020). La estrategia: Un análisis de su evolución desde la cienciometría. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 15(2), 106 – 120.
<https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n2.6722>

Resumen

El campo de estudio de la estrategia ha sufrido distintos cambios a lo largo del tiempo, especializándose en distintas temáticas. El principal objetivo de este artículo es evidenciar la evolución del campo de la estrategia en el área de las organizaciones y la administración. Para ello se realizó un análisis bibliométrico mediante un estudio temporal, abarcando periodos de diez años desde 1976 hasta 2015, con el fin de evidenciar aquellas tendencias y cambios en las temáticas trabajadas en este campo. Los resultados muestran que desde el año 1976 hasta 2005 los cambios en las temáticas estudiadas han sido muy pocos. Sin embargo, a partir del año 2006 se resaltan cambios profundos en las tendencias tradicionales, además del surgimiento de tendencias emergentes.

Palabras clave

Estrategia; gestión de la estrategia; estrategia de la organización.

Abstract

The field of study of the strategy has undergone various changes over time, specializing in different themes. The main objective of this article is to highlight the evolution of the field of strategy in the area of organisations and administration. For this purpose, a bibliometric analysis was carried out by means of a temporal study covering ten-year periods from 1976 to 2015, with the aim of evidencing those trends and changes in the themes worked on in this field. The results show that from 1976 to 2005 there have been very few changes in the subjects studied. However, as of 2006, profound changes in traditional trends are highlighted, as well as the appearance of emerging trends.

Keywords

Strategy; strategy management; organizational strategy.

Fecha de recepción: 28 de marzo de 2020

Fecha de evaluación: 20 de abril de 2020

Fecha de aceptación: 28 de mayo de 2020

Este es un artículo Open Access bajo la licencia BY-NC-SA

(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Published by Universidad Libre



1 Docente de la Corporación Universitaria Americana, Barranquilla, Colombia. Correo electrónico: jrobledo1962@gmail.com. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-6303-8688>

2 Docente de la Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena, Colombia. Correo electrónico: jdelrio@utb.edu.co. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-6127-8450>

3 Docente del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Barranquilla, Colombia. Correo electrónico: carlos.rodriguez@cenigaa.org. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-1567-9805>

Introducción

La estrategia ha estado vinculada a las organizaciones de manera implícita y explícita desde tiempos remotos, sin embargo, es en la organización militar en donde esta se categoriza y construye sus principales ideas, en especial frente a los escenarios de guerra, que en tiempos antiguos eran recurrentes entre los diversos reinos, imperios y, en algunos casos, los Estados nación. La estrategia nace entonces en un escenario de confrontación entre adversarios y se percibe como la forma de llevar al enemigo a su rendición o a su aniquilación.

Desde una perspectiva académica, el campo de estudio de la estrategia ha estado marcado por no tener un rumbo claro en las investigaciones que en este se realizan, y es que no existe unidad en investigadores sobre cuál es el rumbo que debe tomar los estudios en este campo (Hafsi & Thomas, 2005). En esta misma disyuntiva se encuentra la definición de estrategia en la administración y las organizaciones: no existe un consenso y definirla es en sí mismo un problema, por lo que se afirma que la estrategia es polisémica y polisemántica.

Para Grant (1998), “la estrategia es un tema unificador que da coherencia y dirección a las acciones y decisiones de un individuo y una organización” (pp. 461). De acuerdo con esto, la estrategia tiene una estrecha relación con la noción de administración desde el punto de vista de la ciencia, relación que viene dada por el concepto de organización (Robledo Fernández, et al., 2015). Así, no es posible pensar en una administración sin estrategia, ni una estrategia sin administración, ya que están aparentemente vinculadas en su propósito y en su acción.

En el transcurso de los años diversos autores (Hafsi & Thomas, 2005; Porter, 1996; Prahalad & Hamel, 1994) han recalcado la diversificación de los estudios que han surgido en el último tiempo; no obstante, estos se encuentran en diversas temáticas especializadas. Por tanto, el

principal propósito de este artículo es conocer la evolución que han tenido los estudios sobre la estrategia en el campo empresarial desde la perspectiva de la administración y las organizaciones, identificando las diferentes tendencias, sobre todo emergentes, que han surgido a lo largo del tiempo. Es decir, pretendemos realizar un análisis temporal de la evolución del campo de la estrategia en la administración. El horizonte de tiempo para realizar este análisis será desde 1976, debido a que para este año inicio la escritura de artículos científicos formales en este campo, hasta el año 2015.

La estrategia en las organizaciones: una aproximación teórica

Orígenes de la estrategia

En sus orígenes la estrategia era utilizada desde las organizaciones militares. Así lo fue desde el siglo IV antes de Cristo, en *El arte de la guerra* de Sun Tzu (2003), el cual trata sobre tácticas y estrategias militares. Los aportes del texto aún siguen vigentes y se aplican en distintos escenarios, sobre todo en los mercados (Robledo-Fernández, 2006).

Según la premisa fundamental de Sun Tzu, “Todo el Arte de la Guerra se basa en el engaño, el supremo Arte de la Guerra es someter al enemigo sin luchar” (2003, p.5). Sun Tzu plantea diferentes estrategias para 13 situaciones que se pueden presentar en el campo de batalla, las cuales son: evaluación, iniciación de las acciones, proposiciones de la victoria y la derrota, medida en la disposición de los medios, firmeza, lo lleno y lo vacío, enfrentamiento directo e indirecto, nueve cambios, topología, clases de terreno, el arte de atacar por el fuego y la concordancia y la discordia. En este sentido, el escrito de Sun Tzu, más que un libro militar, es una guía para la administración estratégica en todas sus dimensiones, teniendo en cuenta factores como la doctrina, el tiempo, el terreno, el mando y la disciplina (Robledo-Fernández, 2006).

Así mismo, en lo referente a las fábulas, otro escrito literario que inicialmente se tiene como una recopilación de historias metafóricas, pero si se analiza a profundidad entra en el campo de la estrategia, es *Calila y Dimna*. Este define ciertas pautas para que las relaciones humanas se armonicen teniendo en cuenta un contexto social. Esta narrativa se encuentra entre las verdades generales y como esas verdades tienen un campo de aplicación práctico (Gogazeh, 2009).

Por otra parte, otro libro representativo es *El príncipe*, de Maquiavelo. En este se describen los diferentes tipos de principados, las diferentes estrategias a través de las cuales estos pueden ser obtenidos y, más que eso, cómo pueden ser retenidos bajo el poder de una misma persona. El libro es adaptable al mundo de las empresas, en las cuales los príncipes son esos líderes con los que cuenta o debería contar la organización; los súbditos, soldados e integrantes del ejército representan a los empleados y/o colaboradores, y los enemigos son claramente identificables como la competencia (Maquiavelo, 1999).

Desde la perspectiva de *Calila y Dimna* y *El príncipe*, la estrategia es un asunto del po-

der y del gobernante, y cómo este asume una conducta, un carácter, a partir de la toma de sus decisiones.

La estrategia en las organizaciones modernas

En las organizaciones de la actualidad la estrategia en la administración se ha venido gestando a partir de la idea de mejorar el desempeño organizacional, los resultados y la imagen corporativa (Del-Río, Cardona-Arbelaez, y Simancas-Trujillo, 2017). Esto se hace a partir de acciones enfocadas en la comprensión de los múltiples criterios a través de los cuales puede ser observada la calidad (Ramírez-Fernández, Machado-Licona, y Fernández-Ramírez, 2019), de la implementación de la innovación como pilar central del cambio en las organizaciones (Vergara-Streinesberger, et al., 2019), entre otras acciones que van encaminadas a concebir las organizaciones como unidades estratégicas.

En este sentido, es pertinente revisar las diferentes nociones de estrategia en las organizaciones de autores relevantes en el campo de estudio, con el fin de crear un sentido de orientación.

Tabla 1. Concepciones de “estrategia” de autores representativos desde la perspectiva administrativa y organizacional

Autores	Año	Definición	Aspectos Claves
Igor Ansoff	1957	La estrategia es el lazo común entre las actividades de la organización y las relaciones producto-mercado. Define la naturaleza de los negocios en que está la organización y los negocios que la organización planea para el futuro.	Actividades y relación producto-mercado
Bower	1982	La estrategia es la carta comercial del negocio.	Carta comercial
Peter Drucker	1985	La estrategia debe enfocarse en dar respuesta a dos preguntas: ¿Qué es nuestro negocio? y ¿qué debería ser?	Sentido de negocio
Henry Mintzberg	1987	Todo desarrollo de estrategia avanza sobre dos instancias, una deliberada, la otra emergente	Estrategia deliberada; estrategia emergente
Alfred Chandler	1994	La estrategia está encaminada a la creación de empresas donde no hay un mercado ni función de producción definida.	Creación de empresas sin mercado ni función de producción
Prahalad & Hamelt	1994	La estrategia representa un área fértil, campo para la innovación e investigación	Innovación e investigación

Autores	Año	Definición	Aspectos Claves
Michael Porter	1996	Para tener una buena estrategia, el punto de partida es tener una meta correcta, que no es otra cosa que un retorno excelente sobre la inversión en el largo plazo.	Meta correcta; retorno de la inversión a largo plazo
Robert Grant	1998	La estrategia es un tema unificador que da coherencia y dirección a las acciones y decisiones de un individuo y una organización.	Coherencia y dirección a las decisiones
Norton y Kaplan	2001	Un amplio conjunto de medidas de actuación, que proporcionan la estructura necesaria para un sistema de gestión y medición estratégica	Sistema de gestión y medición estratégica
Hafsi & Thomas	2005	La estrategia está hecha de confusión, problemas sin resolver y quizás de problemas de importancia; caracteriza los negocios y la administración.	Indefinidos problemas de importancia en la dirección de negocios
Johnson, Scholes, & Whittington	2005	La estrategia puede verse como la creación de oportunidades basándose recursos y competencias de la organización para aprovechar o generar nuevas oportunidades.	Creación de oportunidades basadas en recursos y competencias
Fred R. David	2011	Es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones internacionales que permiten a la organización alcanzar sus objetivos.	Formulación, implementación y evaluación de decisiones internacionales

Fuente: Elaboración propia en base a los autores citados.

Se observa en la tabla 1 la diversidad de conceptos y nociones sobre la estrategia en la administración de autores que han sido relevantes en esta. La implementación en las organizaciones ha diferido de tal manera que cada autor la resalta desde un ámbito de especialización diferente. Se pretende, entonces, abordar aquellas temáticas desde las cuales la estrategia ha desarrollado todo un cúmulo de investigaciones en el campo de las organizaciones y la administración, con el fin de resaltar patrones y tendencias en el estudio de esta.

Metodología

Para la realización del análisis temporal, se utilizaron técnicas bibliométricas con el fin de “mapear” el campo de la estrategia para la identificación de nodos (las diferentes temáticas) y los clústeres (las tendencias). Este análisis tuvo como objetivo identificar la naturaleza de un problema representado por unas observaciones, es decir, considera la evolución de un campo de investigación en diferentes periodos de tiempo.

(Garfield, 1994; McKerlich, Ives, & McGreal, 2013; Price & Gürsey, 1975; Small, 1993). Este análisis temporal se combinará con un análisis hermenéutico de las relaciones entre los resultados arrojados por la interrelación de clústeres y nodos representativos.

Para las asociaciones entre los nodos, se utilizó el método de fuerza de asociación (Callon, Courtial, Turner, & Bauin, 1983; Van Eck & Waltman, 2007); esto mismo se hizo para la identificación de nodos más relevantes debido a su asociación con los demás datos. En estas asociaciones se determinaron los clústeres producto de las asociaciones antes creadas por los nodos.

Se utilizó como referencia la base de datos de Scopus por su importancia y nivel de información bibliométrica.

Datos

Para la selección de los datos se delimitó la búsqueda en Scopus por palabras clave: “Stra-

tegy Management Organization”, así como por área de conocimiento: “Business, Management and Accounting”. Finalmente, se seleccionó únicamente producción científica tipo artículo, de la que se seleccionaron los más citados.

El preprocesamiento de los datos se realizó una vez extraída la información de la base de datos; se tuvieron en cuenta la detección de duplicados y los errores en la escritura de palabras claves, autores y revistas (Garfield, 1994;

McKerlich, Ives, & McGreal, 2013). De acuerdo con esto, la figura 1 muestra la evolución de la cantidad de artículos en el campo de la estrategia. Como vemos, la producción se ha incrementado: desde los años entre 1976-1985 y 1986-1995 el incremento fue de 259%, es decir, de 194 a 696 artículos. Asimismo, entre los años 1986-1996 y 1996-2005 el incremento fue de 146% en la producción; finalmente, para los años entre 1996-2005 y 2006-2015, el incremento fue de 169% en el número de artículos.

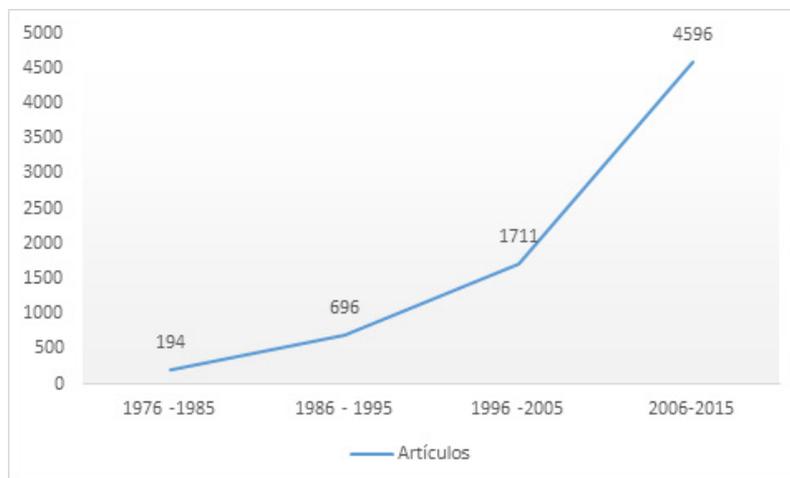


Figura 1. Número de artículos publicados en Scopus desde 1976-1985 en el campo de la estrategia en la administración y las organizaciones.

Fuente: Elaboración de los autores.

De acuerdo a estos resultados, se seleccionaron los 100 artículos más citados en cada década, con el fin de extraer los nodos y clústeres más representativos. Los temas de estudio giraban en torno al marketing, el gobierno de las personas y aspectos económicos en las organizaciones de acuerdo a la centralidad de estos nodos.

Resultados

Década de 1976-1985

En estos años, las temáticas en estrategia estaban un tanto aisladas; se destacan tres tendencias según los clústeres, de acuerdo con la figura 2.

El clúster rojo representa los estudios sobre aspectos económicos de la organización y cómo estos podían direccionarse con una implementación adecuada de la estrategia; se destacan los estudios en marketing de Bloom & Novelli (1981). Por otra parte, se evidencia que los nodos del clúster “aspectos económicos” están alejados entre sí y entre los otros clústeres. Es decir, existe una conexión relativamente débil entre sus nodos y su relación con los otros clústeres.

Se podría afirmar que el clúster azul, de acuerdo con la figura 2, fue una tendencia emergente en los años analizados, debido a la lejanía del clúster de los demás nodos y las pocas conexiones que este tiene. La temática principal

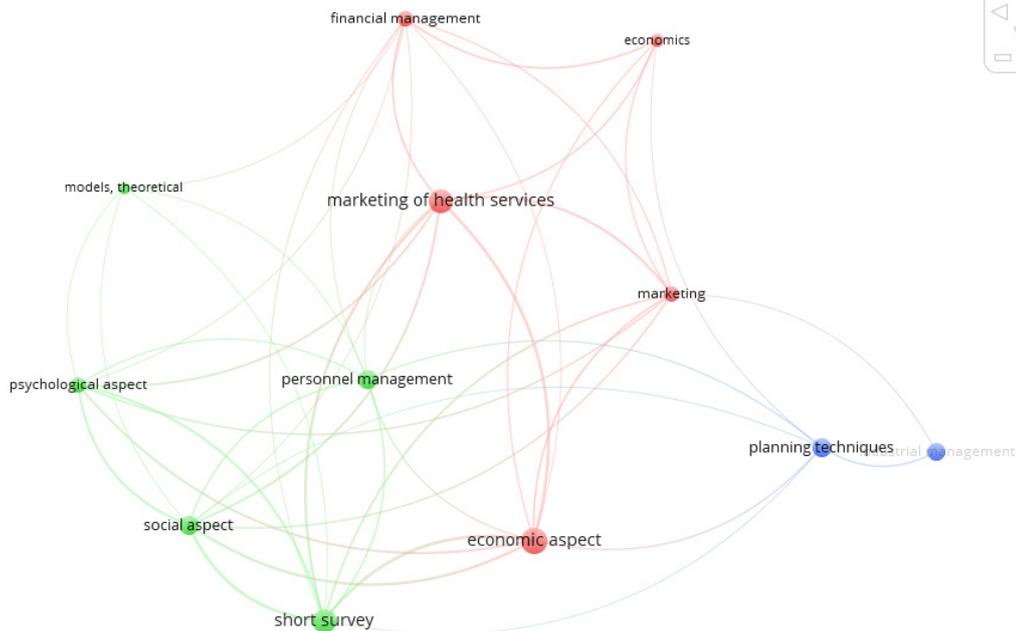


Figura 2. Análisis temporal de las 100 publicaciones más citadas en “Strategy Management” con mínimo 5 coincidencias entre los años de 1976-1985.

Fuente: Elaboración de los autores.

estudiada en estos años fue la de técnicas de planeación; se identifica el estudio de McFarlan, McKenney, & Pyburn (1983).

En cuanto al clúster verde, este está representado por el nodo de estudios en los aspectos sociales en las organizaciones debido a su centralidad en el mapa. Se estudiaba cómo a partir de una estrategia se podrían abordar estos aspectos. En los aspectos sociales, los estudios se centran en la gestión del personal y en aspectos psicológicos, y se resaltan los estudios de Kotter & Schlesinger (1979) y Mintzberg & McHugh (1985).

En relación con los demás clústeres, este último en conjunto con el de aspectos económicos tienen una mayor representación de nodos; por lo tanto, se puede afirmar que los estudios en estos años, en su mayoría, estaban encaminados hacia las estrategias para mejorar la gestión de las personas y el marketing en las organizaciones.

Existe una relación entre las revistas con mayores publicaciones en este periodo y la formación de los clústeres. Para el caso del clúster azul, referido a la planeación, encontramos la revista *Long Range Planning*, que se enfoca en la dirección estratégica, especialmente en la temática de planeación. Por otra parte, para el clúster rojo, relacionado con los aspectos económicos, la revista más influyente es *Harvard Business Review* con seis publicaciones, cuyo tema central en este periodo es el marketing. Finalmente, para el clúster verde, sobre aspectos sociales, la revista más representativa es *Human Resource Management* con seis publicaciones, cuyo principal foco son los problemas sociales, organizacionales e individuales.

Década de 1986-1995

En estos años, se identifican tres clústeres, al igual que en la década anterior. A diferencia del anterior, los clústeres están más relacionados entre sí; es decir, su centralidad es mayor.

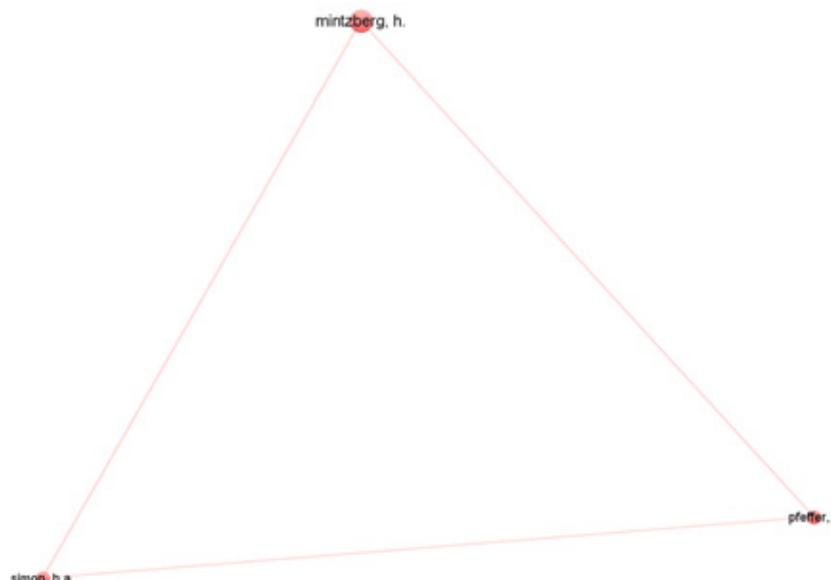


Figura 3. Autores relevantes en estrategia teniendo al menos 10 citaciones en la década de 1976-1985.
Fuente: Elaboración de los autores.



Figura 4. Análisis temporal de las 100 publicaciones más citadas en “Strategy Management” con mínimo 5 coincidencias en los años de 1986-1995.
Fuente: Elaboración de los autores.

Al igual que en los años anteriores, en este periodo los aspectos económicos son relevantes a la hora de identificar una tendencia en el campo de la estrategia en la administración. Pero estos se centran sobre todo en la industria y en la competitividad; como se puede observar en la figura 3, son los nodos más representativos

del clúster rojo. Además, debido a su centralidad se puede afirmar que estos aspectos han sido estudiados comúnmente en estos años por los otros clústeres. Destacan en este los trabajos de Cooper, Gimeno-Gascon, & Woo (1994) y Hamel & Prahalad (1989).

Similar a los resultados anteriores, resalta nuevamente el clúster azul como una tendencia emergente, en la cual predominan los estudios en dos temáticas: la planeación estratégica y las tecnologías. Se afirma que este clúster es una tendencia emergente por la ubicación en el mapa, su centralidad es baja y está alejado de los demás nodos. Al respecto se encuentran los trabajos de Hall & Nauda (1990) y Yap & Souder (1994).

En cuanto al clúster verde destacan los nodos de comercio y la innovación en las organizaciones. Es decir, las estrategias de innovación eran aplicadas al comercio, en específico para la satisfacción del consumidor. Entre este clúster y es de aspectos económicos existe una relación tal que sus nodos no están alejados entre sí, es decir que hay una cohesión entre los clústeres.

Sobresalen los trabajos de Kaplan & Norton (1992), y Normann & Ramírez (1993).

En relación con las revistas, se resalta la influencia que tiene *Harvard Business Review* en la formación del clúster rojo, de aspectos económicos, con temáticas como competitividad, marketing y aspectos financieros. Por otra parte, al igual que en el periodo anterior una de las revistas representativas en el clúster azul, de planeación estratégica, es la revista *Long Range Planning*, además de la revista *MIS Quarterly*: estas son relevantes en temáticas relacionadas con tecnologías en la planeación estratégica. Finalmente, el clúster verde, relacionado con temáticas sobre comercio e innovación, tiene por revistas influyentes en este periodo *Harvard Business Review* y la revista *MIS Quarterly*.

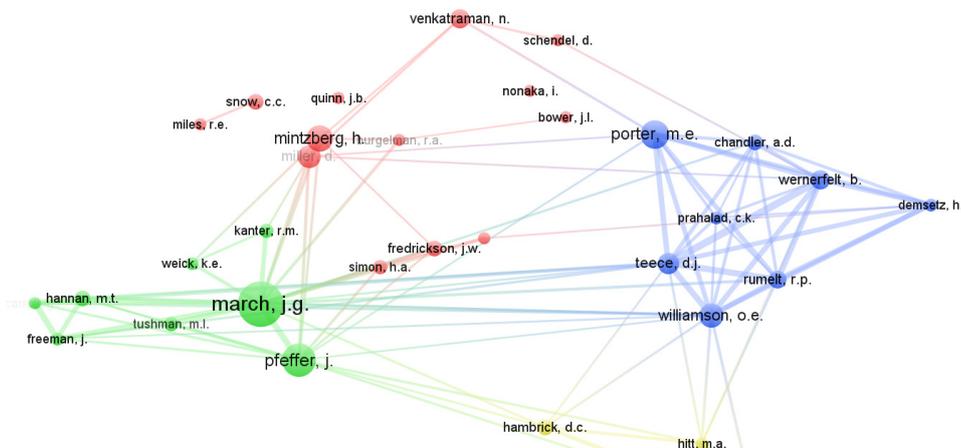


Figura 5. Autores relevantes en estrategia teniendo al menos 10 citaciones en la década de 1986-1995.

Fuente: Elaboración de los autores.

Década de 1996-2005

En estos años, al igual que en los años analizados con anterioridad, se identifican tres clústeres. Sin embargo, el clúster azul, deja de ser una tendencia emergente para convertirse en una tendencia tradicional, que inclusive supera en nodos a los otros clústeres resultantes, como se observa en la figura 6.

El clúster rojo, sobre aspectos económicos, se ha mantenido hasta este periodo como una tendencia tradicional en el estudio de la estrategia en las organizaciones. Al igual que en los años anteriores, la centralidad de este clúster es tal que conecta a los otros clústeres. Por lo tanto, es posible afirmar que existe transversalidad de aspectos económicos en el estudio de la estrategia y la administración. Es importante

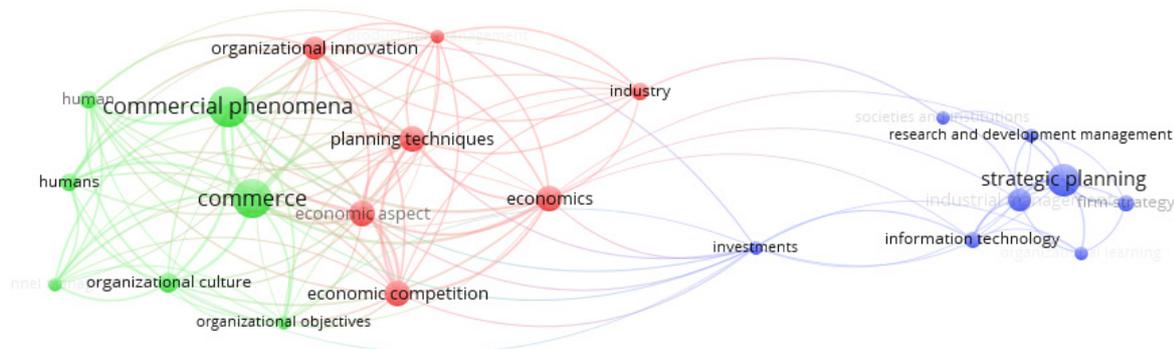


Figura 6. Análisis temporal de las 100 publicaciones más citadas en “Strategy Management” con mínimo 5 coincidencias en los años de 1996-2005.

Fuente: Elaboración de los autores.

resaltar que en este clúster existen nodos representativos sobre técnicas de planificación, innovación y competitividad en las organizaciones. Se destacan autores como Hansen, Nohria, & Tierney (1999) y Porter (2001).

A diferencia de los años anteriores, el clúster azul aparece con fuerza para establecerse como una tendencia en el campo de la estrategia en los estudios de la administración y las organizaciones. La tendencia en investigación en este campo es la planeación estratégica, sin embargo, otros nodos con relativa importancia también surgen, como las tecnologías e información. Sí bien aparecen más temáticas en este clúster, su centralidad respecto al mapa sigue siendo alejada. El aislamiento se debe a la poca interrelación entre los nodos y clústeres restantes. Aun así, cabe resaltar que existe una conexión marcada entre el clúster rojo y el azul por la temática de las inversiones, en la cual ambos son estudiados. Las investigaciones relevantes en este clúster son de Doz (1996) y Tippins & Sohi (2003).

Las tendencias en el clúster verde se mantienen con relación a las de los periodos anteriores, con los estudios del comercio, pero también surgen los nodos emergentes de objetivos organizacionales y la cultura organizacional. El nodo más representativo trata sobre la temática de comercio. La centralidad del clúster se man-

tiene, además de la cohesión de los nodos que la representan. Las investigaciones que se destacan en estas temáticas son Davenport (1998), y Hansen, Nohria, & Tierney (1999).

En relación con los clústeres y las publicaciones, se resalta la influencia que tiene la revista *Harvard Business Review* en la formación del clúster rojo, de aspectos económicos, con temáticas como competitividad, marketing y aspectos financieros. Por otra parte, al igual que en el periodo anterior, una de las revistas representativas en el clúster azul, de planeación estratégica, es *Long Range Planning*, además de *MIS Quarterly*: estas son relevantes en temáticas sobre tecnologías en la planeación estratégica. Finalmente, para el clúster verde, vinculado con temáticas sobre comercio e innovación, las revistas influyentes en este periodo son igualmente *Harvard Business Review* y la revista *MIS Quarterly*.

Década de 2006-2015

En estos años, el campo de la estrategia y el *management*, a diferencia de los otros años, ha evolucionado hacia temáticas que anteriormente no eran referentes. El cambio en el mapa muestra la centralidad existente entre los tres clústeres que tradicionalmente han permanecido, pero sus nodos han cambiado, como lo muestra la figura 8.

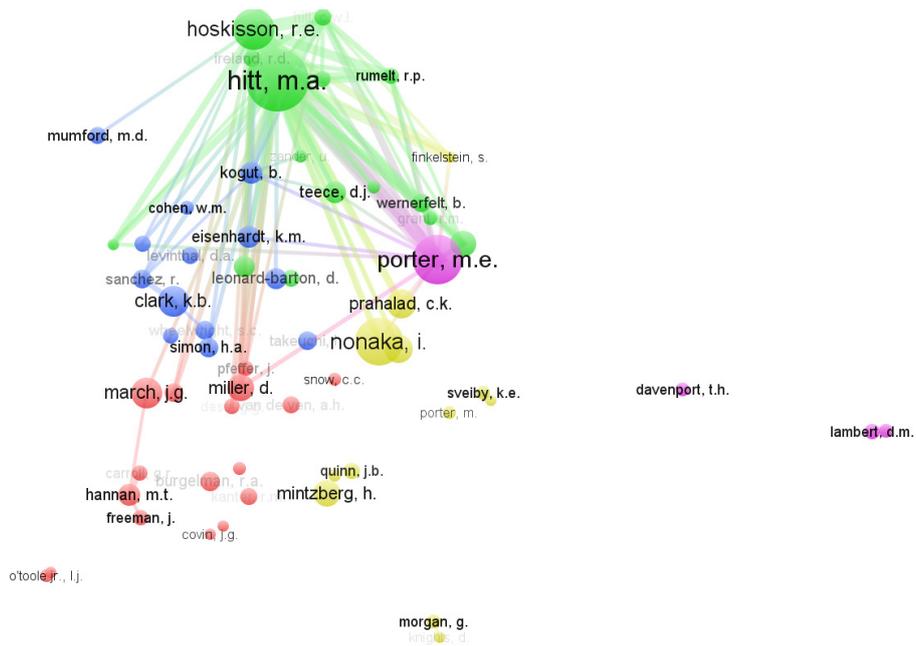


Figura 7. Autores relevantes en estrategia teniendo al menos 10 citas en la década de 1996-2005.
Fuente: Elaboración de los autores.

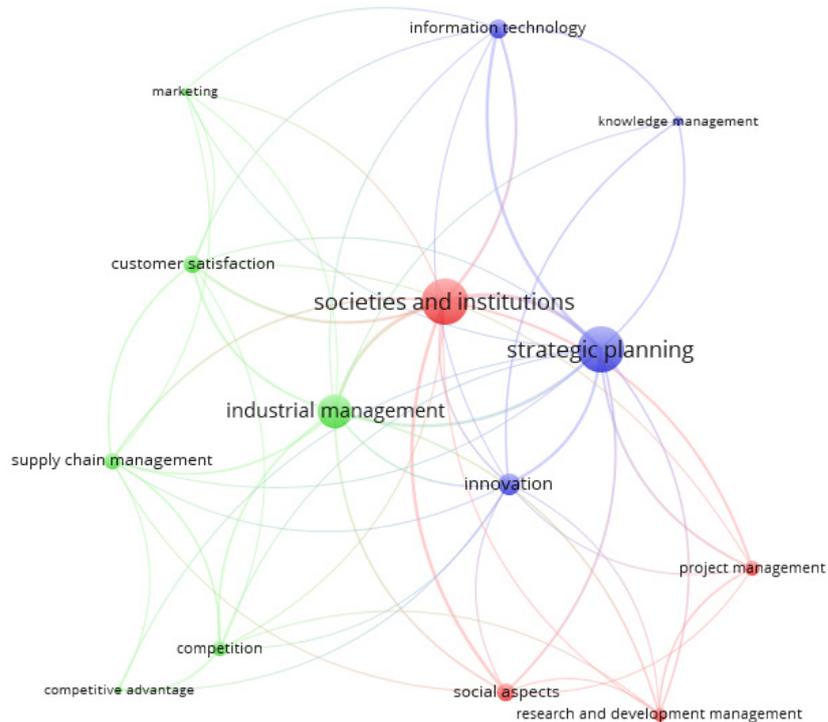


Figura 8. Análisis temporal de los 100 artículos más citados en el campo de la estrategia en la administración con mínimo 5 coincidencias en los años de 2006-2015.
Fuente: Elaboración de los autores.

A diferencia de los periodos anteriores, en estos años el principal foco de estudio en el clúster rojo han sido las sociedades y las instituciones. Por tener la centralidad en el mapa y ser un nodo representativo es posible afirmar su transversalidad con otros nodos y clústeres. En este destacan las investigaciones de Lin (2007) principalmente.

En el clúster azul, ya establecido en los mapas anteriores, se han investigado temáticas de planeación estratégica, pero esta ha sido relevante en la medida que se ha interrelacionado con las diferentes temáticas, no solo pertenecientes a su clúster sino a otros clústeres, como lo evidencia su centralidad. Además, los estudios en este se refieren a temáticas de innovación e información y tecnologías. Cabe resaltar que en este clúster surge una tendencia emergente y es la de gestión del conocimiento. Las investigaciones relevantes están en Bhattachar-

jee & Sanford (2006); Easterby-Smith, Lyles, & Tsang (2008); Lin, (2007), y Zheng, Yang, & McLean (2010).

Los cambios en las temáticas del clúster verde se ven evidenciados por su tema central: la competitividad; si bien el nodo más representativo es el de la industria, esta trata sobre la competitividad que puede alcanzar la industria, además de la cadena de valor, el comercio y la satisfacción del consumidor. Es decir, se resumen en qué tan competitivo se puede ser desde estas tres temáticas. A diferencia de los periodos analizados con anterioridad, el eje central deja de ser el comercio para pasar a la competitividad. Es necesario resaltar que la centralidad del clúster es mayor que en los periodos anteriores, pues hay una transversalidad en los temas con los de los demás nodos y clústeres. En este, son importantes los trabajos de Gunasekaran, Lai, & Cheng (2008), y Van Wassenhove (2006).

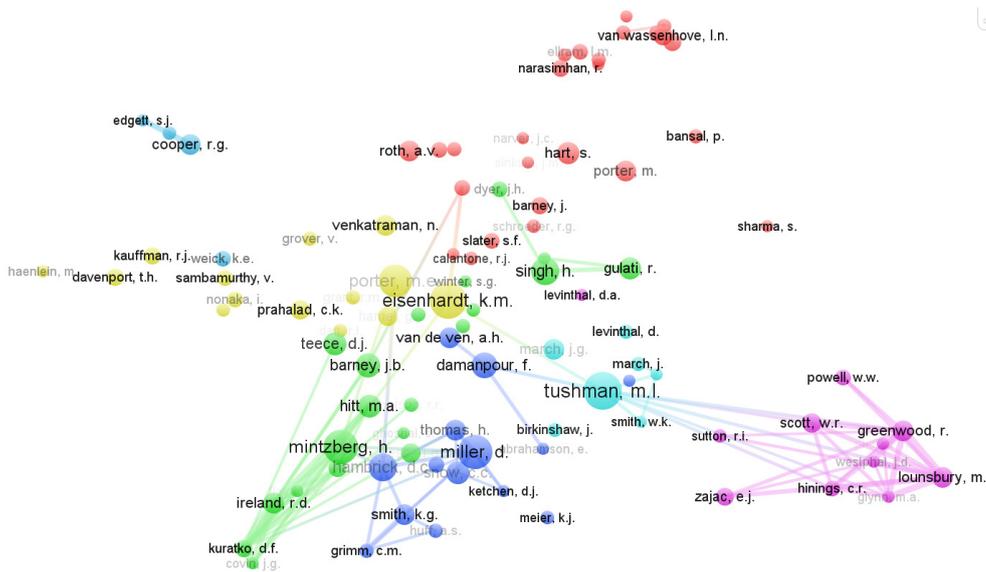


Figura 9. Autores relevantes en estrategia teniendo al menos 10 citas en la década de 2006-2015. Fuente: Elaboración de los autores.

Conclusión

De acuerdo con los resultados, es posible realizar una aproximación sobre las tendencias tanto emergentes como tradicionales que han

surgido y se han mantenido en el campo de la estrategia desde la administración y las organizaciones en los periodos de 1976 hasta 2015. Como se observa en la tabla 2, las tendencias se han mantenido en los clústeres tanto rojo como

azul. En estos los aspectos económicos han pre-
 valecido, además de la planeación estratégica,

desde el periodo 1976 a 2005. Pero han diferido
 en las temáticas que en general se han tratado.

Tabla 2. Propuesta tentativa sobre la evolución de la estrategia en el campo de la administración y las organizaciones.

Periodo	Tendencias	Principales temáticas
1976-1985	CR: Aspectos económicos	Marketing
	CA: Planeación	Técnicas de planeación
	CV: Aspectos sociales	Gestión de las personas, aspectos psicológicos
1986-1995	CR: Aspectos económicos	Competición económica, industria, toma de decisiones
	CA: Planeación estratégica	Tecnología, planeación estratégica
	CV: Comercio e Innovación	Comercio, satisfacción del consumidor, innovación organizacional
1996-2005	CR: Aspectos económicos	Competencia económica, innovación organizacional, técnicas de planeación
	CA: Planeación estratégica	Planeación estratégica, información y tecnología
	CV: Comercio y cultura	Comercio, cultura organizacional
2006-2015	CR: Aspectos sociales e institucionales	Sociedades e instituciones; aspectos sociales
	CA: Planeación estratégica	Planeación estratégica, innovación, gestión del conocimiento
	CV: Competitividad	Administración industrial, cadena de valor, ventaja competitiva, satisfacción del consumidor

*CR= Clúster Rojo; CA=Clúster Azul; CV=Clúster Verde

Entre estos cambios encontramos los que más se resaltan: desde el aspecto económico, vemos que la temática de marketing en 1976 era central, pero posteriormente, a partir de 1986 hasta 2005, fue desplazada por temáticas de competitividad, industria e innovación organizacional. Sin embargo, los cambios más profundos en el campo de la estrategia, se han originado de 2006 a 2015, cuando los clústeres que anteriormente habían demarcado una tendencia clara, han cambiado de temáticas tratadas, sobre todo el clúster rojo, el cual cambió a estudios enfocados en as-

pectos sociales e institucionales de las organizaciones. Además, surgen las tendencias de la planeación estratégica, la gestión del conocimiento y la innovación como pilares fundamentales en las configuraciones estratégicas que deben tener las organizaciones. Uno de los motivos de estos cambios y la aparición de tendencias emergentes en el campo de la estrategia es la aparición de nuevas revistas en el campo de investigación, lo que ha descentralizado la producción de artículos que antes se concentraban en *Harvard Business Review*.

Referencias

- Ansoff, H. I. (1957). Strategies for diversification. *Harvard business review*, 35(5), 113-124.
- Bhattacharjee, A., & Sanford, C. (2006). Influence processes for information technology acceptance: An elaboration likelihood model. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 30(4), 805-825. <https://doi.org/10.2307/25148755>
- Bloom, P. N., & Novelli, W. D. (1981). Problems and challenges in social marketing. *Journal of Marketing*, 45(2), 79-88. <https://doi.org/10.1177%2F002224298104500208>

- Bower TGR. (1982). *Development in infancy*. 2nd ed. W. H. Freeman; San Francisco.
- Callon, M., Courtial, J.-P., Turner, W. A., & Bauin, S. (1983). From translations to problematic networks: An introduction to co-word analysis. *Social Science Information*, 22(2), 191–235. <http://doi.org/10.1177/053901883022002003>
- Chandler, A. D. (1994). Competitiveness and capital investment: the restructuring of US industry, 1960–1990. *Business History Review*, 68(1), ix-xiv.
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F. J., & Woo, C. Y. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9(5), 371–395. [http://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)90013-2](http://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90013-2)
- Davenport, T. H. (1998). Putting the enterprise into the enterprise system. *Harvard Business Review*, 76(4), 121–131.
- Del-Rio, J., Cardona-Arbelaez, D., & Simancas-Trujillo, R. (2017). Propuesta de un modelo teórico de branding para el posicionamiento de la marca universitaria. *Revista Espacios*, 38(53).
- Doz, Y. L. (1996). The evolution of cooperation in strategic alliances: Initial conditions or learning processes? *Strategic Management Journal*, 17(SUPPL. SUMMER), 55–83. <https://doi.org/10.1002/smj.4250171006>
- Drucker, P. F. (1985). The changed world economy. *Foreign Aff.*, 64, 768.
- Easterby-Smith, M., Lyles, M. A., & Tsang, E. W. K. (2008). Inter-organizational knowledge transfer: Current themes and future prospects. *Journal of Management Studies*, 45(4), 677–690. <http://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2008.00773.x>
- Fred R. David, (2011), *Strategic Management: Concepts and Cases*, 13 edición, Prentice Hall.
- Garfield, E. (1994). Scientography: Mapping the tracks of science. *Current Contents: Social & Behavioural Sciences*, 7(45), 5–10.
- Gogazeh, Z. (2009). Estudio traductológico de las paremias en el libro de Calila y Dimna. *Paremia*, (18), 132–140. https://cvc.cervantes.es/LENGUA/paremia/pdf/018/012_gogazeh.pdf
- Grant, R. M. (1998). *Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, Applications* (3a edición). Blackwell Publishing Ltd.
- Grant, R. M. (2000). Shifts in the world economy: the drivers of knowledge management. *Knowledge horizons: The present and the promise of knowledge management*, 27-53.
- Gunasekaran, A., Lai, K.-h., & Cheng, T. C. E. (2008). Responsive supply chain: A competitive strategy in a networked economy. *Omega*, 36(4), 549–564. <http://doi.org/10.1016/j.omega.2006.12.002>
- Hafsi, T., & Thomas, H. (2005). The Field of Strategy: In Search of a Walking Stick. *European Management Journal*, 23(5), 507–519. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2005.09.006>
- Hafsi, T., & Thomas, H. (2005). The Field of Strategy:: In Search of a Walking Stick. *European Management Journal*, 23(5), 507-519.
- Hall, D. L., & Nauda, A. (1990). An Interactive Approach for Selecting IR&D Projects. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 37(2), 126–133. <http://doi.org/10.1109/17.53715>
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1989). To revitalize corporate performance, we need a whole new model of strategy. *Strategic intent*. *Harvard Business Review*, 67(3), 63–76.
- Hansen, M. T., Nohria, N., & Tierney, T. J. (1999). What's your strategy for managing knowledge? *Harvard Business Review*, 77(2).

- Johnson, Gerry. . Scholes, Kevan & Whittington, R. (2005). Exploring corporate strategy: text and cases. Prentice Hall.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard — Measures that Drive Performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71–79.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2001). Transforming the balanced scorecard from performance measurement to strategic management: Part I. *Accounting horizons*, 15(1), 87-104.
- Kotter, J. P., & Schlesinger, L. A. (1979). Choosing Strategies for Change. *Harvard Business Review*, 57(2), 106–114.
- Lin, H. (2007). Knowledge sharing and firm innovation capability: An empirical study. *International Journal of Manpower*, 28(3-4), 315–332. <http://doi.org/10.1108/01437720710755272>
- Maquiavelo, N. (1999). El Príncipe. https://ocw.uca.es/pluginfile.php/1491/mod_resource/content/1/El_principe_Maquiavelo.pdf
- McFarlan, F. W., McKenney, J. L., & Pyburn, P. (1983). The Information Archipelago — Plotting a Course. *Harvard Business Review*, 61(1), 145–156.
- McKerlich, R., Ives, C., & McGreal, R. (2013). Measuring Use and Creation of Open Educational Resources in Higher Education. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 14(4), 90–103. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v14i4.1573>
- Mintzberg, H. (1987). *Crafting strategy* (pp. 66-75). Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Mintzberg, H., & McHugh, A. (1985). Strategy Formation in an Adhocracy. *Administrative Science Quarterly*, 30(2), 160–197. <https://doi.org/10.2307/2393104>
- Normann, R., & Ramírez, R. (1993). From Value Chain to Value Constellation: Designing Interactive Strategy. *Harvard Business Review*, 71(4), 65–77.
- Porter, M. E. (1996). What is Strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61–78.
- Porter, M. E. (1996). What is strategy?. *Harvard business review*, 74(6), 61-78.
- Porter, M. E. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard Business Review*, 79(3), 62–78, 164.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1994). Strategy as a field of study: Why search for a new paradigm? *Strategic Management Journal*, 15(S2), 5–16. <https://doi.org/10.1002/smj.4250151002>
- Prahalad, C.K. and Hamel, G. (1994) Strategy as a Field of Study: Why Search for a New Paradigm? *Strategic Management Journal*, 15, 5-16.
- Price, D. de S., & Gürsey, S. (1975). Studies in scientometrics I: Transience and continuance in scientific authorship. *Ciência Da Informação*, 4(1), 27–40. <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/64>
- Ramírez-Fernández, R., Machado-Licona, J., & Fernández-Ramírez, O. E. (2019). Calidad en la educación universitaria, desde el programa de ingeniería de sistemas: una visión cualitativa de la educación superior. *Revista Científica Anfibios*, 2(2), 41-50. <https://doi.org/10.37979/afb.2019v2n2.49>
- Robledo Fernández, J. C., del Río Cortina, J., Martínez Moreno, O. C., & Ruiz Andrade, J. G. (2015). Gestión del conocimiento organizacional. *Fundamentos teóricos*. Jorale.
- Robledo-Fernández, J. C. (2006). Del arte de la guerra y la guerra por los mercados (de la táctica a la práctica). *Revista Gestión*, (April), 64–68.

- Small, H. (1993). Macro-Level Changes in the structure of co-citation clusters: 1983-1989. *Sciencometrics*, 26(1), 5–20.
<https://doi.org/10.1007/BF02016789>
- Tippins, M. J., & Sohi, R. S. (2003). IT competency and firm performance: Is organizational learning a missing link? *Strategic Management Journal*, 24(8), 745–761. <http://doi.org/10.1002/smj.337>
- Tzu, S. (2003). El arte de la guerra. <https://www.biblioteca.org.ar/libros/656228.pdf>
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2007). Bibliometric mapping of the computational intelligence field. *International Journal of Uncertainty, Fuzziness and Knowledge-Based Systems*, 15(5), 625–645. <http://doi.org/10.1142/S0218488507004911>
- Van Wassenhove, L. N. (2006). Humanitarian aid logistics: Supply chain management in high gear. *Journal of the Operational Research Society*, 57(5), 475–489. <http://doi.org/10.1057/palgrave.jors.2602125>
- Vergara-Streinesberger, F., Robledo-Fernández, J., Aguilera-Prins, Z., & Camargo-Gutiérrez, G. (2019). Estrategias no convencionales de servicio: un desafío en el diseño organizacional. *Revista Científica Anfibios*, 2(1), 31-48.
<https://doi.org/10.37979/afb.2019v2n1.36>
- Yap, C. M., & Souder, W. E. (1994). Factors Influencing New Product Success and Failure in Small Entrepreneurial High-Technology Electronics Firms. *Journal of Product Innovation Management*, 11(5), 418–432.
[http://doi.org/10.1016/0737-6782\(94\)90030-2](http://doi.org/10.1016/0737-6782(94)90030-2)
- Zheng, W., Yang, B., & McLean, G. N. (2010). Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management. *Journal of Business Research*, 63(7), 763–771.
<http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.06.005>