

IDENTIFICACIÓN DE GRUPOS ESTRATÉGICOS EN EL SUBSECTOR ASEGURADOR COLOMBIANO*

*Sandra Patricia Rojas Berrío***
*Luz Alexandra Montoya Restrepo****
*Jorge Enrique Garcés Cano*****

* Este artículo hace parte de un proyecto de investigación realizado en la Universidad Nacional de Colombia, en la Facultad de Ciencias Económicas, durante los años 2006 a 2007. El artículo se recibió el 28-08-2008 y se aprobó el 21-05-2010.

** Magíster en Administración, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia, 2007; Administradora de empresas, Universidad Nacional de Colombia, 2007. Directora de Investigación Aplicada, Fundación Politécnico Grancolombiano, Bogotá, Colombia. Líder Grupo de Investigación Mercadeo I+2. Correo electrónico: sprojasb@gmail.com.

*** PhD en Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia, 2010; Maestría en Administración, Universidad Nacional de Colombia, 1999; Administradora de empresas, Universidad Nacional de Colombia, 1996. Profesora asociada, Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá. Coordinadora nacional del concurso docente. Correo electrónico: lamontoyar@unal.edu.co.

**** Magíster en Teoría Política y Económica, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia, 1992; Economista, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 1988. Consultor Independiente en Mercadeo, Barranquilla, Colombia. Correo electrónico: jegarcacimarron@yahoo.com.

Identificación de grupos estratégicos en el subsector asegurador colombiano

RESUMEN

El artículo analiza varios grupos estratégicos del subsector asegurador colombiano y su persistencia en el tiempo. La metodología identifica grupos estratégicos en el subsector asegurador colombiano, mediante indicadores financieros procesados con análisis de *cluster* y el método de mínima varianza; determina la estabilidad de esos grupos estratégicos en el tiempo, y establece una relación entre el desempeño de las empresas aseguradoras y la estabilidad en el tiempo de los grupos estratégicos. Para el período 2000-2006, el análisis identifica cuatro grupos estratégicos, con una estabilidad de 93%, y la relación entre dicha estabilidad y el desempeño financiero de las empresas que los conforman. Estos resultados son relevantes para entender la evolución del sector y desarrollar planes de corto y largo plazo, orientados a mejorar su competitividad.

Palabras clave:

grupo estratégico, posicionamiento estratégico, subsector asegurador, indicadores financieros.

Identifying Strategic Groups in the Insurance Subsector in Colombia

ABSTRACT

This article analyzes several strategic groups in the insurance subsector in Colombia and their endurance. The methodology identifies strategic groups in the Colombian insurance subsector, using financial indicators processed through cluster analysis and the minimum variance method; it determines the stability of such strategic groups through time and establishes a relation between the insurance companies' performance and the strategic groups' stability through time. For the period 2000-2006, the analysis identifies four strategic groups, with a stability of 93%, and the relation between said stability and the financial performance of the firms that comprise each group. The results are important for understanding the sector evolution and for developing short- and long-term plans aimed at improving its competitiveness.

Key words:

Strategic group, strategic positioning, insurance subsector, financial indicators.

Identificação de grupos estratégicos no subsetor assegurador colombiano

RESUMO

O artigo analisa vários grupos estratégicos do subsetor assegurador colombiano e sua persistência no tempo. A metodologia identifica grupos estratégicos no subsetor assegurador colombiano, mediante indicadores financeiros processados com análise de *cluster* e o método de variante mínima; determina a estabilidade desses grupos estratégicos no tempo, e estabelece uma relação entre o desempenho das empresas asseguradoras e a estabilidade no tempo dos grupos estratégicos. Para o período 2000-2006, a análise identifica quatro grupos estratégicos, com uma estabilidade de 93%, e a relação entre essa estabilidade e o desempenho financeiro das empresas que os compõem. Estes resultados são relevantes para entender a evolução do setor e desenvolver planos a curto e longo prazo, orientados a melhorar sua competitividade.

Palavras chave:

grupo estratégico, posicionamento estratégico, subsetor assegurador, indicadores financeiros.

Introducción

Con la perspectiva de estudiar la consolidación del sector asegurador de Colombia y su evolución en el tiempo, se propuso como fundamento de la presente investigación empírica la necesidad de verificar la existencia de grupos estratégicos en el subsector asegurador colombiano, lo cual permite entenderlo, así como su configuración a través del tiempo (Quivy y Campenhoudt, 2005). Este sector resulta de interés particular por su propio comportamiento económico, en términos de agrupaciones (Garcés y Duque, 2007).

Adicionalmente, la importancia de estudiar la conformación de grupos estratégicos en ciertos sectores industriales se centra en la posibilidad de entender su estructura y en cómo influye esta directamente en el comportamiento organizacional y en la estrategia; por ende, en los resultados posibles de una organización (Bain, 1968).

Para entender dicha agrupación en sectores estratégicos se utiliza una metodología muy cercana a la empleada por Fiegenbaum y Thomas (1990) en la industria aseguradora estadounidense; así como aplicaciones derivadas de los estudios de Amel y Rhoades (1988)¹ en la banca del país del norte; Lewis y Thomas (1990)², en la industria británica de tiendas de comestibles al por menor; Fiegenbaum, Sudharshan y Thomas (1987)³, en

la industria aseguradora, y Garcés y Duque (2008), en la banca colombiana.

Para este estudio se presenta un acercamiento, en términos teóricos, al concepto de estrategia, que enmarca la metodología de identificación de grupos estratégicos⁴; se realiza una breve reflexión sobre el sector asegurador en Colombia; se discuten los resultados en el estudio, y se presentan las conclusiones encontradas.

1. Aspectos conceptuales sobre grupos estratégicos

El término *estrategia* tiene un amplio recorrido histórico. Su primer uso se da en el ámbito militar: viene del griego *strategos*, que significa *general*. A su vez, esta palabra proviene de raíces que significan ejército y acaudillar (Mintzberg, 1997, p. 1). En el campo militar, “la estrategia se contrapone a la táctica, que es un esquema específico para el empleo de los recursos asignados” (Ansoff, 1976, p. 135).

Atendiendo a lo anterior, el concepto de estrategia surge en el campo empresarial al caer en cuenta que por el hecho de tener objetivos claros, estos por sí solos no satisfacen las necesidades de expansión y selección del ámbito, dado que se requieren reglas de decisión para que la empresa tenga un crecimiento ordenado y rentable. Así, estas reglas se han concebido como estrategia (Ansoff, 1976).

¹ Amel y Rhoades (1992) también hacen un estudio en el mismo sector.

² También desarrollado por Carroll, Lewis y Thomas (1992).

³ Este sector también se explora en Fiegenbaum, Su-

dhharshan y Thomas (1990) y Fiegenbaum y Thomas (1993 y 1995).

⁴ El desempeño de grupos estratégicos es estudiado también por Cool y Schendel (1987 y 1988) y Cool y Dierickx (1993).

Es posible hacer un paralelo entre las disciplinas de estrategia corporativa y organización industrial, puesto que existe cierta sinergia entre ellas. Lo anterior se afirma, dado que la primera evalúa, desde su punto de vista, situaciones del entorno que influyen en ella; la segunda, a su vez, estudia las formas en las cuales conforman y se agrupan las organizaciones.

A partir de los avances de la teoría moderna de la firma, se señala cómo escenarios asimétricos e “imperfectos” permiten identificar sectores industriales que no son homogéneos, aunque en su interior se pueden identificar grupos de empresas que sí lo son entre ellos, siguiendo estrategias similares a lo largo de algunas dimensiones estratégicas, que igualmente difieren sustancialmente de los demás grupos posibles de identificar. Esta aproximación constituye un primer acercamiento al concepto, como el de un “cartografiado de un sector industrial” (Porter, 1984, p. 148).

Existen variadas razones por las que las empresas pueden decidir “ubicarse” en un determinado grupo estratégico, entre ellas: capacidades, habilidades y competencias adquiridas; escogencia de cierto segmento de consumidores; historia de la empresa (en cuanto a gestión del conocimiento), lo que puede impedir a nuevos entrantes imitar las estrategias, y factores externos, como modificaciones o alteraciones en tecnología o en la conducta del comprador.

Lo anterior puede cambiar o redefinir los límites de la industria y producir nuevos grupos en el sector. Adicionalmente, puede que la ubicación en un grupo estratégico u otro,

por parte de una organización sea un comportamiento estratégico empresarial explícito o que sea un resultado implícito del ejercicio competitivo.

Sin embargo, cabe aclarar que Porter no fue quien originó el concepto. Hay algún consenso en relacionarlo con Michael Hunt, quien en 1972 lo utilizó en su disertación doctoral para explicar el desempeño, en condiciones asimétricas, de bienes genéricos (McGee y Thomas, 1986).

Estos autores definen grupo estratégico como “un conjunto de empresas con capacidades homogéneas para adaptar sus respectivas variables de decisión claves (estrategia competitiva) a los cambios que se pudiesen ocasionar en las condiciones competitivas de los mercados” (Prior y Surroca, 2001, p. 286). En esta definición se centraliza el concepto de estratégico como se ha mencionado, y el concepto de grupo, como aglomeración.

Estas agrupaciones permiten entonces que las empresas que compartan decisiones sobre alcance y composiciones similares de recursos para la consecución de unos objetivos equivalentes (Cool y Schendel, 1987) puedan desarrollar grupos estratégicos específicos. Las decisiones sobre alcance incluyen la elección de los segmentos de mercado objetivo de la empresa, la oferta de productos en dichos mercados y el ámbito geográfico de la estrategia (Prior y Surroca, 2001, p. 287).

Dicha aproximación se convierte en una herramienta que permite conocer los comportamientos estratégicos de las empresas de un sector determinado aprovechando la

información disponible (Cuesta, 2001). Los grupos estratégicos poseen tres características importantes:

- Cada grupo está formado por empresas que siguen estrategias similares, basadas en dimensiones o recursos, según el caso.
- Las empresas de un grupo se asemejan más entre sí que las que pertenecen a grupos distintos, es decir, homogeneidad interna y heterogeneidad externa.
- Las empresas de un grupo responden probablemente de forma similar a las oportunidades y amenazas del entorno (Cuesta, 2001).

En la literatura revisada existen cuatro enfoques del concepto de grupos estratégicos: el de posicionamiento, el de recursos, el cognitivo y el de interrelaciones. El primero parte de la noción de estrategia competitiva de Porter (Garcés y Duque, 2007) y muestra la manera como las industrias contienen grupos de empresas que difieren en su comportamiento económico y financiero (Caves y Porter, 1978).

El segundo, el enfoque de recursos, surge en respuesta al anterior y muestra la importancia de la información en los beneficios que va a obtener por una empresa (Barney, 1986). Sin embargo, sugiere que el comportamiento estratégico no puede estar orientado al “posicionamiento producto-mercado”, por tratarse de un elemento externo e inestable (Nohria y García-Pont, 1991). Por ello sugiere que la estrategia de las empresas debería centrarse en “lo que la empresa sabe hacer” y no en

“las necesidades a satisfacer” (Garcés y Duque, 2007).

En contraste, se encuentra el enfoque cognitivo, que muestra elementos para analizar la existencia y estabilidad de los grupos estratégicos, a partir de las percepciones de los directivos “estrategas”. Sin embargo, no ha desarrollado herramientas para analizar las estrategias en función de datos sectoriales (Garcés y Duque, 2007).

Finalmente, el enfoque de interrelaciones, encontrado en el trabajo de Thomas y Carroll (1994), se orienta a identificar grupos estratégicos a partir de la conducta organizacional. Se observa allí también la noción de grupos competitivos, dado que los autores mencionan los roles de competencia y cooperación entre las empresas (Garcés y Duque, 2007).

Estas aproximaciones han tenido, a su vez, aportes conceptuales de diferentes autores. El Cuadro 1 resume los autores más relevantes, el sector estudiado y las bases para el hallazgo de conformación de grupos estratégicos.

2. El sector asegurador de Colombia

La historia del seguro en Colombia se remonta a 1874, cuando por iniciativa de Pedro Navas Azuero, con el apoyo del entonces presidente de la República, Santiago Pérez, se fundó la primera sociedad llamada Compañía Colombiana de Seguros, cuya finalidad era asegurar el transporte de los cargamentos movilizados por tierra y por el río Magdalena, entre los centros de producción y consumo. Hasta ese momento en el país operaban

Cuadro 1
Estudios previos sobre grupos estratégicos

Autor(es)	Sector	Bases para el hallazgo de conformación de grupos estratégicos
Hunt (1972)	Productos genéricos	Líneas de producto
		<i>Grado de diversificación del producto</i>
		<i>Diferenciación del producto</i>
		<i>Integración vertical</i>
Newman (1973-1978)	Insumos para industria química	Grado de integración vertical
Porter (1973)	Consumo	Tamaño relativo de la firma
		<i>Clasificación de líderes y seguidores</i>
Hatten (1974), Hatten y Schendel (1977)	Industria cervecera	Variables de manufactura
		<i>Numero, antigüedad e intensidad de capital en las plantas</i>
		Variables de mercadeo
		<i>Número de marcas, precio y ventas</i>
		Variables estructurales
		<i>Tasa de concentración de las firmas</i>
Hatten, Schendel y Cooper (1978)	Industria cervecera	Variables de manufactura, de mercadeo y financieras. Apalancamiento, comportamiento en cuanto a fusiones y adquisiciones
Harrigan (1980)	Industrias en decadencia	Dimensiones estratégicas de la posición de la firma; se usó mapeo estratégico para identificar los grupos
Caver y Pugel (1980)	Muestra de industria manufacturera estadounidense	Tamaño relativo de la firma
Oster (1982)	Bienes de consumo	Estrategia de producto
		<i>Indicador publicidad/ventas</i>
Ramsler (1982)	Subsector bancario	Diferenciación del producto, tamaño, enfoque geográfico
Howell y Fraizer (1983)	Equipos y suplementos médicos	Grupo de consumidores atendidos, necesidades atendidas
Hayes, Spence y Marks (1983)	Banca de inversión	Análisis <i>logit</i> entre características de banca de inversión y características individuales de clientes
Baid y Sudharsan (1983)	Equipo de oficina (Computadores)	Variables estratégicas financieras
		<i>Apalancamiento, indicadores de retorno de activos, pago de dividendos, tamaño</i>

Continúa

Autor(es)	Sector	Bases para el hallazgo de conformación de grupos estratégicos	
Hergert (1983)	Muestra de industria manufacturera estado-unidense	Se mezclaron las siguientes variables (indicadores)	
		<i>Publicidad/ventas</i>	
		<i>Investigación y desarrollo/ventas</i>	
		<i>Unidades de negocio/ventas (de todas las unidades excepto la analizada)</i>	
<i>Participación de mercado</i>			
Dess y Davis (1984)	Pinturas	21 variables de mercadeo	
Hawes y Crittenden (1984)	Industria cervecera	Precio	
		Publicidad	
		Número de marcas	
		Participación de mercado	
Ryans y Wittink (1985)	Aerolíneas	Estrategia financiera; agrupación de residuos de CAPM	
Primeaux (1985)	Textiles sintéticos	Tamaño y comportamiento de inversiones	
Lewis y Thomas (1990)	Supermercados	Número de tiendas, número de líneas alimenticias, venta de alimentos en proporción con ventas del supermercado	
Fiegenbaum y Thomas (1990)	Industria aseguradora estadounidense	Componente estratégico	Enfoque
			Enfoque del producto
			<i>Primas netas suscritas (PSN) personales / (PSN personales + PSN comerciales)</i>
			<i>(PSN propiedad + PSN obligaciones) / (PSN prop + PSN oblig + seguros de vida)</i>
			Diversificación del producto
			Tamaño de la firma
			<i>LOG (PSN)</i>
			Empleo de recursos
Producción			
<i>Gastos suscritos / PSN</i>			
Fiegenbaum y Thomas (1990)	Industria aseguradora estadounidense	Componente estratégico	<i>Primas directas suscritas - PSN / PSN</i> Finanzas

Continúa

Autor(es)	Sector	Bases para el hallazgo de conformación de grupos estratégicos	
Fiegenbaum y Thomas (1990)	Industria aseguradora estadounidense	Componente estratégico	<i>Net Premiums earned/Excedente de Tomadores de seguro</i>
			<i>Capital/ capital + bonos</i>
		Componente comportamental	Economía
			Tasa combinada
			<i>Pérdidas causadas + pérdidas ajustadas a gastos + gastos suscritos + dividendos / PSN</i>
			Participación de mercado
			<i>NPS de la firma / NPS de la industria</i>
			Riesgo
<i>Desviación estándar de pérdidas causadas + pérdidas ajustadas a gastos + gastos suscritos + dividendos / PSN</i>			
<i>Desviación estándar de NPS de la firma / NPS de la industria</i>			
Garcés (2005)	Banca colombiana	Especialización productiva	Activo
			Crédito personal/inversiones financieras
			Crédito comercial/inversiones financieras
			Crédito con garantía real/inversiones financieras
			Tesorería/Inversiones financieras
			Pasivo
			Cuentas corrientes/recursos ajenos
			Otras cuentas/recursos ajenos
		Cuentas de ahorro y depósitos a largo plazo/recursos ajenos	
		Intermediarios financieros /pasivo	
Tamaño	Tamaño de la empresa		
	Activo total		
Rojas (2006)	Industria aseguradora colombiana	Especialización productiva	Primas emitidas ramo automóviles
			Total primas emitidas
			SOAT
			Total primas emitidas

Continúa

Autor(es)	Sector	Bases para el hallazgo de conformación de grupos estratégicos	
Rojas (2006)	Industria aseguradora colombiana	Especialización productiva	Primas emitidas ramo aviación + navegación + transporte
			Total primas emitidas
			Primas emitidas ramo cumplimiento + manejo + riesgo civil + todo riesgo contratista / lucro cesante
			Total primas emitidas
			Primas emitidas incendio/vidrios/terremoto
			Total primas emitidas
			Primas emitidas montaje y rotura de maquinaria
			Total primas emitidas
			Primas emitidas riesgos de minas y petróleos
			Total primas emitidas
			Primas emitidas semovientes + agrícola + acuicultura + roya + agricultura
			Total primas emitidas
			Primas emitidas sustracción
			Total primas emitidas
			Primas emitidas crédito comercial + crédito por insolvencia + crédito a la exp
			Total primas emitidas
			Primas emitidas colectivo de vida + vida grupo + grupo educativo + cooperativo de vida + integral familiar + exequias + hogar
			Total primas emitidas
			Primas emitidas salud + enfermedades alto costo + acc. personales + previsional invalidez y sobrevivencia
			Total primas emitidas
			Primas emitidas vida individual
Total primas emitidas			
Primas emitidas riesgos profesionales			
Total primas emitidas			

Continúa

Autor(es)	Sector	Bases para el hallazgo de conformación de grupos estratégicos	
Rojas (2006)	Industria aseguradora colombiana	Control	Gastos suscritos
			Total primas emitidas
			Gastos de personal
			Total primas emitidas
			Resp. primas (primas emitidas + aceptadas coaseguro + aceptadas reaseguro-cedidas reaseguro)
			Activos totales
		Resultado	Resultado técnico
			Resultado del ejercicio
			Patrimonio
			Total primas emitidas
Total primas emitidas del sector			

Fuente: adaptado de McGee y Thomas (1986).

únicamente agencias representantes de compañías extranjeras.

En 1877, la Compañía Colombia de Seguros aumentó su rango de protección a la movilización de mercancías por el río Orinoco y estableció el seguro de incendio. Dos años después, con el desarrollo de transporte por vía férrea, se ampliaron los amparos a los bienes movilizados por este medio (Ossa, 1991).

A partir de 1930 se empezaron a crear varios seguros. En ese año se establecieron los de robo, rotura de vidrios y automóviles. Al año siguiente se instauró el seguro colectivo de vida para empleados, y en 1938, el de cumplimiento y manejo. Entre 1874 y 1939 se fundaron varias compañías, algunas de las cuales desaparecieron y otras se fusionaron con la Compañía Colombiana de Se-

guros (Colseguros). Entre las primeras que se crearon podemos mencionar, además de Colseguros, la Compañía de Seguros Bolívar S. A. (fundada en 1939) y la Compañía Suramericana de Seguros S. A. (fundada en 1944) (Ossa, 1991).

En cuanto a la regulación del subsector, en 1977, por medio de la Ley 57, entró en vigor el Código de Comercio Terrestre, el cual contenía las primeras normas reguladoras de la actividad aseguradora. Dicho cuerpo fue derogado por el Decreto 410 de 1971, que estableció el nuevo Código de Comercio. Con la promulgación de la Ley 68 de 1924 se estableció el control oficial de la industria aseguradora, que se complementó en 1927 por medio de la Ley 105, que regulaba las compañías de seguros y establecía su control por medio de la Superintendencia Bancaria.

Luego, la Ley 45 de 1990 modificó integralmente el sistema y se reguló la actividad aseguradora, que dio libertad de pólizas y tarifas y abrió el sector a la inversión extranjera. Este cambio estuvo intrínsecamente ligado a la apertura económica, que produjo en este sector una mayor flexibilidad para el desarrollo de nuevos productos. Con la entrada de nuevas empresas extranjeras, hubo una caída en las tarifas (primas).

3. Aspectos metodológicos sobre la identificación de grupos estratégicos

El análisis de grupos estratégicos se ha centrado en la necesidad de agrupar la oferta, es decir, las empresas de acuerdo con sus estrategias (Flavián, 1995). La comparación de una empresa con relación a su grupo estratégico y de grupos estratégicos entre sí da al análisis de un determinado sector una perspectiva global y superior a la realizada entre una empresa y su sector en su conjunto (Bello y Muñiz, 1998; Cuesta, 2001).

En el caso colombiano, se hizo una validación empírica para la banca colombiana. En el caso del subsector asegurador, existe un estudio para la industria estadounidense, entre otros estudios internacionales, pero se evidenció la necesidad de realizar uno en el mercado colombiano, a efectos de conocer su evolución y posibilidades de desarrollo.

Tras el anterior recorrido por los principales autores en el tema, se aclara que las metodologías acogidas para adaptarlas a esta investigación son las de Fiegenbaum y Thomas (1990) y Garcés y Duque (2008), porque

centran su objeto de estudio en el sector financiero, industria aseguradora y banca, respectivamente. Estas metodologías facilitan identificar los grupos desde la perspectiva competitiva, dado que el procesamiento de datos arroja los resultados de una forma gráfica. Además son de fácil comprobación estadística, con lo cual los modelos que se construyen tienen robustez. Por lo anterior, las hipótesis que se plantean para esta investigación son:

H1. Los grupos estratégicos son una realidad empresarial, posible de identificar en el subsector asegurador colombiano en un período específico.

H2. La estructura de los grupos estratégicos identificados es estable en el tiempo, tanto en su composición (pertenencia) como en el número de grupos.

H3. La existencia y estabilidad de los grupos estratégicos identificados están relacionadas con el desempeño de las empresas que los conforman.

El universo de investigación es el subsector asegurador, que hace parte del sector financiero colombiano. Está compuesto por compañías aseguradoras, capitalizadoras, corredoras de seguros y reaseguradoras. La identificación de grupos estratégicos se realizó únicamente en las organizaciones dedicadas a los ramos de seguros generales y de vida, en el rol asegurador, incluidas dos cooperativas de seguros que se dedican a este trabajo.

Algunas compañías del sector atienden los dos ramos (generales y de vida) bajo razones

sociales distintas; sin embargo, cuentan con los mismos representantes legales. Mientras que otras están en sólo uno de los dos. El análisis no tuvo en cuenta la existencia de los dos ramos y tomó las compañías que participan en los dos ramos como una unidad. Teniendo en cuenta que en la serie existen algunas empresas que son compradas por otras, para facilitar el análisis de datos, los resultados de las primeras serán sumados a las segundas.

Se excluyó del análisis una compañía, en razón a que aparece en el 2004 y se liquida en el siguiente; además, no fue comprada ni se fusionó con ninguna otra del sector. Por ende, es la única que no se tendrá en cuenta. Es el caso de la Compañía Central de Seguros para Incendio y Terremoto S. A. Dado lo anterior, se trató de identificar grupos estratégicos para 27 empresas registradas en el 2006. En el Cuadro 2 se muestran las compañías analizadas.

La fuente de datos son los datos financieros del subsector, como los estados de pérdidas y ganancias y el informe de coyuntura por entidades, que suministra periódicamente la Superintendencia Financiera de Colombia, que es el ente regulador de estas compañías. A los datos obtenidos de la Superfinanciera se les hizo un proceso de deflatación⁵ y estandarización longitudinal, con el fin de estuvieran una escala común, dado que aunque ellos tienen las mismas características, no poseen el mismo centro, y la anterior es una condición para poder ingresar los datos

⁵ Deflatación por medio de la técnica deflactor implícito (Lora, 2004). Año base 1998, de acuerdo con la última metodología de deflactor implícito propuesta por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

Cuadro 2

Compañías aseguradoras en Colombia a 2006

Empresa	Ramos actuales
ACE Seguros	Sólo generales
Agrícola	Generales y vida
AIG	Generales y vida
Alfa	Generales y vida
Aurora	Sólo vida
BBVA	Generales y vida
Bolívar	Generales y vida
Central	Sólo generales
CHUBB	Sólo generales
Colpatria	Generales y vida
Colseguros	Generales y vida
Cóndor	Sólo generales
Confianza	Sólo generales
Equidad	Generales y vida
Estado	Generales y vida
Generali	Generales y vida
Liberty	Generales y vida
Mapfre	Generales y vida
Mundial	Sólo generales
Pan American	Sólo vida
Previsora	Generales y vida
Riesgos Profesionales Colmena	Sólo vida
Royal y Sun Alliance	Generales y vida
Segurexpo	Sólo generales
Skandia	Sólo vida
Solidaria	Sólo generales
Suramericana	Generales y vida

Fuente: elaboración propia a partir de información de la Superintendencia Financiera de Colombia

al programa estadístico SPSS, previo al análisis de conglomerados.

Las variables se construyeron a partir de los datos provistos por la Superintendencia Financiera de Colombia. Según la literatura revisada, existen algunas variables estratégicas que permiten inferir acerca del posicionamiento estratégico de las empresas. Para el caso de la industria aseguradora (existen dos componentes, el estratégico y el comportamental), tal como lo proponen Fiegenbaum y Thomas (1990) para la industria estadounidense. En este trabajo de investigación las variables que se van a tratar son (Cuadro 3):

Las variables 1 a 14 son clasificadas como de especialización productiva; de la 16 a la 19, como de control, y de la 20 a 22 y 15, como de resultados. Las variables 1 a 14 tratan de medir, a manera de indicador, la participación de una categorización (elaborada por nosotros) en la emisión total de primas de cada empresa. Dicha clasificación se hizo teniendo en cuenta los distintos tipos de seguro vendidos y su enfoque.

La *variable 1* tiene en cuenta el ramo de automóviles; mientras la *variable 2*, la emisión del Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT). La *variable 3* trata lo relacionado con transporte, es decir, las primas emitidas para aviación, navegación y transporte como tal. La *variable 4* contempla las primas emitidas para cumplimiento, manejo, responsabilidad civil, todo riesgo contratista y lucro cesante.

La *variable 5* toma en cuenta la suma de emisiones por incendio, vidrios y terremoto,

Cuadro 3

Variables para identificar grupos estratégicos en el subsector asegurador colombiano

#	Variables	Tipo
V1	Primas emitidas ramo automóviles	Variables de especialización productiva (VEP)
	Total primas emitidas	
V2	SOAT	
	Total primas emitidas	
V3	Primas emitidas ramo aviación + navegación + transporte	
	Total primas emitidas	
V4	Primas emitidas ramo cumplimiento + manejo + r. civil + todo riesgo contratista/ lucro cesante	
	Total primas emitidas	
V5	Primas emitidas incendio/vidrios/terremoto	
	Total primas emitidas	
V6	Primas emitidas montaje y rotura de maquinaria	
	Total primas emitidas	
V7	Primas emitidas riesgos de minas y petróleos	
	Total primas emitidas	
V8	Primas emitidas semovientes + agrícola + acuicultura + roya + agricultura	
	Total primas emitidas	
V9	Primas emitidas sustracción	
	Total primas emitidas	
V10	Primas emitidas crédito comercial + crédito por insolvencia + crédito a la exp	
	Total primas emitidas	
V11	Primas emitidas colectivo de vida + vida grupo + grupo educativo + cooperativo de vida + integral familiar + exequias + hogar	
	Total primas emitidas	
V12	Primas emitidas salud + enfermedades alto costo + acc. personales + previsional invalidez y sobrevivencia	
	Total primas emitidas	

Continúa

#	Variables	Tipo
V13	Primas emitidas vida individual	VEP
	Total primas emitidas	
V14	Primas emitidas riesgos profesionales	
	Total primas emitidas	
V16	Gastos suscritos	Variables de control
	Total primas emitidas	
V17	Gastos de personal	
	Total primas emitidas	
V18	Resp. primas (primas emitidas + aceptadas coaseguro + aceptadas reaseguro – cedidas reaseguro)	
V19	Activos totales	
V20	Resultado técnico	V. resultado
V21	Resultado del ejercicio	
V22	Patrimonio	
V15	Total primas emitidas	
	Total primas emitidas del sector	

Fuente: elaboración propia.

sobre el total de primas emitidas por la empresa. Los aseguradores tienen la tendencia a clasificar los ramos de incendio y vidrios juntos y el de terremoto con los de hogar; pero en esta investigación la clasificación considera la orientación al mercado que tienen los seguros. Dado lo anterior, es claro precisar que la variable 5 tiene un enfoque institucional, es decir, este tipo de seguros se vende a organizaciones y no a hogares.

La *variable 6* tiene en cuenta emisiones de montaje y rotura de maquinaria; la *variable 7*, los riesgos de minas y petróleos. En la *variable 8* se contemplan las primas emitidas para los ramos semoviente, agrícola, acuicultura, roya y agricultura. La *variable 9* trata el ramo de sustracción. La *variable 10*, las

emitidas para crédito comercial, crédito por insolvencia y crédito a la exportación.

La *variable 11* contempla las primas emitidas para los ramos colectivo de vida, vida grupo, grupo educativo, cooperativo de vida, integral familiar, exequias y hogar, esto por cuanto son seguros globales y grupales.

La *variable 12* tiene en cuenta las emitidas para los ramos salud, enfermedades de alto costo, accidentes personales y previsional invalidez y sobrevivencia. Lo anterior dado que son seguros individuales. Por otro lado, la *variable 13* tiene también un ramo similar, que es el de vida individual y se separa de los anteriores por tener características jurídicas distintas a los de la variable anterior. En la *variable 14* se contemplan únicamente las primas emitidas para riesgos profesionales. Este indicador se separa también de los anteriores, dado que cubre aspectos que no tienen que ver intrínsecamente con el individuo, sino con su actividad.

Las *variables 16 y 17* contemplan la participación de los gastos en el total de primas emitidas por cada empresa, la primera con los gastos suscritos totales y la segunda con los gastos de personal.

La *variable 18* mide la responsabilidad que asume cada empresa por las primas emitidas. Suma las primas emitidas, las aceptadas en coaseguro y las admitidas en reaseguro, y resta las cedidas en reaseguro, pues constituye una variable que mide el tamaño real del negocio. La *variable 19* contempla los activos totales de cada una de las empresas.

Las variables 20 a 22 y 15 son de resultado. Se componen, respectivamente, por: activos totales, resultado técnico, resultado del ejercicio y patrimonio. La variable 15, también de resultado, mide la participación del mercado de cada compañía, dividiendo el total de primas emitidas por la compañía entre el total de primas emitidas en el sector. El proceso conclusivo de esta investigación se realizó en tres fases:

Fase 1. Identificación de grupos en el 2006: a partir de los hallados en este período se verifican los movimientos y número de grupos en los años 2000 a 2005. Lo anterior constituye un análisis longitudinal hacia atrás. El procesamiento de los datos se realiza en el paquete estadístico SPSS por medio de un análisis de *cluster* aplicado a las variables, previamente deflactadas y estandarizadas; se utiliza el método jerárquico de Ward⁶ o de mínima varianza, usado por Lewis y Thomas (1990), Mas (1994) y Garcés y Duque (2008).

El criterio de discrepancia o de hallazgo de solución para los anteriores autores se alcanza cuando el número de grupos encontrados explican al menos el 65% de la varianza total ($\delta^2 \geq 65\%$) y que al añadir otro grupo, el incremento en la varianza total explicada no supere un 5% ($\Delta\delta^2 \leq 5\%$). La presente investigación fue algo más rigurosa con este criterio y asumió que existe solución cuando el número de *clusters* o grupos expliquen al menos el 70% de la varianza total y que al

añadir otro grupo el incremento en la varianza total explicada, en más del 3%.

Fase 2. Caracterización de grupos estratégicos y demostración de su significancia estadística⁷: se determinan las dimensiones en las que las compañías tienden a agruparse, usando un procedimiento similar al definido por Amel y Rhoades (1988) y Garcés y Duque (2008). Primero se calculan los valores medios de las variables, para cada grupo estratégico y se obtienen las medias de los indicadores para el conjunto de la industria. Luego se comparan los indicadores de cada grupo con el promedio de la muestra. Así, se afirma que un grupo estratégico se especializa en una dimensión cuando el valor del indicador que le especifica es un 5% superior o más al coeficiente medio de la industria: con un valor menor al 5% el grupo intenta evitar la dimensión en cuestión; es decir, que se exigen algunas experiencias con las que no cuentan las entidades del grupo o carecen de habilidad para ello.

Fase 3. Revisión de la estabilidad de los grupos estratégicos: para tal fin se usó la siguiente fórmula:

$$x_{t=1}^n = \frac{\sum_j^m \Delta}{\text{Total de empresas}} - 1$$

Donde: Δ es el total de cambios de las empresas; j es la cantidad inicial de cambios en las empresas; m es la cantidad final de cambios en las empresas; i corresponde al 2000; n corresponde al 2006, y X es el promedio. Luego el índice de estabilidad (de nuestra

⁶ Este es un método donde se considera la distancia euclídea al cuadrado como medida de disimilitud. Para configurar los conglomerados este método busca que los elementos que satisfagan la condición de hacer mínimo el incremento de la varianza al ser unidos.

⁷ Todos los procesos de verificación de significancia estadística se harán por medio del paquete estadístico SPSS y la herramienta para el análisis de datos ANOVA.

elaboración) es el promedio de la proporción del total de cambios y el total de empresas del período 2000-2006.

4. Resultados

Después de haber definido los grupos y de haberlos caracterizado y al analizar la revisión de la estabilidad de los grupos estratégicos mediante la metodología sugerida, se pueden encontrar los siguientes resultados respecto a las hipótesis propuestas.

4.1 Los grupos estratégicos son una realidad empresarial, posible de identificar en el subsector asegurador colombiano en un período específico

Se halló que para el período 2000-2006 se cumplía el criterio de discrepancia, o de hallazgo de solución. Para facilitar la identificación visual de los grupos, se diferencian así en el Gráfico 1: el grupo estratégico 1, con negrita; grupo estratégico 2, con cursiva; grupo estratégico 3, en letra redonda, y grupo estratégico 4, con negrita y cursiva. Estos distintivos identifican a los integrantes del 2006 y se mantienen en las conformaciones identificadas en los siguientes años, donde se podrán observar los cambios de manera más clara.

El procesamiento de los datos identificó de manera consistente cuatro grupos estratégicos para todos los años, donde el único año con cambios en los integrantes de los grupos es el 2006 (al final del período), cuyos resultados se presentan en el Cuadro 4.

Cuadro 4
Integrantes por grupo estratégico en el 2006 en el subsector asegurador colombiano

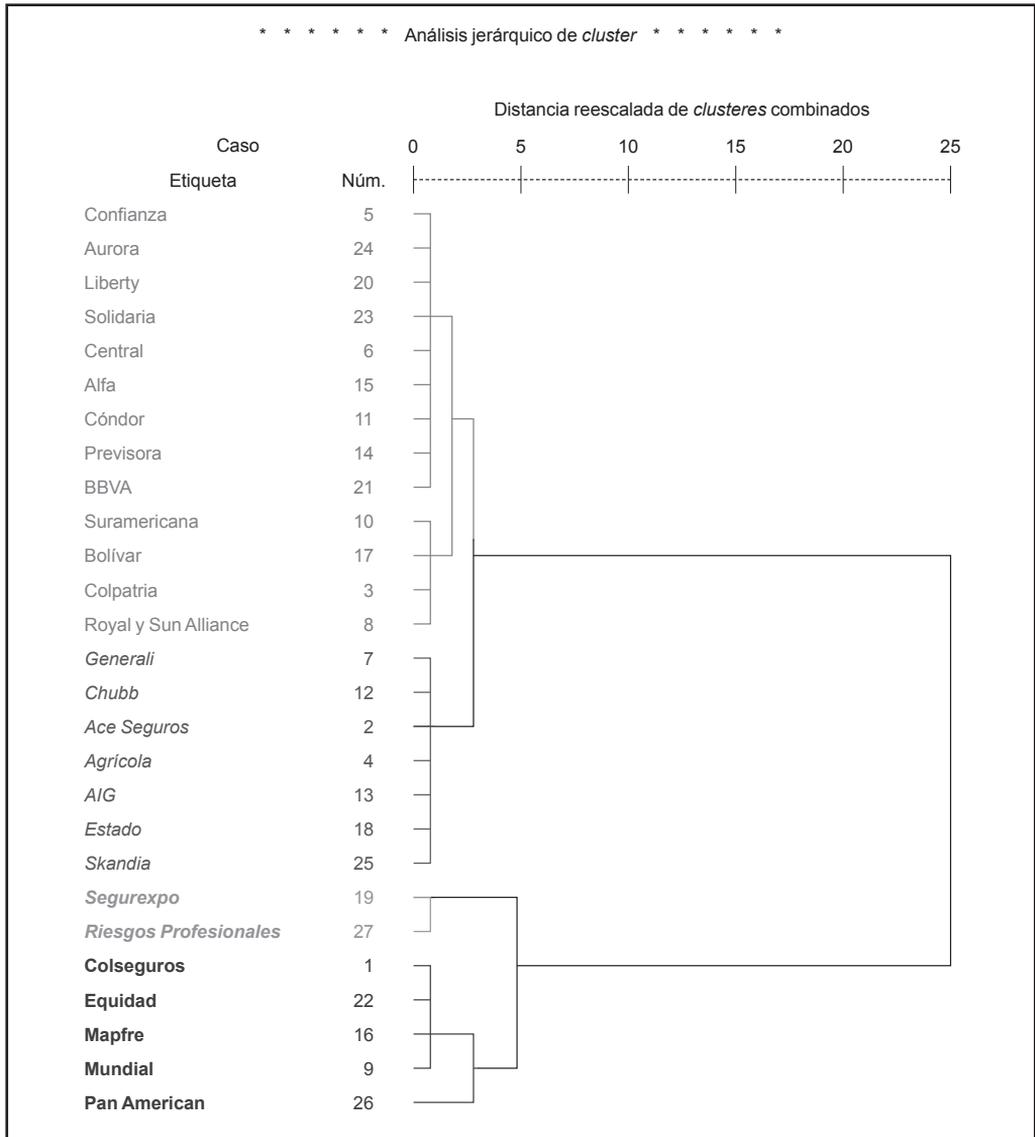
Grupo	Integrantes
Grupo 1	1: Colseguros
	9: Mundial
	16: Mapfre
	22: Equidad
Grupo 2	26: Pan American
	2: ACE Seguros
	4: Agrícola
	7: Generali
	12: Chubb
	13: AIG
Grupo 3	18: Estado
	25: Skandia
	3: Colpatria
	5: Confianza
	6: Central
	8: Royal y Sun Alliance
	10: Suramericana
	11: Cóndor
	14: Previsora
	15: Alfa
	17: Bolívar
	20: Liberty
21: BBVA	
Grupo 4	23: Solidaria
	24: Aurora
Grupo 4	19: Segurexpo
	27: Riesgos Profesionales

Fuente: elaboración propia.

El dendograma del Gráfico 1 muestra la conformación de dichos grupos para el 2006, indicado por el análisis de *cluster*:

La serie 2000 a 2005, año a año hacia atrás, muestra la conformación de grupos estratégicos en la industria aseguradora colombiana (Cuadro 5).

Gráfico 1
Dendograma para el 2006



Fuente: elaboración propia.

Cuadro 5

Integrantes por grupo estratégico (2000-2005) en el subsector asegurador colombiano

Grupo	Integrantes
Grupo 1	1: Colseguros
	26: Pan American
	7: Generali (en 2006 grupo 2)
Grupo 2	16: Mapfre (en 2006 grupo 1)
	2: ACE Seguros
	4: Agrícola
	10: Suramericana (en 2006 grupo 3)
	20: Liberty (en 2006 grupo 3)
Grupo 3	12: Chubb (en 2006 grupo 2)
	13: AIG (en 2006 grupo 2)
	18: Estado (en 2006 grupo 2)
	3: Colpatria
	6: Central
	8: Royal y Sun Alliance
	14: Previsora
	15: Alfa
	17: Bolívar
	21: BBVA
23: Solidaria	
Grupo 4	9: Mundial (en 2006 grupo 1)
	22: Equidad (en 2006 grupo 1)
	25: Skandia (en 2006 grupo 2)
	5: Confianza (en 2006 grupo 3)
	11: Cóndor (en 2006 grupo 3)
	24: Aurora (en 2006 grupo 3)
	19: Segurexpo
	27: Riesgos Profesionales

Fuente: elaboración propia.

Según los resultados de la investigación, el *grupo estratégico 1* muestra cierta especialización en los ramos de automóviles, incendio, vidrios, terremoto, montaje y rotura de maquinaria, salud e invalidez y vida individual; aunque no es el único grupo que presenta elevados valores medios frente al subsector. Adicionalmente, sus resultados técnicos están por debajo de los del sector, y esto se refleja en sus resultados del ejercicio. En suma, este grupo está integrado por empresas que no tienen altas participaciones de mercado, pero son empresas “fuertes” en el manejo de sus resultados técnicos, lo que paradójicamente no se ve reflejado en sus beneficios netos.

Por otro lado, el *grupo estratégico 2* es especialista en el ramo de automóviles, transporte y vida individual, y es el grupo más fuerte en vidrios, incendio y terremoto. Se caracteriza por tener las más altas participaciones en el mercado; pero sus índices de responsabilidad en primas es alto y esto se refleja en sus resultados técnicos negativos, mas no en sus resultados del ejercicio. Este grupo está compuesto por algunas empresas de capital extranjero que llegaron a partir de la Ley 45 de 1990, bien sea con empresas nuevas o comprando algunas existentes.

El *grupo estratégico 3* es especialista en el ramo de automóviles, incendio, vidrios y terremoto, montaje y rotura de maquinaria, riesgos de minas y petróleos, colectivos de vida y hogar; adicionalmente, es el grupo más fuerte en el SOAT y seguros agrícolas. Además, se caracteriza por tener alta participación en el mercado. Aunque su nivel en responsabilidad en primas es alto, esto no afecta sus resulta-

dos técnicos ni del ejercicio. En suma, este grupo está conformado por algunas empresas de capital nacional, tienen altas participaciones de mercado y altas utilidades.

Por último, el *grupo estratégico 4* es especialista en el ramo de salud e invalidez y es el más fuerte en seguros contractuales y extracontractuales, para créditos y riesgos profesionales. Su nivel en responsabilidad en primas es bajo, lo que se refleja en sus resultados técnicos superiores, pero no en los del ejercicio, comparado con los demás grupos. Resumiendo, este grupo tiene empresas pequeñas y “cuidadosas” en el manejo técnico⁸ y con pocas utilidades.

Como resultado de este análisis, se puede inferir que los grupos estratégicos son una realidad empresarial, identificable en el subsector asegurador. El comportamiento de las empresas pertenecientes a cada grupo es similar en los identificados.

Para sustentar la anterior afirmación, se realizaron pruebas análisis de varianza (ANOVA) de los valores medios de las variables por año. El criterio de discrepancia en este caso es: si el indicador de un grupo estratégico tiene un valor 5% superior o más al coeficiente medio de la industria, se considera especialista en ese ámbito; de lo contrario, se dice que carece de habilidad para ello.

4.2 La estructura de los grupos estratégicos identificados es estable en el tiempo, tanto en su composición (pertenencia) como en el número de grupos

En el subsector asegurador colombiano es notoria la estabilidad de los grupos estratégicos en el tiempo. Entre los años 2000 a 2005, tanto la cantidad de integrantes como la de grupos fueron idénticas. Adicionalmente, los miembros de los *clústeres* para este período son los mismos.

Para el 2006, 14 empresas se mantuvieron estables. Los grupos 1 a 3 tuvieron un aumento de dos participantes y el 4 disminuyó a dos su número de integrantes. Y en general, para el período 2000-2006 se puede decir que la industria aseguradora muestra un índice de estabilidad de al menos 93%⁹.

Los datos parecen indicar que la estructura de los grupos estratégicos identificados es estable en el tiempo, tanto en su composición (pertenencia) como en el número de grupos. Esto nos lleva a no rechazar la segunda hipótesis de esta investigación —la estructura de los grupos estratégicos identificados es estable en el tiempo, tanto en su composición (pertenencia) como en el número de grupos—.

⁸ Cabe aclarar que tradicionalmente el sector asegurador se encuentra estructurado a pérdida técnica u operacional, dado que para estas empresas esta figura tiene ventajas tributarias. Lo que genera utilidades es el manejo financiero de las captaciones por primas, por lo anterior esta industria se cataloga en el sector financiero.

⁹ Véase el índice de estabilidad.

4.3 La existencia y estabilidad de los grupos estratégicos identificados están relacionadas con el desempeño de las empresas que los conforman

Al realizar una prueba ANOVA para verificar la existencia de diferencia estadística entre el desempeño del sector y el de los grupos, se encuentra que al comparar las medias de las variables de resultados de cada grupo con las del sector, resultan ser significativamente diferentes, puesto que su *p* valor (significancia) es menor que 0,1 del 2000 al 2005, para las variables resultado técnico, patrimonio y

cuota del mercado. Lo anterior comprueba parcialmente la tercera hipótesis de esta investigación (Cuadro 6).

5. Discusión

Los grupos estratégicos pueden ser una realidad empresarial, identificable en el subsector asegurador colombiano, puesto que se evidenció que esta industria no es homogénea y que se pueden identificar grupos de empresas mucho más cercanas o parecidas entre sí, dado que siguen una estrategia similar a lo largo de su cartografía estratégica y que, por

Cuadro 6
Grados de libertad: entre grupos = 3; intragrupos = 23; total 26.
Método ANOVA One-Way, procesado en SPSS

Variables		2006		2005		2004		2003	
Nombre	Identificador	Valor F	Significancia						
Resultado técnico	V20	0,775	0,520	2,674	0,071	2,664	0,072	2,671	0,071
Resultado del ejercicio	V21	0,254	0,858	2,049	0,135	2,031	0,138	2,073	0,132
Patrimonio	V22	6,991	0,002	8,727	0,000	8,760	0,000	8,741	0,000
Share	V15	2,412	0,093	5,573	0,005	5,570	0,005	5,569	0,005
Variables		2003		2002		2001		2000	
Nombre	Identificador	Valor F	Significancia						
Resultado técnico	V20	2,671	0,071	2,666	0,072	2,668	0,072	2,668	0,072
Resultado del ejercicio	V21	2,073	0,132	2,101	0,128	2,062	0,133	2,062	0,133
Patrimonio	V22	8,741	0,000	8,770	0,000	8,760	0,000	8,760	0,000
Share	V15	5,569	0,005	5,558	0,005	5,562	0,005	5,562	0,005

Nota: en cursiva y negrita entre 0 y 0,05; en cursiva entre 0,051 y 0,1.

Fuente: elaboración propia.

lo anterior, difieren de los demás grupos identificados. Esto se comprobó parcialmente, dado que los valores medios de las variables analizadas son muy homogéneos entre las diferentes empresas que los componen y heterogéneos con respecto a los demás grupos. Esto nos lleva a no rechazar —o a aceptar parcialmente— la primera de las hipótesis de esta investigación.

En este sector se pueden identificar cuatro grupos: el grupo estratégico 1¹⁰, cuyo enfoque se encuentra en distintos ramos. Se caracteriza también por tener resultados técnicos por debajo de los del sector, lo cual se refleja en los resultados del ejercicio.

Por otro lado, el grupo estratégico 2¹¹ está enfocado en requerimientos de seguros de vidrios, incendio y terremoto. Se caracteriza por tener la más altas participaciones en el mercado. Su índice de responsabilidad en primas es alto, lo que se refleja en resultados técnicos negativos, mas no en sus resultados del ejercicio. De esta forma, se podría inferir que aunque sus criterios para escoger a sus asegurados no son “óptimos”, sus operaciones financieras contrarrestan lo anterior.

El grupo estratégico 3¹² es el más fuerte en el SOAT y seguros agrícolas; su nivel en res-

ponsabilidad en primas es alto, pero esto no afecta sus resultados técnicos ni del ejercicio. Igual que el grupo anterior, sus criterios para escoger a sus asegurados no son óptimos, pero sus operaciones financieras contrarrestan esta situación. En este punto cabe insistir en que la industria aseguradora mundial está estructurada a pérdida técnica.

Por último, el grupo estratégico 4¹³ se enfoca en seguros contractuales y extracontractuales, para créditos y riesgos profesionales. Su nivel en responsabilidad en primas es bajo, lo que se refleja en sus resultados técnicos superiores, pero no en los del ejercicio, lo que lleva a concluir que escogen muy bien a sus asegurados, pero sus operaciones financieras no son óptimas.

Las variables diseñadas permitieron dilucidar el enfoque, entendido este como especialización productiva de las distintas compañías aseguradoras colombianas, caracterizadas grupalmente. Claro está que dicha especialización productiva responde a necesidades específicas del mercado, con lo que el enfoque llega a ser también de segmento de mercado.

En cuanto a la estructura de los grupos estratégicos del subsector asegurador, es muy estable en el tiempo, pues para el período bajo análisis su índice de estabilidad fue de 93%. Cabe aclarar que los cambios más importan-

¹⁰ Del 2005 al 2000 este grupo se conforma por Colseguros, Pan American y Generali. En el 2006 sale Generali de este grupo e ingresan Mundial, Mapfre y Equidad.

¹¹ ACE y Agrícola son las empresas que pertenecen a este grupo durante toda la serie. Mapfre, Suramericana y Liberty salen de este grupo en el 2006; ingresan Generali, Chubb, AIG, Estado y Skandia.

¹² Colpatria, Central, Royal and Sun Alliance, Previsora, Alfa, Bolívar, BBVA y Solidaria permanecen en este

grupo todos los años. En el último ingresan Aurora, Confianza, Cóndor, y salen Chubb, AIG y Estado.

¹³ Segurexpo y Riesgos Profesionales Colmena permanecen en este grupo todos los años. Salen Mundial, Equidad, Skandia, Confianza, Cóndor y Aurora, para el 2006.

tes se registran en el 2006, con un 52% de cambio. Lo anterior dado que el número de grupos y la composición de firmas en cada uno de ellos es homogénea, lo que nos lleva a no rechazar la segunda hipótesis de esta investigación.

Adicionalmente, la existencia y la estabilidad de los grupos estratégicos dependen directamente de la especialización productiva, de los resultados técnicos, del patrimonio y de la participación en el mercado de las empresas que los conforman. Lo anterior refleja la estrategia de sus empresas y puede ser inferida a partir de sus indicadores económico-financieros. Esto no implica, estadísticamente, que la totalidad de sus miembros posean idénticos desempeños en sus resultados del ejercicio. Por lo anterior, la tercera hipótesis se acepta parcialmente.

Realizando un ejercicio de interpretación de los resultados encontrados con la prueba ANOVA para verificar la existencia de diferencia estadística entre el desempeño del sector y el de los grupos, se encuentra que al comparar las medias de las variables de resultados de cada grupo con las del sector, resultan ser significativamente diferentes. Con lo que se puede llegar a inferir que la existencia y estabilidad de los grupos estratégicos identificados están relacionadas con el desempeño de las empresas que los conforman.

Con la verificación de las hipótesis propuestas en este trabajo de investigación, se señala cómo el concepto de grupos estratégicos se da desde el enfoque de posicionamiento, gracias al cual se encuentra que la industria aseguradora contiene grupos de empresas que

difieren en su comportamiento económico y financiero (Caves y Porter, 1978).

6. Limitaciones y futuras investigaciones

En cuanto a las limitaciones de este trabajo de investigación, se señalan, por un lado, el no haberse abordado todas las metodologías posibles para identificar grupos estratégicos. Por ello no fue posible encontrar modelos de predicción de estructuras de grupos estratégicos. Igualmente, no se calcularon períodos temporales estratégicamente estables, tal como se desarrolla en Garcés y Duque (2008) para la banca colombiana.

Así mismo, no se tomó en cuenta la identificación de grupos competitivos desarrollado por Fiegenbaum, Thomas y Tang (2001), aplicado a la industria aseguradora estadounidense, puesto que estaba fuera de los objetivos de esta investigación.

Adicionalmente, con la metodología utilizada en este trabajo no es posible identificar en los grupos resultantes las variables de consistencia estratégica entre el sector analizado. Sin embargo, en la literatura revisada existen propuestas respecto a que la definición de grupo estratégico surja de las diferencias de recursos financieros entre las empresas de una industria (Nohria y García-Pont, 1991).

Dadas las anteriores consideraciones, se abre campo para que una próxima investigación estudie la sinergia y la dinámica de este sector, en cuanto a compañías líderes y seguidoras en este mercado, dada la conformación estable de estos grupos estratégicos. Además,

sería de gran utilidad, tras identificar los grupos estratégicos, hallar los vínculos entre ellos y los grupos competitivos¹⁴.

Conclusiones

Luego de comprobar las hipótesis planteadas en la investigación, se afirma que los grupos estratégicos son una realidad empresarial, identificable en el subsector asegurador colombiano; que su estructura es estable en el período de observación, y que tanto la existencia como la estabilidad de los grupos estratégicos identificados están relacionadas con el desempeño de las empresas que los conforman.

Adicionalmente, las variables que se diseñaron para esta investigación no sólo permitieron identificar los grupos estratégicos, sino su enfoque productivo. Lo anterior fue desarrollado desde el enfoque de posicionamiento, gracias al cual es evidente que la industria aseguradora contiene grupos de empresas que difieren en su comportamiento financiero.

En suma, la técnica utilizada para abordar el objetivo de esta investigación agrupa las empresas en función de sus resultados financieros, y no en función de sus estrategias explícitas o implícitas. Las estrategias de las empresas de un sector determinan simultáneamente la estructura de una industria y, así, sus posibles resultados. De esta forma,

una industria es algo más que la sumatoria de grupos estratégicos; es una combinación sinérgica de estos.

Estudios de este tipo en diferentes sectores de la economía nacional e internacional son importantes, dado que permiten acercarse a una adecuada forma de evaluar la posición y las posibilidades que las empresas pueden desarrollar para constituir una ventaja competitiva.

Lista de referencias

- Amel, D. F. and Rhoades, S. A. (1988). Strategic groups in banking. *The Review of Economics and Statistics*, 70, 685-689.
- (1992). The performance effects of strategic groups in banking. *Antitrust Bulletin*, 37 (1), 171-186.
- Ansoff, I (1976). *La estrategia de la empresa*. Pamplona: McGraw Hill.
- (1997). *La dirección estratégica en la práctica empresarial*. México: Pearson.
- Bain, J. (1968). *Organización industrial*. Nueva York: Willey.
- Barney, J. (1986). Strategic factor markets. expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32 (10), 1231-1241.
- Bello Acebrón, L. y Muñiz Martínez, N. (1998). Análisis de grupos estratégicos en la distribución comercial en España. *Boletín Económico de Información Comercial Español*, (2587), 27-38.

¹⁴ Este concepto suele confundirse con el de grupos estratégicos, pero cuando se habla de competitivos se hace referencia a empresas que son rivales y que se hacen un constante seguimiento para configurar sus respectivas estrategias de posicionamiento.

- Berrío, A (2007, 4 de enero). *Historia de las empresas aseguradoras en Colombia*. Entrevista realizada para este trabajo de investigación. Barranquilla, Colombia.
- Bickley, J. (1959). The nature of business risk. *Journal of Insurance*, 25 (4), 32-42.
- Blanchard, R. (1959). Risk as a special subject of study. *Journal of Insurance*, 26 (1), 8-11.
- Carroll, C.; Lewis, P. M. and Thomas, H. (1992). Developing competitive strategies in retailing. *Long Range Planning*, 25 (2), 81-88.
- Caves, R. and Porter, M. (1978). Market structure, oligopoly, and stability of market shares. *The Journal of Industrial Economics*, 26 (4), 289-313.
- Congreso de la República de Colombia (1990). Ley 45 de 1990, por la cual se expiden normas en materia de intermediación financiera, se regula la actividad aseguradora, se conceden unas facultades y se dictan otras disposiciones.
- Cool, K. and Dierickx, I. (1993). Rivalry, strategic groups and firm profitability. *Strategic Management Journal*, 14, 47-59.
- Cool, K. and Schendel, D. (1987). Strategic group formation and performance: the case of the U.S. pharmaceutical industry, 1963-1982. *Management Science*, 33 (9), 1-23.
- (1988). Performance differences among strategic group members. *Strategic Management Journal*, 9, 207-223.
- Coulanges, F. (1864). *La ciudad antigua, estudio sobre el culto, el derecho y las instituciones de Grecia y Roma*. México: Porrúa.
- Cuesta Valiño, P. (2001). *Estrategias de crecimiento de las empresas de distribución comercial de productos de gran consumo que operan en España*. Tesis doctoral no publicada, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, España.
- Chandler, A. (1962). *Estrategia y estructura*. Cambridge: MIT Press.
- Fiegenbaum, A. and Thomas, H. (1990). Strategic groups and performance: The U.S. insurance industry, 1970-84. *Strategic Management Journal*, 2, 197-215.
- (1993). Industry and strategic groups dynamics: competitive strategy in the insurance industry, 1970-84. *Journal of Management Studies*, 30 (1), 69-105.
- (1995). Strategic groups as reference groups: theory modeling and empirical examination of industry and competitive strategy. *Strategic Management Journal*, 16, 461-476.
- Fiegenbaum, A.; Sudharshan, D. and Thomas, H. (1987). The Concept of stable strategic time periods in strategic group research. *Managerial and Decision Economics*, 8, 139-148.
- (1990). Strategic time periods and strategic groups research: concepts and an empirical example. *Journal of Management Studies*, 27 (2), 133-148.

- Fiegenbaum, A.; Thomas, H. and Tang, M.-J. (2001). Linking hypercompetition and strategic group theories: Strategic maneuvering in the US Insurance Industry. *Managerial and Decision Economics*, 22, 265-279.
- Flavián Blanco, C. (1995). *La metodología de los grupos estratégicos como herramienta de gestión empresarial: un análisis dinámico del sector de la distribución*. Tesis doctoral no publicada, Universidad de Zaragoza, España.
- Garcés, J. y Duque, E. (2007). Revisión del concepto de grupos estratégico y propuesta de definición para aplicaciones en el ámbito colombiano. *Innovar*, 17 (30), 99-111.
- (2008). Grupos estratégicos en la banca colombiana: análisis estático y dinámico. *Innovar*, 18 (32), 195-226.
- Hatteen, K. J. and Hatten, M. L. (1987). Strategic groups, asymmetrical barriers and contestability. *Strategic Management Journal*, 8, 329-342.
- Hunt, M. S. (1972). *Competition in the major home appliance industry 1960-1970*. Tesis de doctorado no publicada, Harvard University, Estados Unidos.
- Lewis, P. and Thomas, H. (1990). The linkage between strategy, strategic groups, and performance in the U.K. retail grocery industry. *Strategic Management Journal*, 11, 385-397.
- Lora, E. (2004). *Técnicas de medición económica*. Bogotá: Alfaomega.
- Martínez, C. (2002). *Administración de organizaciones*. Bogotá: Unibiblos.
- Mas, F. (1994). *Competencia y dinámica de grupos estratégicos: aplicación al sector bancario español*. Tesis de grado publicada. Alicante: Facultad Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Alicante.
- McGee, J. and Thomas, J. H. (1986). Strategic groups: theory, research and taxonomy. *Strategic Management Journal*, 7 (2), 141-160.
- Mintzberg, H. (1997). *El proceso estratégico*. México: Prentice Hall.
- Montoya, I. (2009). La formación de la estrategia en Mintzberg y las posibilidades de su aportación para el futuro. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, XVII (2), 23-44.
- Newmann, J. von and Morgenstern, O. (1953). *Theory of games and economic behavior*. New Jersey: Princeton University Press.
- Nohria, N. and García-Pont, C. (1991). Global Strategic linkages and industry structure. *Strategic Management Journal*, 12, 105-124.
- Ossa, E. (1991). *Teoría general del seguro: el contrato*. Bogotá: Temis.
- Pérez, C. (2005). *Métodos estadísticos avanzados con SPSS*. Madrid: Thompson.
- Porter, M. E. (1979). The structure within industries and companies performance. *The Review of Economics and Statistics*, 61, 214-227.
- (1984). *Estrategia competitiva*. México: Compañía Editorial Continental.

- Porter, M. E. (1996, November-December). ¿What is strategy? *Harvard Business Review*, 74, 61-78.
- and Millar, V. E. (1985). How information gives you competitive advantage. *Harvard Business Review*, 63 (4), 149-160.
- Prior, D. y Surroca, J. (2001). *Modelo para la identificación de grupos estratégicos basado en el análisis envolvente de datos: aplicación al sector bancario español*. Documento de trabajo 2001/2. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Quivy, R. y Campenhoudt, L. (2005). *Manual de investigación en ciencias sociales*. México: Limusa.
- Raguenet Troccoli I. y Macedo-Soares, D. (2004). Análise estratégica sob ótica relacional: enfocando grupos e blocos estratégicos. *Revista de Administração Contemporânea*, 8 (1), 55-78.
- Robinson, J. (1973). *Economía de la competencia imperfecta*. Barcelona: Martínez Roca.
- Romero, C. y Duque, J. (2007). Seguimiento a la dinámica de dos grupos económicos colombianos. *Innovar*, 17 (29), 137-154.
- Romero, R. (2005). *Direccionamiento estratégico. Notas de clase: teoría avanzada de gestión*. Bogotá.
- Thomas, H. and Carroll, C. (1994). Theoretical and empirical links between strategic groups, cognitive communities, and networks of interacting firms. En Daems, H. and Thomas, H. (1994). *Strategic groups, strategies moves and performance* (pp. 7-29). Oxford: Pergamon.
- Tordjaman, A. y Dionisio, A. (1991). *Estrategias de internacionalización de las empresas comerciales*. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas-Dirección General XXIII.
- Willett, A. (1901). *The economic theory of risk and insurance*. New York: The Columbia University press.
- Wood, O. (1964). Evolution of the concept of risk. *The Journal of Risk and Insurance*, 31 (1), 83-91.
- Xenofon (1869). *The anabasis or expedition of Cyrus and the memorabilia of Socrates*. (Trad. J. Watson). New York: Harper and Row.