

Análisis estratégico de la reputación empresarial. Un enfoque desde la Teoría de Recursos y Capacidades

Autor: Gregorio Martín de Castro

Director: José Emilio Navas López.
Universidad Complutense de Madrid

I. Motivación

El análisis de la rentabilidad de las empresas es uno de los temas centrales de la Dirección de Empresas. Durante varias décadas, se consideró que las condiciones externas eran determinantes de la competitividad empresarial. Los trabajos de Porter (1980,1985) derivados del paradigma Estructura-Conducta-Resultados, y enmarcados en la Economía Industrial, otorgan un papel relevante a los factores externos a la

hora de interpretar la rentabilidad empresarial.

No obstante, la influencia que ejercen los factores externos es idéntica para todas aquellas empresas que actúan en un mismo entorno competitivo, por lo que estas se verán sometidas a las mismas condiciones. Así, de acuerdo al paradigma Estructura-Conducta-Resultados, sería de esperar que no existan diferencias apreciables en la rentabilidad obtenida por empresas de un mismo sector industrial. Sin embargo, como pusieron de manifiesto desde un principio destacados estudios empíricos (Montgomery y Wernerfelt, 1988; Rumelt, 1991), la realidad ofrece un panorama bien distinto, apreciándose diferencias significativas en rentabilidad.

De este modo, dado que las condiciones externas son las mismas para todas las empresas de un mismo sector industrial, la justificación de los distintos niveles de renta debiera proceder de condiciones internas. Precisamente en este aspecto toma relevancia la denominada Teoría de Recursos y Capacidades,

la cual centra su atención en el análisis de los activos que poseen y/o controlan las empresas, así como en las diferencias que existen entre ellas, y en la importancia que tiene este hecho para explicar la evolución de los resultados (Wernerfelt, 1984). A partir de este enfoque, la empresa se considera como un conjunto único de recursos y capacidades, fruto de una historia única. Frente a los supuestos más extendidos de décadas anteriores, la Teoría de Recursos y Capacidades se basa en dos supuestos fundamentales (Barney, 1992): (1) cada empresa es heterogénea en la dotación de recursos y capacidades que posee o controla, fruto de su propia historia, suerte y decisiones pasadas; y (2) esta heterogeneidad puede mantenerse en el tiempo, siendo posible el sostenimiento de la ventaja competitiva de las empresas.

Tal y como ponen de manifiesto la mayoría de las propuestas teóricas¹ que, desde esta perspectiva, evalúan el potencial estratégico de los recursos y capacidades, una distinción clave que realiza esta teoría es la planteada entre recursos tangibles e intangibles, dando un mayor peso a estos últimos, de naturaleza invisible y basados en información y conocimiento, para la explicación del éxito competitivo. Debido a la creciente importancia otorgada a los factores internos de la empresa, son numerosos los esfuerzos que, desde diferentes ámbitos de la economía (académicos, empresariales, instituciones públicas, organismos reguladores, consultoras, etc.), se han llevado a cabo para tratar de identificarlos, medirlos y evaluarlos para su gestión eficiente. Dentro del

conjunto de elementos intangibles ha destacado, por su importancia creciente tanto a nivel teórico como empírico, la reputación corporativa, lo cual ha derivado en los últimos años en la aparición de diversas revistas de carácter científico y divulgativo dedicadas exclusivamente al tema.

El esfuerzo investigador viene a constatar el papel estratégico que debe jugar la reputación y las relaciones empresariales en la creación de valor. Si bien desde los primeros trabajos de esta corriente (Barney, 1986, 1991; Hall, 1992) o más recientemente (Roberts y Dowling, 2002), se ha destacado su importancia, a día de hoy existe un considerable vacío en cuanto a estudios empíricos que relacionen reputación corporativa y resultados superiores (De Carolis, 2003). Esto puede deberse a las dificultades en la definición y operativa de la misma, causa también muy recurrida a la hora de justificar el escaso número de estudios empíricos que tratan de demostrar los principales postulados de la Teoría de Recursos y Capacidades. Estos dos problemas, terminológico y de contraste, son dos de las principales debilidades de esta Teoría que impiden el adecuado avance y consolidación de este cuerpo teórico.

Es por ello que, desde la Teoría de Recursos y Capacidades, como marco teórico adecuado, aunque intentando superar sus debilidades, se llevará a cabo el contraste empírico del papel de la reputación corporativa en la creación de valor en un entorno dinámico, intensivo en conocimiento y novedoso en nuestro país, como es el de la biotecnología.

II. Objetivos de la investigación

En base a lo comentado hasta el momento, este trabajo pretende, básicamente, dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿es la reputación empresarial fuente de ventaja competitiva, y por tanto, un factor que explica las diferencias en el éxito de las organizaciones?. Para responder a esta cuestión, en la presente investigación se propone un modelo general para la evaluación estratégica de los recursos y capacidades, aplicable a la reputación empresarial. Destaca, además del análisis completo de la ventaja competitiva; es decir, de las causas de su creación, sostenimiento en el tiempo, y de la apropiación de sus rentas, el análisis del comportamiento de lo que denominamos “criterios raíz”, que determinan el carácter estratégico de los diferentes factores organizativos, desde una perspectiva dinámica y jerárquica, así como la inclusión del análisis del entorno en dicho modelo.

En definitiva, esta tesis doctoral pretende ofrecer a la comunidad científica las siguientes aportaciones:

Desde un punto de vista teórico:

A) Proporcionar una caracterización y clasificación de las capacidades empresariales con base en la complejidad de las mismas. Esta idea, aunque ya fue apuntada por Grant (1995), se desarrolla en el presente trabajo, ofreciendo un marco integrador y jerárquico que ayudará a comprender el nivel de complejidad intrínseco de las capacidades, determinante, en buena medida, de su potencial estratégico.

B) Avanzar en el conocimiento de la naturaleza de la ventaja competitiva. De la exhaustiva revisión de aportaciones teóricas se desprenden una serie de debilidades que entorpecen el avance y consolidación de la Teoría de Recursos y Capacidades, siendo los aspectos más estudiados de la misma: (1) la creación o logro de la ventaja competitiva; y (2) el sostenimiento en el tiempo de la misma. Precisamente, Barney (2001) señala el estudio de las barreras a la imitación de la ventaja competitiva como uno de los principales logros de la Teoría de Recursos y Capacidades. Sin embargo, se constata un déficit en el estudio de otro aspecto igualmente relevante y necesario para comprender dicho fenómeno, cual es la posibilidad de apropiación de las rentas que ésta genera. En este sentido, merece un lugar destacado el trabajo de Powell (1996). Otros problemas que se unen a esta parcialidad en el estudio de la ventaja competitiva son, entre otros: i) el escaso interés prestado al análisis externo, sobre todo cuando éste es dinámico o complejo; ii) la heterogeneidad terminológica (Fernández y Suárez, 1996), que muchas veces lleva a una confusión conceptual que impide el avance de la teoría; y iii) la falta de dinamismo y jerarquía en el análisis.

C) Ofrecer un modelo general de evaluación estratégica de recursos y capacidades, que sea factible desde el punto de vista del contraste empírico. En este sentido, hemos desarrollado los denominados “criterios raíz”: valor o relevancia, escasez o heterogeneidad, complementariedad y complejidad, que

a su vez son el origen o causa de los conocidos criterios de baja imitación, baja transferencia y baja sustitución. En la operativa que ofrece nuestro estudio de la ventaja competitiva se ofrece un análisis detallado y separado de la influencia de estos criterios o características en el logro de ventajas competitivas, su sostenimiento en el tiempo, así como en la posibilidad de apropiación de las rentas generadas.

D) Ofrecer una visión de la reputación corporativa consistente con la Teoría de Recursos y Capacidades que ayude a comprender mejor la compleja naturaleza de la misma. En este sentido, se lleva a cabo una caracterización que posteriormente ayudará a contrastar su carácter estratégico.

Desde el punto de vista empírico:

A) Aportar evidencia empírica a la Teoría de Recursos y Capacidades. Este problema u obstáculo al contraste empírico ha sido apuntado por numerosos autores (Maijoor y Van Witteloostuijn, 1996; Barney, 2001; De Carolis, 2003). En este sentido, Hoopes, Madsen y Walker (2003) señalan que, de los artículos publicados en las principales revistas (*Strategic Management Journal*, *Administrative Science Quarterly*, *Academy of Management Journal*, *Management Science*, *Organization Science*, y *Journal of Management*) sobre Teoría de Recursos y Capacidades, menos del 4 % son trabajos empíricos. Esta escasez de trabajos empíricos puede deberse, entre otros factores, a la dificultad de hacer operativos sus postulados fundamentales,

debido a su carácter intangible y muchas veces tácito y socialmente complejo.

B) Profundizar en los estudios sobre reputación corporativa. En este sentido, se recurre a fuentes de información primarias para suplir, en cierta medida, las numerosas quejas que se reciben en este ámbito por utilizar casi exclusivamente como fuente de información la publicada periódicamente por la revista de carácter divulgativo *Fortune*. Adicionalmente, se realiza un diagnóstico del posible halo financiero que pueda estar presente en la medida, corrigiendo, si fuera necesario, dicho sesgo.

C) Aportar evidencia sobre los modelos de competencia existentes en un sector de actividad incipiente, intensivo en conocimiento y con un potencial extraordinario de crecimiento, como es la biotecnología en nuestro país. Este hecho si bien ha dificultado notablemente el análisis empírico, con el principal inconveniente asociado de los “pequeños números”, pensamos que queda compensado por la práctica ausencia total de estadísticas oficiales y trabajos empíricos existentes en nuestro país. Además, se construyen medidas específicas de éxito competitivo del sector y se determinan los factores críticos de biotecnología.

III. Marco Teórico

El trabajo de investigación dedica los dos primeros capítulos al marco teórico. El primer capítulo analiza el enfoque utilizado para desarrollar la investigación. El estudio sobre las causas de la creación y sostenimiento de la ventaja

competitiva, así como de la apropiación de las rentas que ésta genera, se enmarca principalmente en el análisis de factores internos de las empresas. La Teoría de Recursos y Capacidades se ha consolidado como un cuerpo teórico válido para el estudio de este fenómeno, siendo en la actualidad una de las principales corrientes de la Dirección Estratégica (Powell, 1996; Hoopes et al., 2003).

El capítulo comienza con una introducción sobre la importancia y adecuación de esta teoría para el fenómeno a estudiar. Posteriormente se analizan sus postulados básicos: i) heterogeneidad en la dotación de recursos y capacidades de las organizaciones; y ii) mantenimiento en el tiempo de la misma, así como sus componentes: recursos, distinguiendo entre tangibles e intangibles, capacidades, y las relaciones que se dan entre ellos y la ventaja competitiva. La principal aportación de esta teoría (Barney, 2001) es el estudio de los requisitos que deben cumplir los recursos y capacidades para ser considerados “estratégicos” o “críticos”, es decir, para ser fuente de ventaja competitiva sostenida. Una revisión detallada de las principales contribuciones teóricas que han surgido durante las dos últimas décadas lleva a señalar una serie de debilidades importantes que dificultan el avance de este cuerpo teórico. Estas son, a grandes rasgos, el insuficiente estudio de la naturaleza de la ventaja competitiva, así como la falta de inclusión en el análisis del entorno competitivo, o la excesiva profusión de criterios y características a cumplir por los recursos y capacidades

para considerarse estratégicos.

La primera parte del capítulo concluye con un análisis de las principales debilidades de la Teoría de Recursos y Capacidades, así como con una aproximación a una nueva corriente en la cual también se encuadra este trabajo como es “Visión o Teoría de la Empresa Basada en el Conocimiento” (Kogut y Zander, 1992; Nonaka y Takeuchi, 1995; Zander y Kogut, 1995; Grant, 1996).

Consecuencia de esta revisión, en la segunda parte del capítulo, dedicada al marco teórico, se plantea un modelo de análisis. Este analizará la ventaja competitiva en sus tres aspectos: creación o logro, sostenimiento en el tiempo y apropiación de rentas. El estudio de la ventaja competitiva tendrá en cuenta las circunstancias del entorno (determinando la complejidad externa), pues éstas influyen de manera notable sobre el comportamiento de los denominados “criterios raíz” que utilizaremos para la evaluación estratégica. Estos “criterios raíz” son, básicamente: valor, escasez o heterogeneidad, complementariedad, y complejidad interna.

En el segundo capítulo se trata de determinar el papel estratégico de la reputación empresarial, en base a las características que debe poseer según el modelo de análisis presentado anteriormente. Aunque, desde sus inicios, los principales teóricos de Recursos y Capacidades apuntaron el carácter estratégico de la reputación (Barney, 1991; Grant, 1991; Hall, 1992; entre otros), sus implicaciones teóricas y empíricas no han quedado a día de hoy suficiente-

mente esclarecidas (De Carolis, 2003).

Para llevar a cabo esta tarea, en primer lugar es necesario la delimitación conceptual de la reputación. Para ello, se realiza una revisión de la misma desde diferentes corrientes teóricas, para finalizar caracterizando a la reputación corporativa como una capacidad organizativa de nivel superior. Las principales características definitorias de la misma son las siguientes: (i) multidimensionalidad; (ii) proceso de construcción social complejo; (iii) de lenta acumulación interna; (iv) sujeta a circunstancias históricas únicas; (v) específica de cada organización; y por lo tanto (vi) de difícil manipulación por parte de la propia empresa. Este supuesto, basándose en el modelo de evaluación de recursos y capacidades propuesto, tendrá unas implicaciones estratégicas importantes, que a lo largo del capítulo se van a ir traduciendo en una serie de hipótesis de trabajo para su posterior contraste empírico.

Dichas hipótesis, en primer lugar tendrán un carácter descriptivo, en las cuales se tratará de determinar el grado de valor, escasez, complementariedad y complejidad de la reputación corporativa, y que teóricamente determinan el carácter estratégico de la misma y posteriormente se plantearán hipótesis de carácter causal, donde básicamente se trata de relacionar reputación corporativa y éxito competitivo.

IV. Análisis Empírico

En el capítulo tercero se lleva a cabo una revisión de los principales trabajos

empíricos que han tratado de demostrar las implicaciones estratégicas de la reputación empresarial sirve de base para analizar las medidas utilizadas para hacer operativa la reputación corporativa. Uno de los principales inconvenientes de este constructo reside precisamente en su operativa, hecho que ha supuesto que la mayoría de los investigadores opten por utilizar información de carácter secundario proveniente de diferentes *rankings* realizados por revistas de carácter divulgativo.

A partir del análisis de propuestas anteriores, junto con los resultados de las entrevistas en profundidad realizadas a directivos y especialistas de la industria biotecnológica, se determinarán los atributos que conforman la reputación corporativa. Posteriormente, se lleva a cabo un diagnóstico del posible sesgo financiero que tradicionalmente han sufrido este tipo de medidas para, en su caso, corregirlo y determinar finalmente la estructura que subyace en el constructo reputación corporativa.

La otra medida que constituye, junto con la anterior, el núcleo de la tesis doctoral es la ventaja competitiva. A partir de trabajos empíricos como los de Yeoh y Roth (1999), se identifican medidas específicas de éxito o ventaja competitiva que constituyen la principal medida de resultados de la investigación.

Un tercer aspecto importante en el contraste empírico son las diferentes características que debiera poseer la reputación y que le otorgan un carácter estratégico. A partir de la estadística descriptiva, se determina la relevancia, heterogeneidad, complejidad, comple-

mentariedad y lenta acumulación de la misma.

En relación con los aspectos metodológicos de la investigación, siguiendo los consejos de Rouse y Laellenbach (1999), si bien durante los últimos quince años, la Dirección Estratégica ha desplazado el centro de atención en la explicación de las diferencias en renta de los factores exógenos o del entorno a los factores endógenos o internos, de carácter intangible, y basados en la información y el conocimiento (Helfat y Peteraf, 2003), la metodología utilizada en la investigación, en términos generales, no ha cambiado, siendo necesario un cambio de tendencia. Es improbable que se obtengan conclusiones sólidas de estudios con grandes muestras en diferentes sectores, donde se entrelazan factores endógenos y exógenos variados, o que utilicen fuentes de información secundarias, que poca luz pueden ofrecer sobre las causas de una rentabilidad superior sostenida.

Este trabajo, haciéndose eco de la necesidad de un cambio en la metodología de investigación sobre la ventaja competitiva, utiliza fuentes de información primarias de empresas que además operan en un mismo sector de actividad, el del tratamiento y diagnóstico de la salud humana, salud animal y suministros en biotecnología, donde será menos complejo aislar los efectos del entorno específico.

El desarrollo del estudio empírico consta de dos partes fundamentales. En una primera, se determinan las empresas a incluir en el universo, puesto que no existe, a fecha de hoy, una estadística

oficial de empresas cuya actividad básica sea la biotecnología. Posteriormente, mediante entrevistas en profundidad con directores generales de varias empresas y expertos del sector, se determinan los factores estratégicos de la industria, entre los que se encuentran la reputación corporativa, así como las medidas de éxito competitivo para biotecnología y los aspectos que debe incluir la reputación para su posterior evaluación por parte de los directivos.

En una segunda fase, se realiza el envío postal de cuestionarios relativos a los principales aspectos a estudiar en la presente tesis doctoral. Dicha fase se prolongó desde mediados del mes de marzo de 2003 hasta octubre del mismo año.

El quinto capítulo se constituye en torno a tres apartados principales. El primero de ellos es de carácter preliminar y exploratorio, tratando de delimitar conceptual y operativamente los dos constructos principales de la investigación: la reputación empresarial y las ventajas competitivas del sector. En esta primera parte destaca el análisis del sesgo o halo financiero presente en la medida de la reputación, que se diagnostica y corrige según la propuesta de Brown y Perry (1994).

El segundo apartado trata de verificar la hipótesis primera, relativa al carácter estratégico de la reputación. Utilizando básicamente el análisis univariante y bivariante, se trata de determinar el carácter relevante, heterogéneo, complejo, complementario y específico de la reputación corporativa, así como de su lenta acumulación.

Finalmente, el tercer apartado trata

de verificar las hipótesis segunda y tercera, constituyendo el análisis causal propiamente dicho. En base con los resultados logrados hasta el momento, se trata de determinar la influencia de la reputación sobre las ventajas competitivas identificadas, así como sobre medidas de resultados empresariales.

El último capítulo se presentan las conclusiones finales del estudio, tanto para cada una de las hipótesis planteadas, como para los objetivos de la investigación. Se exponen también las principales limitaciones del trabajo y las líneas futuras de investigación sugeridas a partir del mismo.

VI. Conclusiones y líneas futuras de investigación

Este trabajo de investigación trata de contrastar empíricamente los postulados principales de la Teoría de Recursos y Capacidades, utilizando para ello una de las principales capacidades organizativas identificadas: la reputación empresarial. No obstante, tanto la identificación y medición de la misma, como el propio contraste del enfoque teórico elegido, unido al reducido número de casos disponibles en la investigación dificultan la generalización de los resultados obtenidos.