

Análisis Competitivo mediante Grupos Estratégicos: Aplicación al Sector Asegurador Español, 2001-2005

Franco M. Sancho Esper**, **Carlos Vargas Mas***, **Carles Murillo***

*ORLA, Universidad Pompeu Fabra, ** Universidad de Alicante

Resumen: El objetivo principal de este trabajo es profundizar en el conocimiento del comportamiento de los grupos estratégicos a lo largo del tiempo. Así, se ha analizado la evolución dinámica de una muestra de entidades aseguradoras españolas durante el quinquenio comprendido entre 2001 y 2005. En concreto se estudia: la metodología de identificación de las estrategias genéricas, la aplicación de un proceso bietápico para la formación de los grupos estratégicos y la evolución temporal tanto de las estrategias como de los grupos. Los resultados del mismo indican que el análisis de la evolución temporal de ambas entidades mejora el conocimiento del comportamiento estratégico del sector.

Palabras clave: Grupos estratégicos/ Análisis dinámico/ Sector Asegurador español / Cambio estratégico.

Códigos JEL: G22, L22, L25 y M31.

Competitive analysis with Strategic Groups: application to the Spanish Insurance Sector, 2001-2005.

Abstract: The main goal of this paper is to increase the knowledge of the behavior of strategic groups along time. Given that, it has been analyzed the dynamic evolution of a sample of Spanish insurance institutions during the 2001-2005 period. This paper concretely analyzes: the methodology of identification of generic strategies within a sector, the application of a two-steps process for identifying strategic groups and the temporal evolution of strategies and groups. The results of the research indicate that the temporal analysis of both strategies and groups increases the knowlesge of the strategic behavior of a sector.

Key words: Strategic groups / Dynamic analysis/ Spanish Insurance Sector /Strategic change.

JEL: G22, L22, L25 y M31.

INTRODUCCIÓN

La importancia del concepto de grupo estratégico en el análisis competitivo de un sector o industria es indudable. La existencia de un vasto cuerpo de literatura académica, apoyada en este paradigma desde mediados de los años 70 hasta la actualidad, le otorga un interés tanto teórico como empírico. Las líneas de investigación principales en este campo giran en torno a la metodología de identificación de los grupos, el análisis de la relación estrategia-resultados y el estudio de la estabilidad dinámica de los mismos. Paralelamente, el Sector Asegurador español ha sufrido una serie de cambios, tanto legislativos como de aumento en la competencia, que han provocado profundos cambios en el entorno competitivo del sector y por ende las formas de competir en el mismo. En este nuevo contexto, es posible desarrollar un análisis de grupos estratégicos en el Sector Seguros para intentar entender mejor: las estrategias seguidas por las entidades, los grupos estratégicos que conforman el sector y evaluar la asociación entre la pertenencia a un grupo determinado y el resultado de una entidad. Por último, el presente trabajo está dividido como sigue. Inicialmente, se realiza una revisión de la literatura tanto de grupos estratégicos como del Sector Seguros en España durante las últimas dos décadas. Seguidamente, se presentan los objetivos e hipótesis del trabajo. La cuarta sección del trabajo gira en torno a la metodología aplicada. En la quinta, se presentan los resultados del análisis y la discusión sobre estos. En la sexta, se resumen las principales conclusiones derivadas del estudio así como las principales implicaciones gerenciales. Por último, se plantean las principales limitaciones del estudio que pueden servir, a su vez, como futuras líneas de trabajo.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

TEORÍA DE GRUPOS ESTRATÉGICOS

El paradigma de grupo estratégico se emplea como una herramienta básica para definir la estrategia competitiva y fundamentar las decisiones sobre asignación de recursos. En este contexto, se define la estrategia competitiva de una empresa como la forma que compete, sus objetivos y las políticas para alcanzar tales objetivos. La estrategia es, por tanto, la combinación de los fines (metas) por los cuales se está esforzando la empresa y los medios (políticas) con las cuales está buscando llegar a ellos (Porter, 1982). El concepto grupo estratégico fue inicialmente acuñado por Hunt (1972). Siendo ampliamente estudiado por una gran diversidad de investigadores académicos hasta la actualidad. Así, Porter (1979) definió el grupo estratégico como “un grupo de empresas que siguen estrategias similares en términos de las variables claves de éxito”.

El éxito del empleo de los grupos estratégicos, para el estudio de la posición estratégica de una empresa en relación con las estrategias de las empresas competidoras, se ha fundamentado en diversas características intrínsecas de los mismos. Por ello, los grupos estratégicos pueden servir: i) como un nivel de análisis intermedio entre la empresa individual y la industria (Johnson y Scholes, 1997), ii) para estudiar cómo afecta a los resultados empresariales la elección entre distintas estrategias para competir dentro de un mismo sector –potencial validez predictiva- (McGee y Thomas, 1986; Cool y Schendel, 1987), iii) para investigar múltiples empresas, simultáneamente, y evaluar la efectividad de sus acciones estratégicas.

El estudio académico sobre grupos estratégicos, se ha centrado principalmente en tres líneas de investigación, como son: i) identificación de grupos estratégicos, ii) diferencias de desempeño entre grupos, iii) estabilidad en el tiempo de las estructuras de los grupos.

(i) El proceso de identificación de los grupos estratégicos

Está presente en la totalidad de trabajos que se apoyan en el paradigma de grupo estratégico. El enfoque empleado para esta tarea depende de los objetivos perseguidos, aplicándose tradicionalmente dos enfoques: el multivariante y el cognitivo.

El enfoque multivariante, se basa en agrupar conjuntamente empresas que presenten similares valores en sus variables estratégicas. El procedimiento de identificación multivariante de grupos más empleado, en trabajos académicos, se basa en el esquema sugerido por Fiegenbaum y Thomas (1990a) y viene definido por una serie de etapas. La primera etapa se basa en la definición del espacio estratégico. La segunda etapa gira en torno a la elección del subespacio estratégico, en la cual se debe proceder a especificar el nivel de análisis, y evaluar qué dimensiones (componentes) explican mejor aquellas estrategias. En la tercera etapa, es fundamental la identificación de las variables que mejor capturen el alcance y el compromiso de recursos en el contexto bajo estudio. Esto requiere un profundo y claro conocimiento de la economía del sector y de las estrategias adoptadas por las empresas que compiten en el mismo (Cool y Schendel, 1987). El cuarto paso, es la identificación de períodos de tiempo estratégicamente estables (PTEE's). La identificación de los mismos puede ser crucial en el análisis estratégico. La quinta etapa es la agrupación de las empresas en los grupos (para cada PTEE) mediante el empleo de técnicas estadísticas multivariantes (Ej. Análisis Cluster).

El otro enfoque empleado para la identificación de grupos estratégicos es el enfoque cognitivo. Este enfoque argumenta que los individuos actúan basándose sobre las percepciones que reciben de la realidad filtradas por sus propios sistemas (Reger y Huff, 1993). Funciona de manera que los gerentes o directivos, de forma individual o los equipos de la alta dirección de forma colectiva, forman representaciones simplificadas de modelos mentales o mapas cognitivos de sus mercados competitivos de forma que esos filtros o formas de entender la realidad conforman los límites del mercado, de la competencia y de los grupos propiamente dichos. Dentro de esta corriente identificamos los trabajos de Porac y Thomas (1995), Reger y Huff (1993) y Nath y Gruca (1997), entre otros.

Por último, es interesante resaltar el trabajo de Nath y Gruca (1997), donde se intenta evaluar la convergencia de los diferentes métodos descritos para identificar estructuras de grupos estratégicos. Inicialmente, identifican grupos estratégicos a través del modelo metodológico de cluster y análisis factorial (enfoque multivariante). Posteriormente, utilizan escalas de percepciones de los gerentes, utilizando para ello atributos específicos de la industria estudiada (enfoque cognitivo multivariante). Por último, emplean la identificación directa de los gerentes de las empresas que compiten en la industria (enfoque cognitivo directo). El estudio confirma la convergencia entre estructuras de grupos estratégicos utilizando tanto los modelos multivariantes de datos como los modelos cognitivos.

(ii) Grupos estratégicos y rentabilidades

Analiza la existencia de relación entre la pertenencia de una empresa a un determinado grupo y el desempeño de la misma. Mascarenhas y Aaker (1989) señalan que la importancia del grupo estratégico radica en servir como herramienta para explicar las diferencias de rentabilidad entre las empresas. Dentro de esta línea de investigación, destaca el análisis de las diferencias de resultados entre grupos (intergrupales). Así, una de las ideas fundamentales dentro de la teoría de grupos estratégicos, es que la estrategia seguida por una empresa determinará el grupo estratégico al que pertenezca y por ende sus resultados. Esta idea se basa en que existen *barreras a la movilidad* que son la base de las diferencias de rentabilidad entre grupos dentro de una misma industria (Porter, 1979).

Otro aspecto que engloba esta línea de trabajo es el análisis de las diferencias de rentabilidad intra grupo. Este enfoque supone que es posible que miembros de un grupo estén practicando la misma estrategia en término de una serie de variables estratégicas, pero quizás no tengan en su poder los mismos recursos, y por lo tanto, no puedan desarrollar las mismas capacidades para implantar su estrategia (Cool y Schendel, 1988). Esta línea de trabajo se basa en la idea de que las empresas consideran como rivales directas a aquellas próximas a ellas (dentro del mismo grupo) explotando al máximo las posibles diferencias existentes en la asignación de recursos y desarrollando *mecanismos de aislamiento* que se traducen en una mayor relación entre las desviaciones en el desempeño de la empresa y el desempeño medio del grupo y el de la industria –o sector- (Cool y Schendel, 1988)

(iii) Estabilidad de estructuras de los grupos

Esta última corriente de investigación se centra en analizar las estructuras de los grupos, de forma dinámica, para comprobar si existe movilidad entre los grupos a lo largo del tiempo o, por el contrario, existe estabilidad. La importancia de identificar períodos de estabilidad estratégica a la hora de llevar a cabo el análisis estratégico de un sector es indudable, tal y como refleja el esquema general de identificación de los grupos de Fiegenbaum y Thomas (1990a, 1990b) o en los trabajos de Cool y Schendel, (1988) o Más, (1999). Sin embargo, existen diversos trabajos que identifican grupos estratégicos con datos para un solo ejercicio económico sin distinguir los períodos de estabilidad estratégica, como son: Lee *et al.* (2003); MacNamara *et al.* (2003); Nath y Gruca (1997) o Reger y Huff, (1993).

EL SECTOR ASEGURADOR

El servicio principal que aporta el Sector Seguros a la Economía es ofrecer protección ante riesgos de diversa naturaleza. Este tipo de actividad, es imprescindible en una Economía de Mercado. La importancia del estudio de la estructura del Sector Seguros estriba en que su nivel de desarrollo es uno de los que mejor indican el nivel económico de un país (Pinillos y Martín, 1998). Entre los principales indicadores para medir el desarrollo y la evolución de este sector encontramos la tasa de penetración¹ y la tasa de densidad².

¹ Primas totales generadas por el sector asegurador / PIB.

² Primas totales del sector asegurador / número de Habitantes.

El estudio de estos indicadores para el Sector Asegurador español, durante la segunda mitad de los 80 y la primera mitad de los 90, indican un aumento constante de este sector sobre el total de la economía. Este crecimiento se debió tanto a cambios regulatorios en el sector³, como a la incorporación de nuevas entidades al negocio de los seguros⁴ (Pinillos y Martín, 1998). Este cambio, tanto legislativo como de aumento de la competencia, generó un profundo cambio en la estructura del sector asegurador español. Lo que propició la evolución desde un sector que presentaba elevada nuclearización y dominado por Entidades Aseguradoras españolas a principios de los 80 hacia un sector en el cual ha aumentado la especialización y donde las Entidades Financieras clásicas (Bancos y Cajas de Ahorro) y las Aseguradoras Multinacionales han tomado una relevancia significativa a finales de los años 90 (Pinillos y Martín, 1998). Este nuevo marco competitivo ha hecho que la totalidad de entidades que compiten en el sector hayan tenido que adaptar sus estrategias por lo que este sector sea óptimo para evaluar la teoría de grupos competitivos previamente desarrollada. Dado que el presente trabajo se centra en el entorno competitivo comprendido entre los años 2001 y 2005, es de interés la evolución de dichas magnitudes.

Tabla 1. Evolución medidores sector seguros en España

	2000	2001	2002	2003	2004
Tasa de penetración	6.23%	6.08%	6.52%	5.25%	5.30%
Tasa de densidad	970.26	1006.02	1135.68	959.86	1027.50

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE e ICEA

En este contexto el estudio estratégico en el Sector Seguros español está justificado porque (i) el desarrollo del Sector Asegurador está altamente relacionado con el desarrollo económico de una sociedad, (ii) la fisonomía del sector se ha transformado radicalmente, (iii) el Sector Seguros representa aproximadamente el 6% del PIB de España y (iv) la prima media de seguros per cápita, es decir la tasa de densidad, asciende ya a aproximadamente 1000 euros por habitante por año.

Por último, cabe destacar entre las aportaciones de la teoría de grupos competitivos aplicada al sector asegurador los trabajos de Fiegenbaum y Thomas (1990a, 1990b, 1995, 2001) así como en el ámbito nacional el trabajo de Martínez (1995) y de Pinillos y Martín (1998)

³ La Ley de 1984, LOSEP –Ley de Ordenación del Seguro Privado- y la Ley de 1995, LOSEP –Ley de Ordenación y Supervisión del Seguro Privado- que intentaron aumentar la competencia en el sector seguros y adaptar la legislación española a las directivas europeas respectivamente.

⁴ Introducción de los Bancos y Cajas de Ahorro en el sector a partir de mediados de los años 80 (Banca seguros).

FIJACIÓN DE LOS OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El presente estudio pretende analizar la evolución del Sector Asegurador español durante el quinquenio comprendido entre el año 2001 y el 2005. Este análisis general se concreta en cinco objetivos principales de investigación, que son:

- (1) Identificación de las estrategias de negocio de las entidades integrantes del Sector Seguros, para cada período, basándose en sus factores claves de éxito (identificación factores).
- (2) Implementación de un análisis descriptivo de las variables medidas dentro de cada uno de los factores claves de éxito, para cada período (caracterización de los factores).
- (3) Identificación de los distintos grupos estratégicos en el sector, a partir de las estrategias de negocio identificadas, en objetivo1, para cada período.
- (4) Análisis de la evolución temporal de las estrategias genéricas para el período 2001-2005.
- (5) Análisis de la evolución temporal de las estrategias genéricas durante el período 2001-2005.

La totalidad de estos objetivos han sido ampliamente estudiados en la literatura previa (Ver sección 2.1), lo que permite poder considerar su concreción como verdaderas hipótesis de trabajo. Dado que los objetivos primero, segundo y tercero son de tipo descriptivo no se asociarán hipótesis de trabajo a contrastar. Sin embargo, los objetivos cuarto y quinto se concretarán en las siguientes hipótesis:

H1: Ante cambios continuos en el entorno, las estrategias genéricas seguidas por las empresas de un sector se modificarán a lo largo del tiempo.

H2: Ante cambios continuos en el entorno, el número de grupos estratégicos cambiará constantemente a lo largo del tiempo.

H3: Ante cambios continuos en el entorno, las tasas de movilidad a través de los grupos estratégicos serán elevadas.

METODOLOGÍA

POBLACIÓN OBJETIVO Y FUENTES DE INFORMACIÓN

La población seleccionada para este estudio ha sido el conjunto de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras que conforman el Sector de Seguros de España para los años 2001, 2003 y 2005⁵. La muestra escogida ha incorporado el número de empresas que suponen aproximadamente el 80 % de la cifra de mercado del sector⁶.

La totalidad de las variables empleadas provienen de fuentes secundarias ya que la información en la que se basa el trabajo es información económico-contable contenida en las Cuentas Anuales de las Entidades Aseguradoras⁷. Los datos técnicos del estudio vienen reflejados en la tabla 2.

Tabla 2. Datos técnicos del estudio

Ambito	España		
Universo	Aseguradoras y Reaseguradoras que operan en territorio español		
Tamaño del universo	206 en 2001	219 en 2003	199 en 2005
Tamaño muestral	58 en 2001	64 en 2003	49 en 2005
Modo de recolección de datos	Cuentas Anuales de empresas (Datos secundarios)		
Período de Análisis	Año 2001, 2003, 2005 (datos a 31/12)		

Fuente: elaboración propia

DIMENSIONES Y VARIABLES A MEDIR

Uno de los procesos más complejos y a la vez cruciales a la hora de analizar estratégicamente un sector, es la decisión de qué dimensiones estratégicas incluir y qué variables emplear para ello. Esta labor requiere un conocimiento elevado sobre el sector⁸.

Las dimensiones que se pretenden medir en este trabajo se dividen en tres grandes categorías: (a) Alcance de las actividades, (b) Compromiso de los recursos, y (c) Dimensión de éxito o resultados (Cool y Schendel,

⁵ El número de aseguradoras ascendía a 206, 219 y 199 en esos años, respectivamente. Fuente: ICEA, Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones.

⁶ Medida en volumen de primas en seguro directo.

⁷ Fuente: Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (Ministerio de Economía y Hacienda)

⁸ Fiegenbaum y Thomas (1990a), Cool y Schendel (1987) entre otros, se apoyan en entrevistas a directivos, a profesores universitarios expertos en la materia y/o a consultores sectoriales profesionales (validez externa de las medidas).

1987). Estas tres dimensiones se operacionalizán en variables concretas para el sector Seguros de forma análoga a Fiegenbaum y Thomas (1990a) y Pinillos y Martín (1998) para el caso español⁹.

a) Dimensión Alcance de las actividades de la entidad

El conjunto de variables incluidas en este grupo intentan reflejar el ámbito de actuación de la empresa, concretando los segmentos de mercado donde está presente, los tipos de productos y/o servicios ofrecidos y la cobertura geográfica realizada (Cool y Schendel, 1987). Para el Sector Asegurador se pueden medir:

- A1. Proporción seguros de vida – no vida (mide orientación al producto),
- A2. Índice de diversificación (mide economías de alcance),
- A3. Tamaño (mide economías de escala),

b) Dimensión Compromiso de los Recursos

Este grupo de variables tiene por objeto recoger la distribución de recursos de la empresa a lo largo de las distintas áreas funcionales (recursos humanos, aprovisionamiento, ventas, etc.), resultando clave para la ventaja competitiva que se quiere sostener (Cool y Schendel, 1987). Las variables incluidas de este tipo son:

- B1. Ratio de Gastos = $[\text{Gastos gestión} / \text{Volumen total primas}]$
- B2. Protección vía Reaseguro (mide la diversificación de riesgo)
- B3. Solvencia = $[\text{Solvencia media} / \text{Solvencia mínima exigida}]$
- B4. Política de Inversiones (como fuente adicional de ingresos)
- B5. Rotación Capital Propio = $[\text{Negocio neto} / \text{Capital propio}]$
- B6. Cobertura = $[\text{Negocio neto} / (\text{Capital propio} + \text{provisiones técnicas})]$

c) Dimensión Éxito o Resultados,

Las variables que componen la presente dimensión tienen como finalidad la medición del desempeño de la Entidad Aseguradora. Se han empleado todas las variables de resultados mesurables mediante las Cuentas Anuales para reflejar el carácter polifacético del desempeño de una empresa, siendo similares a la de los trabajos sobre el mismo sector de Fiegenbaum y Thomas (1990a) y Pinillos y Martín (1998).

- C1. Cuota de Mercado real
- C2. Ratio de pérdidas = $[\text{Siniestralidad} / \text{Volumen total de primas}]$.
- C3. Cobertura siniestralidad con fondos propios = $[\text{Siniestralidad} / \text{Capital Propio}]$.
- C4. Cobertura siniestralidad con fondos propios ampliados = $[(\text{Siniestralidad Total} / \text{Capital Propio} + \text{provisiones técnicas})]$.

⁹ Para un análisis detallado del significado de las variables que componen cada una de las dimensiones, ver anexo 1.

C5. Rendimiento inversiones = $[(\text{Rendimiento Productos Financieros} / (\text{Inversiones} + \text{Efectivo}))]$.

C6. Rentabilidad financiera (ROE) = $[\text{Beneficio neto} / \text{Capital Propio}]$.

C7. Rentabilidad Económica (ROA) = $[\text{BAII} / \text{Activo neto total}]$.

ANÁLISIS DE LOS DATOS

Para alcanzar el primer objetivo, la identificación de las estrategias de negocio de las entidades del Sector Seguros, se aplica, para cada período, un análisis factorial de componentes principales sobre las variables estratégicas previamente definidas (variables de alcance y de compromiso de recursos). Con él, se intentan identificar los factores claves de éxito en el Sector Seguros durante dicho año. El interés de implementar un análisis factorial sobre las variables estratégicas del estudio es analizar las relaciones subyacentes entre ellas con el objeto de simplificar la identificación de las distintas estrategias competitivas así como de eliminar la posible información redundante que puedan contener. Resumiendo, por tanto, en el menor número de factores la información contenida en las variables originales, con la menor pérdida de información (Hair, 1999).

El segundo objetivo, el etiquetado de los factores, se realiza de forma paralela al análisis factorial anterior. Esto es debido a que la interpretación del significado de los mismos está directamente relacionada con decisiones como la elección del número de factores o la aplicación de un método de rotación sobre las puntuaciones factoriales. Este proceso conjunto permitirá etiquetar los factores identificados en la fase anterior y que se emplearán como sustitutivos de las variables iniciales para análisis subsiguientes (Hair, 1999).

Respecto al tercer objetivo, la clasificación de entidades en grupos homogéneos, se aplicará un análisis de conglomerados (clúster). El objeto principal de esta técnica es obtener una taxonomía de las entidades que forman el Sector Asegurador español para cada año de la muestra, a través de un procedimiento de agrupación en dos etapas. Primero, se aplica un procedimiento jerárquico que sirve para identificar el potencial número de grupos para cada año. Seguidamente se implementa un análisis no jerárquico que, mediante un proceso de optimización, organiza las empresas en el número de grupos previamente hallados, según las estrategias definidas en el factorial. Una vez obtenidos los grupos y la composición de los mismos, es necesario aplicar una técnica que permita validar estas asignaciones de entidades a grupos. En este caso,

se ha optado por el análisis discriminante sobre otras técnicas paramétricas como son ANOVA o MANOVA debido a que la variable dependiente a explicar pertenece a un grupo determinado, tiene carácter no métrico (Hair, 1999).

El cuarto y el quinto objetivo, análisis evolutivo de las estrategias genéricas y de los grupos estratégicos, se apoya en indicadores univariantes entre períodos con el fin de evaluar el número de empresas que cambian de grupo en cada período.

RESULTADOS

El primer y el segundo objetivo se apoyan en la aplicación de un análisis factorial de componentes principales sobre las variables estratégicas originales. Sin embargo, la aplicación de este tipo de técnicas multivariantes requiere que las variables cumplan una serie de criterios de adecuación. Por un lado, las variables deben estar medidas en escala de intervalo o de razón, siendo de este tipo las variables empleadas en este trabajo. Por otro lado, las variables deben presentar un elevado grado de multicolinealidad, el cual ha sido confirmado. En la tabla 3, el estadístico de contraste KMO que mide la adecuación de la muestra presenta valores *aceptables* para todos los años (KMO ~ 0,6). Rechazándose además, la nula del contraste de Esfericidad de Bartlett en todos los casos. Esto confirma la existencia de autocorrelación entre las variables.

Tabla 3. Test de Bartlett y KMO

	Año 2001	Año 2003	Año 2005
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin	0,585	0,563	0,588
Test de esfericidad de Bartlett			
Approx. Chi-Square	156,816	230,409	172,845
Gl.	28	28	28
Sig.	0,00	0,00	0,00

Fuente: elaboración propia.

Una vez se ha comprobado la idoneidad de la aplicación de una técnica multivariante de reducción de datos, lo siguiente es decidir el método de extracción de los factores. Se retienen sólo aquellos factores que tienen una raíz latente o autovalor mayor que la unidad. Así, se obtuvo que las tres primeras componentes explican alrededor del 70% de la variabilidad original. Esta proporción supera al 60% que se considera como satisfactorio en ciencias sociales (Hair, 1999). Esta conclusión puede verse refrendada por el gráfico de sedimentación (Figura 1, Anexo 2), donde la pendiente decrece súbitamente a partir de la tercer componente.

A la vista de la tabla 4, donde se presentan las comunalidades de las variables con los factores, se puede observar que casi todas son mayores a 0.65 lo que indica una buena representación de las mismas en los factores. Con objeto de simplificar la identificación de las estrategias de negocio (etiquetado de los factores) se ha aplicado la una rotación ortogonal, VARIMAX, sobre la matriz de componentes inicial.

Tabla 4. Comunalidades

	Extracción 2001	Extracción 2003	Extracción 2005
A1. Primas no vida / primas total	0,732	0,761	0,786
A2. Diversificación	0,781	0,797	0,693
A3. Ln (primas totales)	0,439	0,651	0,790
B1. Gastos gestión / primas totales	0,821	0,924	0,911
B2. Reaseguro / primas totales	0,909	0,819	0,839
B3. Solvencia	0,594	0,674	0,617
B4. inversiones financieras / inversiones totales	0,643	0,735	0,594
B5. rotación capital propio	0,613	0,687	0,692

Método de extracción: **Análisis de Componentes Principales**

Fuente: elaboración propia.

Una vez se ha comprobado la idoneidad de la aplicación de la técnica y la buena representación de las variables, se presentan los resultados del factorial y se realizará el etiquetado de cada período de forma individualizada. En la tabla 5 se puede observar la matriz de componentes rotados del año 2001 que presenta las cargas factoriales de las variables originales sobre los factores rotados. El análisis de la misma¹⁰ nos permite identificar tres estrategias de negocio, o formas de competir en dicho año.

Tabla 5. Matriz de Componentes Rotados año 2001

	Componentes		
	1	2	3
A1. No vida / total	0,689	0,098	0,498
A2. Diversificación	0,159	0,263	0,828
A3. Ln(primas totales)	-0,245	-0,419	0,451
B1. Gastos gestión / Primas totales	0,266	0,850	0,165
B2. Reas / primas totales	0,036	0,949	0,080
B3. Solvencia	0,741	0,165	-0,132
B4. inv. Finan. / inv. Total	-0,754	-0,019	-0,270
B5. rotación capital propio	-0,746	-0,228	0,067

Método de extracción: **Análisis de Componentes Principales Varimax with Kaiser Normalization.**

Fuente: elaboración propia

¹⁰ Una carga factorial se considerará significativa si es mayor a 0.5 (Hair, 1999).

Primer factor: *Estrategia no vida*

Esta estrategia genérica viene definida, por instituciones que mantienen elevados niveles de solvencia y cuyo negocio se centra primordialmente en el seguro de no vida. Por otro lado, destaca su bajo nivel de rotación del capital así como su escasa política de inversiones financieras.

Segundo factor: *Estrategia centrada en aspectos de compromiso de recursos*

Este factor viene definido, en su eje positivo por, gastos de gestión (eficiencia de gestión) y protección vía reaseguro (para reducir el riesgo operativo); así mismo niveles bajos de estas mismas variables definen el eje negativo.

Tercer factor: *Estrategia centrada en aspectos de alcance de actividades*

Esta estrategia subyacente viene definida por el nivel de diversificación y el volumen total de las operaciones. El primero, define el alcance del negocio; mientras que el segundo, mide potenciales economías de escala. El eje negativo viene definido por valores bajos de las mismas variables.

El comportamiento de los factores subyacentes, para el año 2003, se observa en la tabla 6.

Tabla 6. Matriz de Componentes Rotados año 2003

	Componentes		
	1	2	3
A1. No vida / total	0,192	-0,366	0,769
A2. Diversificación	0,156	0,066	0,876
A3. Ln(primas totales)	-0,575	0,317	0,469
B1. Gastos gestión / Primas totales	0,933	-0,017	0,230
B2. Reas / primas totales	0,887	0,080	0,161
B3. Solvencia	-0,046	-0,819	-0,030
B4. inv. Finan. / inv. Total	0,176	0,718	-0,433
B5. rotación capital propio	-0,452	0,694	0,039

Método de extracción: Análisis de Componentes Principales Varimax with Kaiser Normalization.
Fuente: elaboración propia

Primer factor: *Estrategia de especialización*

Esta estrategia genérica la definen empresas de pequeño volumen de negocio, con elevados gastos de gestión y elevados niveles de protección vía reaseguro. Esto sugiere una disminución del tamaño de las empresas para dirigirse a un segmento más reducido del mercado.

Segundo factor: *Estrategia centrada en inversiones financieras*

Esta estrategia de negocio está centrada en niveles de solvencia reducidos. Además los niveles elevados de inversión financiera son elevados como consecuencia, probablemente del bajo nivel de capital ocioso. Además, esta forma de competir se caracteriza por la elevada rotación del capital propio.

Tercer factor: *Estrategia de diversificación en seguros de no vida*

Este factor viene definido tanto en su eje positivo como negativo por las variables diversificación y ramos de seguros de no vida. Esto indica que las entidades siguiendo estrategia destacan por el alcance de sus operaciones sobre todo en los ramos de seguro de no vida.

Por último, el análisis de las estrategias de negocio subyacentes para el año 2005 se presenta en la tabla 7.

Tabla 7. Matriz de Componentes Rotados año 2005

	Componentes		
	1	2	3
A1. No vida / total	0,735	0,442	0,224
A2. Diversificación	0,328	0,492	0,585
A3. Ln(primas totales)	-0,050	-0,168	0,871
B1. Gastos gestión / primas totales	0,142	0,943	-0,052
B2. Reas / primas totales	-0,044	0,913	-0,055
B3. Solvencia	0,771	-0,147	-0,009
B4. inv. Finan. / inv. Total	-0,746	-0,017	-0,192
B5. rotación capital propio	-0,758	-0,248	0,236

Método de extracción: Análisis de Componentes Principales, Varimax with Kaiser Normalization.
Fuente: elaboración propia

Primer factor: *Estrategia no vida*

Esta estrategia de negocio se define por entidades centradas en el negocio del seguro de no vida con elevados niveles de solvencia (protección, pero capital ocioso). El nivel de inversiones financieras y la rotación del capital propio definen la faceta negativa de la misma.

Segundo factor: *Estrategia centrada en aspectos de compromiso de recursos*

Este factor viene definido, en su eje positivo por, gastos de gestión (eficiencia de gestión) y protección vía reaseguro (para reducir el riesgo operativo); así mismo niveles bajos de estas mismas variables definen el eje negativo.

Tercer factor: *Estrategia centrada de diversificación y concentración*

En esta última estrategia destaca la diversificación como variable de competencia, así como la importancia de las economías de escala. La estrategia antagónica viene definida por la elevada especialización y dispersión en el negocio asegurador.

Una vez se han interpretado los factores de forma individual para cada año, se procede a interpretar su evolución temporal (objetivo 4). Inicialmente, es interesante observar que el número de estrategias para todos los períodos bajo estudio es tres. Sin embargo, cuando se analiza la composición de los factores se observan cambios importantes en las formas de competir para cada año. En esta línea es interesante analizar los terceros factores en cada año. Todos ellos vienen definidos por la diversificación como variable clave. Sin embargo, en el año 2003, esta se localiza entre los ramos de no vida. De la misma forma, los gastos de gestión y el nivel de reaseguro son claves en los segundos factores durante el año 2001 y 2005. Sin embargo, durante el año 2003, estas variables definen la primera estrategia junto a la dimensión o tamaño. Por último, cabe resaltar que el primer factor del año 2001, sufre una inversión en el año 2003 y recobra su forma inicial en 2005. Estos resultados sugieren que el año 2003 fue un año en el cual las estrategias competitivas sufrieron un intenso cambio, recuperando la situación inicial en 2005. Esta variación constante en los comportamientos subyacentes son el escenario idóneo para estudiar los agrupamientos estratégicos de las entidades y su evolución temporal.

El tercer objetivo del trabajo, gira en torno a la clasificación de las entidades en grupos homogéneos, definidos según sus estrategias seguidas. Para conseguir este fin, se aplica un análisis de conglomerado o clúster sobre las entidades y los factores previamente definidos para cada año. Las variables empleadas para este análisis son, por tanto, los tres factores (ortogonales) que definen las principales dimensiones estratégicas¹¹ del Sector Asegurador español para cada año. Estos factores pueden considerarse *apropiados* para un análisis de conglomerado dado que explican aproximadamente el 70% de la variabilidad de las variables estratégicas del sector. Respecto a la medida de similitud empleada para agrupar a las entidades, se ha utilizado la distancia euclídea al cuadrado dado que es la medida recomendada al utilizar el método de Ward. Asimismo, se ha aplicado el análisis cluster sobre las variables estandarizadas (factores) debido a que las medidas de distancia son muy sensibles al cambio de escala (Hair, 1999). Es importante resaltar, que la

¹¹ Las variables también empleadas en Fiegenbaum y Thomas (1990a) y Pinillos y Martín (1998).

presencia de multicolinealidad en las variables, tiene efecto negativo sobre los resultados del análisis de conglomerado. Sin embargo, en nuestro caso, al emplear los factores provenientes de un análisis factorial con rotación ortogonal, se puede asegurar que estas nuevas variables son linealmente independientes. Para la formación de los grupos, en cada período, se han empleado de forma conjunta un clúster jerárquico seguido de un clúster no jerárquico. El método de agrupamiento jerárquico, que clasifica a las entidades aseguradoras en base a los factores previamente definidos, sirve para determinar el número de grupos óptimos en cada grupo. A su vez, y empleando esta información se ha implementado el algoritmo de agrupamiento no jerárquico de K-medias hallar la distribución de las entidades entre los grupos. La utilización de esta técnica de optimización no jerárquica es necesaria ya que las técnicas jerárquicas son muy sensibles debido a que se apoyan en procesos secuenciales (Hair, 1999). En base a esto, se procederá a analizar individualmente cada año de la muestra.

Respecto al cluster jerárquico, el análisis los años 2001, 2003 y 2005 sugieren la existencia de cinco grupos estratégicos para 2001 y cuatro grupos para 2003 y para 2005. A partir de estos valores, se ha implementado un análisis de K-medias para determinar, mediante un algoritmo, la composición óptima de cada grupo. Las tablas 8, 9 y 10 muestran las entidades que componen cada grupo para la muestra de entidades aseguradoras en 2001, 2003 y 2005 respectivamente.

Una vez definido el número de grupos y su composición, es necesario emplear un método para *validar* esta composición. Se implementará un análisis discriminante para evaluar si la asignación de las entidades a cuatro grupos prefijados se realiza de forma análoga a la observada mediante el cluster, por lo que lo utilizaremos como instrumento confirmatorio. Respecto a las variables utilizadas en el análisis. La variable dependiente será la variable categórica, pertenencia a cada grupo, mientras que las independientes serán variables métricas relacionadas con las entidades aseguradoras. Se han escogido las variables: Proporción no vida-vida, Ln (primas totales), Ratio de pérdidas, Rentabilidad de las inversiones y Rentabilidad financiera (ROE) para el año 2001; empleando Proporción no vida-vida, Ln (primas totales), Solvencia y Ratio de pérdidas para el año 2003 y Ln (primas totales), Rotación del capital propio, Ratio de pérdidas y Rentabilidad financiera (ROE) para el año 2005. Se aplica la estimación simultánea de las variables discriminantes ya que no estamos interesados en observar resultados intermedios de estimación. Al analizar

la valoración del ajuste global, nos centraremos en la valoración de la exactitud en la predicción a la pertenencia a un determinado grupo. Para ello se puede emplear el ratio de aciertos, como medida análoga al coeficiente de determinación. También se puede estudiar la proporción de casos clasificados erróneamente (Hair, 1999). Los resultados indican que el análisis discriminante clasifica el 75,9%, el 85,9% y el 67,3% de los casos correctamente, por lo que se confirman la validez de los análisis de conglomerados empleados para clasificar las entidades.

Tabla 8. Composición de los grupos mediante Cluster Jerárquico, año 2001

Grupo 1 (n = 17)	Grupo 2 (n = 22)	Grupo 3 (n = 1)	Grupo 4 (n = 17)	Grupo 5 (n = 3)
ALLIANZ AXA AURORA IBERICA BARCLAYS VIDA Y PENSIONES ESTRELLA SEGUROS FIATC HELVETIA CVN IMPERIO VIDA Y DIVERSOS LE MANS MAPFRE FINISTERRE MAPFRE MUTUALIDAD PLUS ULTRA SEGUROS GENERALES PREVISION ESPAÑOLA SEGUROS BILBAO SEGUROS CATALANA OCCIDENTE	ASCAT-VIDA ACEBAL ATLANTICO VIDA AXA AURORA VIDA BANESTO SEGUROS BANKINTER VIDA BANSABADELL VIDA BBVA SEGUROS CAIXA TERRASSA VIDA CEP VIDA IBERCAJA VIDA MAPFRE RIESGOS ESPECIALES MEDITERRANEO VIDA MUSINI VIDA RURAL VIDA SCH SEGUROS SEGUROS DE VIDA Y PENSIONES ANTARES SKANDIA SUD AMERICA VIDA Y PENSIONES SWISS LIFE VIDA CAIXA WINTERTHUR VIDA	SUR	ADESLAS AEGÓN UNIÓN ASEGURADORA ASISA CASER ING NATIONALE NEDERLANDEN VIDA MAAF MAPFRE AGROPECUARIA MAPFRE ASISTENCIA MAPFRE CAJA SALUD MAPFRE SEGUROS GENERALES MUTUAMADRILEÑA AUTOMOVILISTA OCASO PELAYO, MUTUA DE SEG. SANITAS SANTA LUCIA WINTERTHUR ASISTENCIA ZURICH VIDA	MUSINI

Fuente: elaboración propia

Tabla 9. Composición de los grupos mediante Cluster Jerárquico, año 2003

Grupo 1 (n = 31)	Grupo 2 (n = 24)	Grupo 3 (n = 7)	Grupo 4 (n = 2)
ADESLAS AEGON SEGUROS GRALES ALLIANZ AXA AURORA IBERICA SEGUROS BILBAO SEGUROS CATALANA OCCIDENTE DKV SEGUROS ESTRELLA SEGUROS FIATC GROUPAMA PLUS ULTRA HELVETIA CVN LE MANS LIBERTY INSURANCE GROUP LIBERTY INSURANCE LINEA DIRECTA ASEGURADORA MAAF MAPFRE SEGUROS GENERALES MAPFRE INDUSTRIAL MAPFRE CAJA SALUD MAPFRE FINISTERRE MAPFRE RIESGOS ESPECIALES MUTUA GENERAL DE SEGUROS OCASO PELAYO, MUTUA DE SEG. PREVISION ESPAÑOLA REALE SEGUROS GENERALES SANITAS SANTA LUCIA VITALICIO SEGUROS WINTERTHUR SEGUROS GENERALES ZURICH ESPAÑA	ASCAT-VIDA ASEVAL ATLANTICO VIDA AXA AURORA VIDA BANESTO SEGUROS BANSABADELL VIDA BBVA SEGUROS CAIXA TERRASSA VIDA CAIXA SABADELL VIDA CAJA ESPAÑA VIDA CASER CEP VIDA IBERCAJA VIDA MAPFRE VIDA MEDITERRANEO VIDA MUSINI VIDA ING NATIONALE NEDERLANDEN VIDA RURAL VIDA SKANDIA SUD AMERICA VIDA Y PENSIONES SWISS LIFE VIDA CAIXA WINTERTHUR VIDA ZURICH LIFE	ARESA ASISA MAPFRE MUTUALIDAD MAPFRE AGROPECUARIA MUTUA MADRILEÑA AUTOMOVILISTA REALE VIDA ZURICH VIDA	MUSINI SCH SEGUROS

Fuente: elaboración propia

Tabla 10. Composición de los grupos Cluster Jerárquico, año 2005

Grupo 1 (n = 18)	Grupo 2 (n = 26)	Grupo 3 (n = 3)	Grupo 4 (n = 2)
ADESLAS	AXA AURORA VIDA	ASISA	MAPFRE EMPRESAS
ALLIANZ	BANESTO SEGUROS	MAPFRE MUTUALIDAD	ZURICH ESPAÑA
ASCAT-VIDA	BBVA SEGUROS	MUTUA MADRILEÑA	
ASEVAL	BIA GALICIA		
AXA AURORA IBERICA	CAIXA SABADELL VIDA		
BANSABADELL VIDA	CAIXA TERRASSA VIDA		
CASER	DKV SEGUROS		
ESTRELLA SEGUROS	HELVETIA PREVISION		
FIATC	ING NATIONALE NEDERLANDEN VIDA		
GROUPAMA SEGUROS	LIBERTY SEGUROS		
IBERCAJA VIDA	LINEA DIRECTA ASEGURADORA		
MAPFRE SEGUROS GENERALES	MAPFRE CAJA SALUD		
MAPFRE VIDA	MEDITERRANEO VIDA		
SEGUROS CATALANA OCCIDENTE	MUTUA GENERAL DE SEGUROS		
VIDACAIXA	OCASO		
VITALICIO SEGUROS	PELAYO, MUTUA DE SEG.		
WINTERTHUR SEGUROS GENERALES	REALE SEGUROS GENERALES		
ZURICH VIDA	RURAL VIDA		
	SANITAS		
	SANTALUCÍA		
	SANTANDER SEGUROS		
	SEGUROS BILBAO		
	SKANDIA		
	UNICORP-VIDA		
	UNION ASEGURADORA		
	WINTERTHUR VIDA		

Fuente: elaboración propia

La caracterización de estos grupos, se realizará mediante la comparación entre el valor medio de cada variable del grupo respecto al valor promedio del sector para dicha variable. Se emplean para esta finalidad tanto las variables estratégicas (de alcance y de compromiso con los recursos) como variables de desempeño o resultados. Los resultados obtenidos se han resumido en las tablas 11, 12 y 13 que se presentan a continuación.

Tabla 11. Perfil de los grupos, año 2001

<p style="text-align: center;">Grupo 1 (n = 17)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orientación intermedia vida-no vida. - Reducido volumen de negocio y diversificación media. - Reducida rotación del capital propio y rentabilidad económica (ROA) por debajo de la media. - Bajo nivel de inversión financiera y rendimientos financieros mínimos. 	<p style="text-align: center;">Grupo 2 (n = 22)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clara orientación a seguro de vida. - Volumen intermedio de negocio, mínima diversificación. - Mínima solvencia y máximos niveles de inversión en activos financieros intermedia. - Bajas rentabilidades de activos financieros y financiera (ROE) y rentabilidad económica (ROA).
<p style="text-align: center;">Grupo 3 (n = 1, SUR)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clara orientación seguro no vida. - Mínimo volumen de negocio y poca diversificación. - Excesiva solvencia y muy baja rotación del capital propio. - Reducida inversión financiera y rendimiento de los activos pero elevada rentabilidad económica (ROE). - Elevada siniestralidad pero máxima rentabilidad económica (ROA). 	<p style="text-align: center;">Grupo 4 (n = 17)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orientación intermedia vida-no vida. - Mínimo volumen de negocio y diversificación. - Elevados niveles de siniestralidad pero niveles medios de rentabilidad económica (ROA). - Bajos niveles de inversión y de rentabilidad de las mismas, así como mínimos niveles de rentabilidad financiera (ROE).
<p style="text-align: center;">Grupo 5 (n = 1, MUSINI)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relativa orientación seguro no vida. - Reducido tamaño pero muy diversificada. - Mucha protección vía reaseguro y muy baja rotación del capital propio. - Rentabilidades financiera (ROE) y económica (ROA) por encima de la media. 	

Fuente: elaboración propia

Tabla 12. Perfil de los grupos, año 2003

<p style="text-align: center;">Grupo 1 (n = 31)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clara orientación seguro no vida. - Mayor volumen de negocio y diversificación. - Rotación del capital propio por encima de la media. - Rentabilidades por encima de la media: de inversiones, financieras, financiera (ROE) y económica (ROA). 	<p style="text-align: center;">Grupo 2 (n = 24)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clara orientación a seguro de vida. - Volumen intermedio de negocio, mínima diversificación. - Mínima solvencia y máximos niveles de inversión en activos financieros. - Máximas rentabilidades de activos financieros y financiera (ROE), menor rentabilidad económica (ROA)
<p style="text-align: center;">Grupo 3 (n = 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Equilibrio entre seguros de vida y no vida. - Volumen medio de negocio y relativa diversificación. - Elevados niveles de solvencia y bajos niveles de inversión financiera. - Baja rentabilidad financiera (ROE) - Baja siniestralidad y elevada rentabilidad económica (ROA). 	<p style="text-align: center;">Grupo 4 (n = 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orientación intermedia a seguros de no vida. - Reducido volumen de negocio pero diversificado. - Elevada protección vía reaseguro y mínima rotación de su capital propio. - Elevada siniestralidad y baja rentabilidad económica. - Niveles de rentabilidad de inversiones financieras, y financiera (ROE) por debajo de la media.

Fuente: elaboración propia

Tabla 13. Perfil de los grupos, año 2005

<p style="text-align: center;">Grupo 1 (n = 18)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clara orientación seguro vida. - Volumen de negocio y diversificación intermedios. - Mínimo nivel de solvencia, política activa de inversiones y elevada rotación del capital propio. - Rentabilidades por encima de la media: de inversiones, financieras, financiera (ROE). - Muy reducida rentabilidad económica (ROA). 	<p style="text-align: center;">Grupo 2 (n = 26)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clara orientación a seguro de vida. - Muy reducido volumen intermedio de negocio y mínima diversificación. - Solvencia y niveles de inversión en activos financieros intermedios. - Rentabilidades: de activos financieros, financiera (ROE) y económica (ROA) por debajo de la media.
<p style="text-align: center;">Grupo 3 (n = 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Especializadas en seguro de no vida. - Máximo volumen de negocio y diversificación relativa. - Elevados niveles de solvencia y bajos niveles de inversión financiera. - Baja inversión en activos financieros y rentabilidad financiera (ROE) por debajo del promedio. - Baja siniestralidad y elevada rentabilidad económica (ROA). 	<p style="text-align: center;">Grupo 4 (n = 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clara orientación seguros de no vida. - Reducido volumen de negocio pero diversificado. - Elevada protección vía reaseguro y reducida rotación de su capital propio. - Elevada siniestralidad y baja rentabilidad económica. - Política de inversiones por encima de la media, unido a niveles de rentabilidad de inversiones financieras, y financiera (ROE) muy elevados.

Fuente: elaboración propia

De estas caracterizaciones concatenadas es posible inferir diversas conclusiones sobre la evolución dinámica de los grupos. Por un lado, respecto al número de grupos, se observa que es relativamente estable. En lo que concierne al número de entidades que componen cada grupo, se observa un patrón peculiar. En todos los años analizados destacan dos grupos más numerosos cuyas características parecen mantenerse a lo largo del tiempo. Sin embargo, al analizar estas estructuras de forma más detallada, se observa una elevada movilidad de empresas entre grupos de un período a otro. Asimismo, en el período bajo estudio se han producido una pléyade de fusiones y absorciones que provocan un aumento en la movilidad de las empresas entre los grupos¹².

¹² Cabe citar: la absorción de PLUS ULTRA SEGUROS GENERALES por parte de GROUPAMA en el año 2003, la absorción de MUSINI vida y MUSINI por parte del GRUPO MAPFRE a finales de 2003, la absorción de ATLÁNTICO vida por parte del BANSABADELL en 2004 o la agrupación, en el mismo año de CASER, ECUADOR, LE MANS, MAAF Y SUD AMÉRICA en el GRUPO CASER.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La presente sección tiene como objeto el comentario crítico de los resultados obtenidos en las secciones precedentes, así como la inserción de estos en la literatura de grupos estratégicos.

Los resultados obtenidos en relación al primer objetivo de trabajo, identificación de las estrategias genéricas para los períodos bajo estudio, son más que interesantes. Estos nos permiten estudiar las diferentes formas de competir para cada año individual pero, a su vez, nos dan una idea bastante aproximada de la evolución temporal de las mismas. El empleo de un análisis factorial de componentes principales, con rotación ortogonal, permite hallar los factores independientes subyacentes a las variables estratégicas iniciales.

El proceso de formación de los grupos estratégicos permite obtener los grupos de una forma bastante robusta. Esto es debido a que se han empleado dos técnicas multivariantes para ello. Una primera, un análisis cluster jerárquico, ha servido para determinar el número de grupos para cada año. La estructura de los mismos se ha obtenido mediante un análisis cluster de k-medias, debido a que este último se basa en un algoritmo matemático que es menos sensible a los valores iniciales que el cluster jerárquico. Una vez formados los grupos, se ha aplicado un análisis discriminante sobre las variables de pertenencia para cada año. En todos los períodos los resultados del mismo ha sido satisfactorio, por lo que los grupos han sido validados (tercer objetivo).

A continuación, y en base a los resultados del análisis de conglomerados, se han estudiado las características económico-financieras de los grupos formados para cada período. Estudiándose, por último la evolución de los mismos durante el quinquenio 2001-2005. Esto ha permitido observar, dentro de las limitaciones de la muestra, la evolución tanto en el número de grupos estratégicos como en la composición de los mismos. Es interesante resaltar la importancia del estudio dinámico de los grupos estratégicos para la dirección estratégica de una entidad. Buenos ejemplos de esto lo encontramos en los trabajos de Mascarenhas (1989), Fiegenbaum y Thomas (1990) y para el caso de español Más, 1998 y 1999.

Gran parte de los resultados obtenidos en este estudio pueden ser empleados tanto para el análisis estratégico general, como para el Sector Asegurador en particular. Inicialmente, la metodología de identificación de estrategias puede ser aplicada por el nivel gerencial de las entidades para simplificar el espacio competitivo

en el que operan. Por otro lado, la identificación de una estructura de grupos para un determinado sector puede ayudar en el proceso de selección de la estrategia óptima a seguir por dicha entidad.

LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

La última sección de este trabajo tiene por objeto detectar las potenciales limitaciones del mismo así como identificar futuras líneas de trabajo. Entre las limitaciones, cabe destacar:

i) La muestra esta formada por alrededor de 50 entidades (en un universo de aproximadamente 200) para cada año que acumulan aproximadamente el 80% de la capitalización del sector. Existe un claro sesgo contra las entidades pequeñas, por lo que se recomienda cautela a la hora de interpretar los grupos estratégicos y su evolución temporal. La subsanación de este problema es sencilla ya que existen datos contables para todas las empresas del sector.

iii) La selección de las variables que intentan reflejar las dimensiones competitivas se basa, exclusivamente, en la revisión de la literatura existente. Sin embargo, sería interesante realizar entrevistas con directivos del sector y/o investigadores expertos en el sector para desarrollar mejores medidas y validar las ya existentes.

iv) Es posible completar el análisis dinámico de los grupos estratégicos, tanto ampliando la muestra al total de la población, como incorporando información procedente de informes y memorias del sector sobre fusiones, absorciones y participación en empresas del grupo. Esto permitiría tener una visión más completa del movimiento de las empresas entre grupos a lo largo del tiempo y sus posibles motivaciones para ello.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Claver, E., Molina, J.F. y Tarí, J.J. (2003a): “*Strategic groups and firms performance: the case of Spanish house-building firms*”, Construction Management and Economics (June, 2003) Vol. 21, pp. 369-377
- Claver, E., Molina, J.F., Molina, H., Marco, B. (2003b): “*Grupos estratégicos y rentabilidad empresarial: una prueba complementaria*”, ESIC-MARKET, mayo-agosto, pp.82-97.
- Cool, K. y Schendel, D. (1987): “*Strategic group formation and performance: the case of the U.S. Pharmaceutical industry, 1963-82*”, Management Science, Vol. 33 (9), pp. 1102-1124
- Cool, K. y Schendel, D. (1988): “*Performance differences among strategic group members*”, Strategic Management Journal, Vol. 9, pp. 207-223
- DGSP, Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, Ministerio de Economía y Hacienda, <http://www.dgsfp.mineco.es/>
- Fiegenbaum, A. y Thomas, H (1990a): “*Strategic Groups and Performance: the U.S. Insurance Industry, 1970-1984*”, Strategic Management Journal, Vol. 11, pp. 197-215
- Fiegenbaum, A., Sudharshan, D. y Thomas, H. (1990b): “*Strategic time periods and Strategic Groups research: concepts and an empirical example*”, Journal of Management Studies, Vol. 27:2, pp. 133-148
- Fiegenbaum, A. y Thomas, H. (1995): “*Strategic groups as reference groups: theory, modelling and Empirical examination of industry and competitive strategy*”, Strategic Management Journal, Vol. 16, pp. 461-476
- Fiegenbaum, A., Thomas, H. y Tang, M.J. (2001): “*Linking Hypercompetition and Strategic Group Theories: Strategic Maneuvering in the US Insurance Industry*”, Managerial and Decision Economics, Vol. 22, pp. 265-279
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R, y Black, W (1999): “*Análisis Multivariante*”, 5ª edición. Prentice Hall, Madrid.
- ICEA, Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones, <http://www.icea.es>
- Hunt, M. (1972): “*Competition in the Mayor Home Appliance Industry, 1960-70*”. Tesis Doctoral, Harvard University.
- Johnson G. y Scholes K. (1997) D: “*Dirección Estratégica. Análisis de la estrategia de las Organizaciones*”, 3ª Ed., Prentice Hall: Madrid.
- Lee, J.; Lee, K. y Rho, D. (2002) “*An evolutionary perspective on strategic group emergence: a genetic Algorithm-based model*”, Strategic Management Journal, Vol. 23, pp. 727-746.
- Lewis, P. y Thomas, H. (1990): “*The linkage between strategy, strategic groups, and performance in the U.K. retail grocery industry*”, Strategic Management Journal, Vol. 11, pp. 385-97
- Martínez, M. A. (1993): “*Organización y Estrategia en la Empresa: el Ejemplo del Sector Asegurador en España*”, Tesis Doctoral, Universidad de Alcalá de Henares.
- Más, F.J. (1998): “*Relación rentabilidad-riesgo en el contexto de los grupos estratégicos*”, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 7, 1, pp. 33-46
- Más, F.J. (1999): “*Dynamic analysis of competition in marketing: strategic groups in Spanish banking*”, International Journal of Bank Marketing, Vol. 17, 5, pp. 233-50.
- Mascarenhas, B. y Aaker, D.(1989): “*Mobility barriers and strategic groups*”, Strategic Management Journal, Vol. 10 (5), pp. 475-485
- McGee, J. y Thomas, H. (1986): “*Strategic Group: Theory, Research and Taxonomy*”, Strategic Management Journal, Vol.7, pp. 141-160
- McNamara, G., Deephouse, D. y Luce, R. (2003): “*Competitive positioning within and cross a Strategic group structure: the performance of core, secondary and solitary firms*”, Strategic Management Journal, Vol. 24, pp. 161-181

Pereira Moliner, J. (2004): “*Análisis Competitivo mediante Grupos Estratégicos: aplicación al Sector Hotelero Alicantino*”, Documento de trabajo, Dpto. Organización de Empresas, Universidad de Alicante.

Pinillos Costa, M. y Martín, M. L. (1998): “*Grupos Estratégicos en el Sector Asegurador, 1991-1995: El impacto de la Bancaseguros*”, Centro de Estudios Superiores Sociales y Jurídicos Ramón Carande.

Porac, J., Thomas, H., Wilson, F. Paton, D. y Kanfer, A. (1995): “*Rivalry and the industry model of Scottish knitwear producers*”, Administrative Science Quarterly, Vol. 40, pp. 203-227

Porter, M. E. (1982): “*Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*”. The Free Press: Macmillan Co. Inc.

Porter, M. (1979): “*The structure within industries and companies’ performance*”, Review of Economics and Statistics, Vol. 61 (2), pp.214-27

Punj, G y Stewart D. (1983) “*Cluster Analysis in Marketing Research: Review and Suggestions for Application.*” Journal of Marketing Research, Vol. 20 (May): 134-48

Reger, R., Huff, A.S., (1993): “*Strategic groups: a cognitive perspective*”, Strategic Management Journal, Vol. 14, pp. 103-124

Anexo 1. Detalle de las variables estratégicas y de resultado empleadas

A) Variables de alcance (Pinillos y Martín, 1998).

A1. Proporción de vida – no vida.

Esta variable intenta cuantificar la orientación al producto y se mide mediante el ratio entre primas netas no vida y primas netas totales.

A2. Índice de diversificación.

Indica el grado en que la identidad diversifica los ramos en los que opera. Se operacionaliza mediante el ratio entre el número de ramos en que opera la entidad y el número máximo de ramos en los que opera una aseguradora para el año 2004 (23 ramos).

A3. Ln(primas totales).

Esta variable mide el tamaño de la entidad por medio del logaritmo neperiano de las primas netas totales.

B) Variables de Compromiso de recursos (Pinillos y Martín, 1998).

B1. Ratio de Gastos de gestión.

Son el ratio entre gastos de gestión externos e internos y las primas netas totales. Esta variable informa sobre la productividad en el uso de los recursos.

B2. Protección vía reaseguro.

Ratio entre reaseguro total entre las primas netas totales. Es un instrumento que emplean las empresas para aumentar su capacidad de aseguramiento (reducción de riesgo).

B3. Solvencia.

Es el ratio entre el margen de solvencia de la entidad y el margen de solvencia mínimo exigido. Indica el grado en que la entidad puede cumplir sus obligaciones con los asegurados pero supone capital ocioso.

B4. Política de inversiones.

Indica la proporción de inversión financiera sobre la inversión total. Estas decisiones pueden suponer una fuente de ingresos adicionales para las empresas aseguradoras.

B5. Rotación del capital propio.

Supone el ratio entre el negocio neto (volumen total de primas más reaseguro aceptado y cedido) y el capital propio de la misma.

C) Variables de resultados (Pinillos y Martín, 1998).

C1. Cuota de mercado.

C2. Ratio de pérdidas. medido mediante el ratio entre siniestralidad y volumen total de primas.

C3. Cobertura siniestralidad con fondos propios.

C4. Cobertura siniestralidad con fondos propios ampliados (más provisiones),

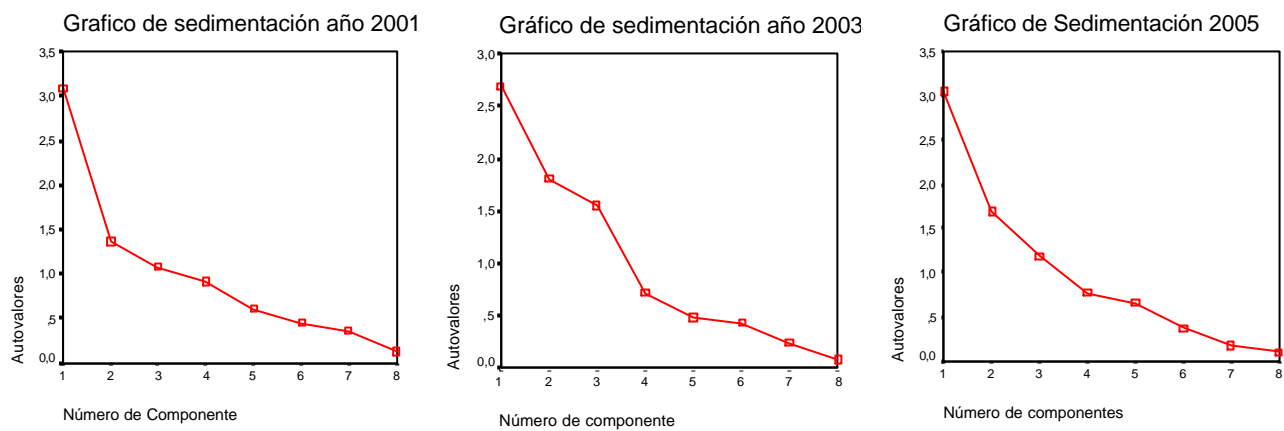
C5. Rendimiento de las inversiones. productos financieros y las inversiones más el efectivo.

C6. Rentabilidad financiera (ROE). beneficio neto entre capitales propio.

C7. Rentabilidad económica (ROA). beneficios antes de intereses e impuestos entre activo total.

Anexo 2. Análisis factorial componentes principales: Condiciones de idoneidad

Figura 1. Gráfico de Sedimentación: 2001, 2003, 2005



Fuente: Elaboración Propia