



Coopetición. Una revisión de la literatura

Revista Publicando, 3(9).2016, 542-552. ISSN 1390-9304

Coopetición. Una revisión de la literatura

Jacqueline del Pilar Hurtado Yugcha¹

1 Universidad Técnica de Ambato, jacquelinedhurtado@uta.edu.ec

RESUMEN

Este artículo se propuso realizar una revisión bibliográfica sobre las publicaciones reportadas sobre “coopetition”. A partir de la revisión realizada en Scopus se pudo analizar la distribución de 265 referencias por año, disciplina y por países. Se pudieron precisar los artículos de mayor impacto en esta temática.

Como direcciones investigativas de importancia se determinaron:

- a) Aplicación de la Teoría de juegos
- b) Relación de la coopetición con la Innovación.
- c) El análisis de la relación entre la distribución del conocimiento y la coopetición.

Se analiza que la coopetición es un campo de investigación en pleno desarrollo en que la misma definición del término necesita ser refinada y deben desarrollarse investigaciones que permitan comprender como esta afecta los modelos de negocios

Palabras claves: coopetition, coopetición, investigaciones en coopetición



Coopetition. A review of the literature

ABSTRACT

This article proposed to carry out a bibliographic review on the reported publications on "coopetition". Based on the Scopus review, it was possible to analyze the distribution of 265 references per year, discipline and by country. It was possible to specify the articles with the greatest impact in this area.

As important investigative directions were determined:

- A) Application of Game Theory
- B) Relationship of coopetition with Innovation.
- C) The analysis of the relationship between knowledge distribution and coopetition.

It is analyzed that coopetition is a field of research in full development in which the very definition of the term needs to be refined and research must be developed to understand how it affects business models

Keywords: coopetition,coopetition research, coopetition trends



1. 37).INTRODUCCIÓN

La necesidad de cooperación junto a la presencia de competencia en las redes de negocios llevó a definir la denominada “coopetición” (Bengtsson & Kock, 2000), desde el punto de vista investigativo se presentaba como aspecto de creciente interés y que era el hecho de que dos empresas pudieran beneficiarse tanto de cooperar como de competir. Este nuevo fenómeno de desarrollar un producto mediante un acuerdo entre competidores fue señalado por (Weber, 1991) que marcó el significativo hecho de que:

Cuando Hewlett-Packard presentó su computadora de bolsillo 95LX en abril, no sólo celebró el debut de un producto notable, sino que también envió dos señales significativas a la comunidad electrónica mundial. Primero, al formar una alianza única con cuatro socios corporativos importantes que a menudo compiten ferozmente, HP estableció un paradigma para la forma en que el desarrollo de productos complejos puede llevarse a cabo en el futuro (p. 37).

Esta concepción, es decir esta nueva forma de cooperación se empezó a señalar a partir del 1992 en situaciones de negocios bien distintas (Cleghorn, 1992; Friedman & Barnes, 1992) y hasta fue señalada como la “nueva ola del futuro” (Barone, 1995).

Una revisión como la de (Dorn, Schweiger, & Albers, 2016) marcó cinco áreas de investigación multinivel esta nueva disciplina :” (1) la naturaleza de la relación, (2) Gobernabilidad y gestión, (3) la salida de la relación, (4) las características del actor y (5) las características ambientales· (p. 1). La Coopetición aparecería en la literatura vinculada a la dinámica de transformación del conocimiento (Werner, Dickson, & Hyde, 2015), por su importancia en las cadenas de suministro (Wood, 2012) y como una de las estrategias claves del siglo XXI (Yami, Castaldo, Dagnino, & Le Roy, 2010). Esta compleja relación entre competencia y colaboración plantea todo un conjunto de interrogantes en relación con su aparición y su mantenimiento, señaladas por ejemplo, en relación con la distancia al cliente y la heterogeneidad de los recursos (Bengtsson & Kock, 2000).



Este nuevo concepto, al parecer poco manejado en la literatura en español amerita una revisión que permita caracterizar las investigaciones más importantes y que pueda servir para configurar las tendencias y campos de acción principales de esta interacción entre competencia y cooperación. Este artículo se enmarcó en esta dirección investigativa.

2. METODOS

Se realizó una revisión bibliográfica utilizando Scopus (<https://www.scopus.com/>) para la aparición del término “coopetition” en el título de los artículos. Se obtuvieron, producto de ello, 265 referencias distribuidas entre los años 1991 y 2017. La distribución anual se muestra en la Figura 1:

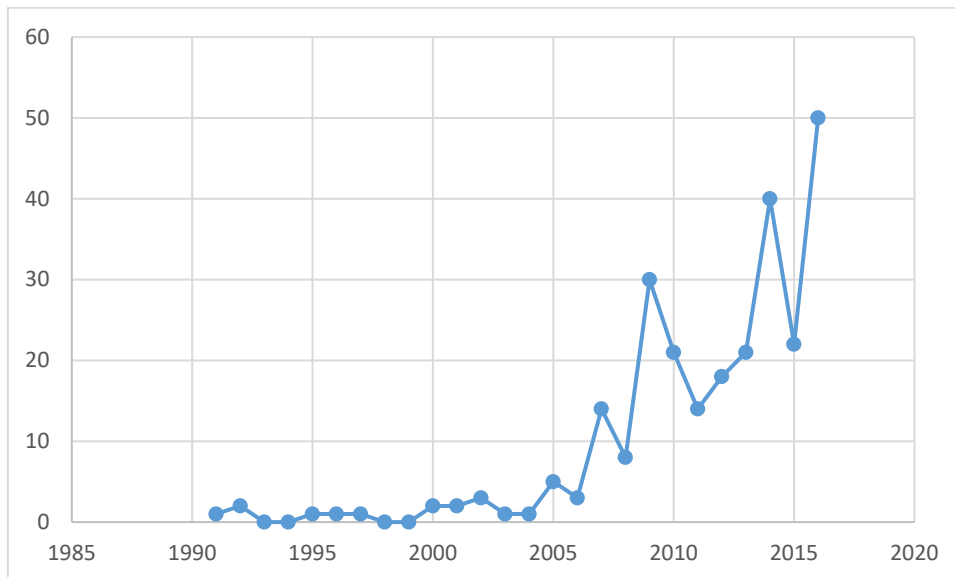


Figura 1. Distribución anual de las referencias en Scopus. Término de búsqueda en Scopus : (TITLE(coopetition)).

La Figura demuestra el interés creciente en las publicaciones sobre Coopetition, y de un primer artículo en 1991 (Weber, 1991) se pasó a 50 en el año 2016.



3. RESULTADOS

Análisis de los resultados bibliométricos

Los artículos sobre “coopetition” se distribuyeron por especialidades de acuerdo con el gráfico que se presenta en la Figura 2:

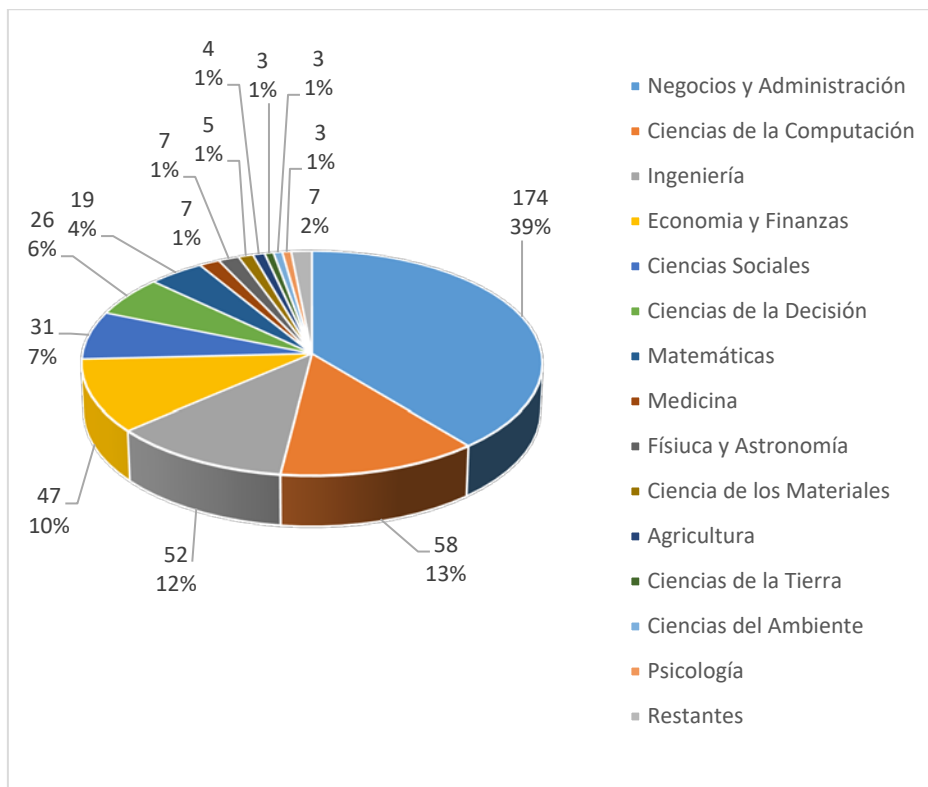


Figura 2. Distribución pro disciplinas de las referencias en Scopus. Término de búsqueda en Scopus : (TITLE(coopetition)).

Este gráfico demuestra que las investigaciones sobre “coopetition” aunque se publican en lo fundamental en Negocios y Administración se pueden referir en las disciplinas más variadas y en diversos campos del conocimiento.

La revista fundamental en que se publica es el Industrial Marketing Management (15 % del total de artículos revisados).



La distribución por países reflejó el interesante dato que el país que más publica en el tema es Francia, (ver Figura 3)

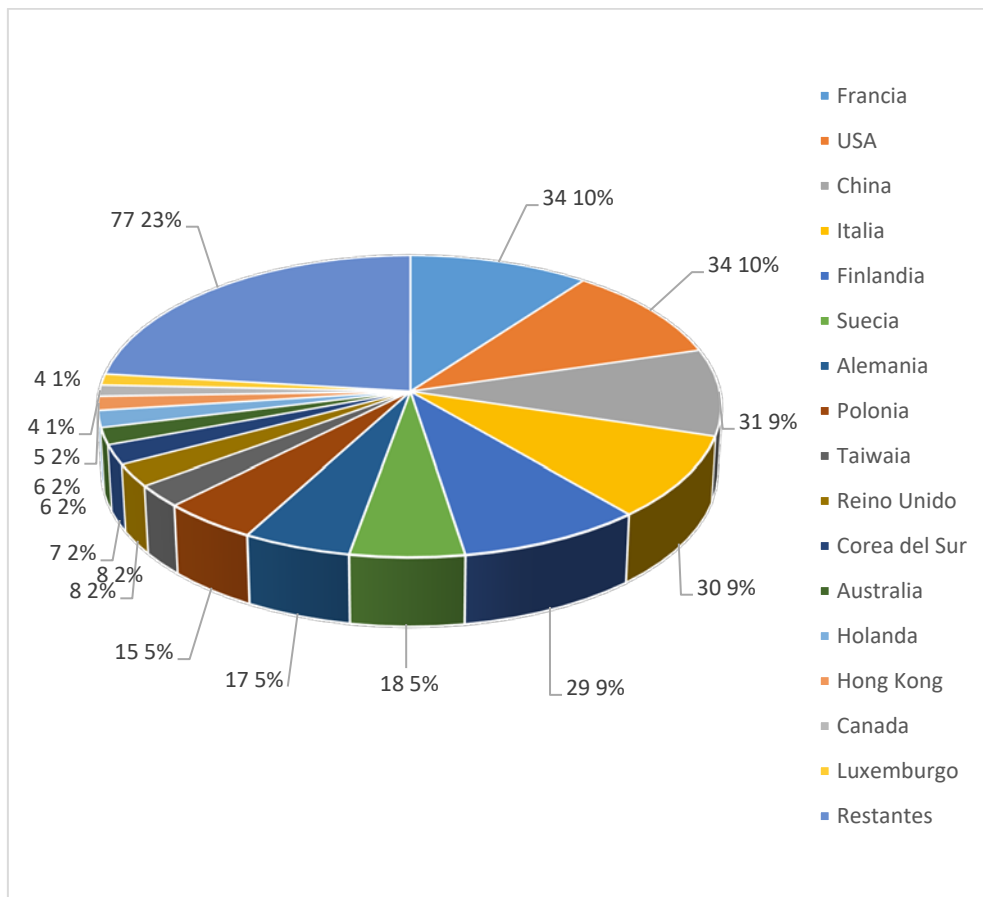


Figura 3. Distribución por países de las referencias en Scopus. Término de búsqueda en Scopus : (TITLE(coopetition)).

Para determinar los artículos de mayor impacto se procedió a clasificarlos de acuerdo con el número de citas recibidas por cada uno lo que se resume en la Tabla 1:



Tabla 1

Artículos de mayor impacto en “Coopetition”

Año	Título	Total de citas	Referencia
2002	Social structure of "coopetition" within a multiunit organization: Coordination, competition, and intraorganizational knowledge sharing	689	(Tsai, 2002)
2000	"Coopetition" in business networks - To cooperate and compete simultaneously	481	(Bengtsson & Kock, 2000)
2006	Cross-functional "coopetition": The simultaneous role of cooperation and competition within firms	155	(X. Luo, Slotegraaf, & Pan, 2006)
2007	A coopetition perspective of global competition	121	(Y. Luo, 2007)
2009	What's in it for me? Creating and appropriating value in innovation-related coopetition.	110	(Ritala & Hurmelinna-Laukkanen, 2009)
2005	Toward coopetition within a multinational enterprise: A perspective from foreign subsidiaries	106	(Y. Luo, 2005)
2011	Managing coopetition through horizontal supply chain relations: Linking dyadic and network levels of analysis	70	(Wilhelm, 2011)
2008	Destination marketing: Competition, cooperation or coopetition?	67	(Wang & Krakover, 2008)
2008	Identifying and prioritizing critical success factors for coopetition strategy	64	(Chin, Chan, & Lam, 2008)

Análisis de las tendencias investigativas en “Coopetition”



La revisión de los artículos referenciados en la Tabla 1 y el análisis de los 261 encontrados permitieron determinar tres direcciones importantes de las investigaciones:

Aplicación de la Teoría de juegos. Artículos como los de Qi, Yang y Li (2006) y la revisión de Okura y Carfi (2014) cubren el importante vacío entre las investigaciones en “Coopetition” y la Teoría de Juegos.

Relación con la Innovación. A partir del trabajo de (Ritala & Hurmelinna-Laukkanen, 2009) se han publicado importantes contribuciones sobre la relación entre estos dos conceptos (Granata, Géraudel, Gundolf, Gast, & Marquès, 2016; Ritala & Hurmelinna-Laukkanen, 2013; Velu, 2015; Wemmer, Emrich, & Koenigstorfer, 2016).

Gestión del Conocimiento. La relación entre la distribución del conocimiento y la coopetición fue estudiada por Tsai (2002) en relación con la misma estructura social de esta. Otros autores han seguido estudiando el tema (Estrada, Faems, & de Faria, 2015; Loebbecke & Angehrn, 2010; Ritala, Välimäki, Blomqvist, & Henttonen, 2009) y se han reportado estudios de caso en aspectos como el turismo (Werner et al., 2015) y para el caso de firmas de alta tecnología (Chevallier, Laarraf, Lacam, Miloudi, & Salvetat, 2016).

Un aspecto que no puede ignorarse en el estudio de la coopetición es que sin dudas la misma definición de coopetición, como una relación dual entre empresas que cooperan y compiten simultáneamente, necesita ser refinada y que es necesario comprender como la coopetición afecta los modelos de negocios (Dorn et al., 2016).

4. CONCLUSIONES

A partir de la revisión realizada en Scopus se pudo analizar la distribución de 265 referencias por año, disciplina y por países. Se pudieron precisar los artículos de mayor impacto en esta temática.

Como direcciones investigativas de importancia se determinaron:

Aplicación de la Teoría de juegos



Relación de la coopetición con la Innovación.

El análisis de la relación entre la distribución del conocimiento y la coopetición.

La coopetición es un campo de investigación en pleno desarrollo en que la misma definición de coopetición, necesita ser refinada y deben desarrollarse investigaciones que permitan comprender como la coopetición afecta los modelos de negocios

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barone, T. A. (1995). Coopetition: The wave of the future. Catholic healthcare providers must work with others to remain viable. *Health progress (Saint Louis, Mo.)*, 76(1), 51-52.
- Bengtsson, M., et al.Kock, S. (2000). "Coopetition" in business networks - to cooperate and compete simultaneously. *Industrial Marketing Management*, 29(5), 411-426.
- Cleghorn, G. D. (1992). Coopetition in rural health education: The south carolina ahec model. *The Journal of the South Carolina Medical Association*, 88(10), 462-465.
- Chevallier, C., Laarraf, Z., Lacam, J. S., Miloudi, A., et al.Salvetat, D. (2016). Competitive intelligence, knowledge management and coopetition: The case of european high-technology firms. *Business Process Management Journal*, 22(6), 1192-1211. doi: 10.1108/BPMJ-11-2015-0161
- Chin, K. S., Chan, B. L., et al.Lam, P. K. (2008). Identifying and prioritizing critical success factors for coopetition strategy. *Industrial Management and Data Systems*, 108(4), 437-454. doi: 10.1108/02635570810868326
- Dorn, S., Schweiger, B., et al.Albers, S. (2016). Levels, phases and themes of coopetition: A systematic literature review and research agenda. *European Management Journal*, 34(5), 484-500. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.emj.2016.02.009>



- Estrada, I., Faems, D., et al. de Faria, P. (2015). Coopetition and product innovation performance: The role of internal knowledge sharing mechanisms and formal knowledge protection mechanisms. *Industrial Marketing Management*. doi: 10.1016/j.indmarman.2015.11.013
- Friedman, B. A., et al. Barnes, B. W. (1992). Client-server design provides model for 'coopetition' alliances. *Computers in healthcare*, 13(9), 38-39.
- Granata, J., Géraudel, M., Gundolf, K., Gast, J., et al. Marquès, P. (2016). Organisational innovation and coopetition between smes: A tertius strategies approach. *International Journal of Technology Management*, 71(1-2), 81-99. doi: 10.1504/IJTM.2016.077975
- Loebbecke, C., et al. Angehrn, A. (2010). Knowledge management under coopetition *Encyclopedia of knowledge management* (Vol. 1, pp. 791-803).
- Luo, X., Slotegraaf, R. J., et al. Pan, X. (2006). Cross-functional "coopetition": The simultaneous role of cooperation and competition within firms. *Journal of Marketing*, 70(2), 67-80. doi: 10.1509/jmkg.70.2.67
- Luo, Y. (2005). Toward coopetition within a multinational enterprise: A perspective from foreign subsidiaries. *Journal of World Business*, 40(1), 71-90. doi: 10.1016/j.jwb.2004.10.006
- Luo, Y. (2007). A coopetition perspective of global competition. *Journal of World Business*, 42(2), 129-144. doi: 10.1016/j.jwb.2006.08.007
- Okura, M., et al. Carfi, D. (2014). Coopetition and game theory. *Journal of Applied Economic Sciences*, 9(3), 457-466.
- Qi, G. Q., Yang, X. H., et al. Li, S. (2006). Coopetition analysis of clustered network supply chain by repetitive game theory. *Dongbei Daxue Xuebao/Journal of Northeastern University*, 27(2), 233-236.
- Ritala, P., et al. Hurmelinna-Laukkanen, P. (2009). What's in it for me? Creating and appropriating value in innovation-related coopetition. *Technovation*, 29(12), 819-828. doi: 10.1016/j.technovation.2009.07.002
- Ritala, P., et al. Hurmelinna-Laukkanen, P. (2013). Incremental and radical innovation in coopetition-the role of absorptive capacity and appropriability. *Journal of Product Innovation Management*, 30(1), 154-169. doi: 10.1111/j.1540-5885.2012.00956.x



- Ritala, P., Välimäki, K., Blomqvist, K., et al.Henttonen, K. (2009). Intrafirm coopetition, knowledge creation and innovativeness *Coopetition strategy: Theory, experiments and cases* (pp. 64-73).
- Tsai, W. (2002). Social structure of "coopetition" within a multiunit organization: Coordination, competition, and intraorganizational knowledge sharing. *Organization Science*, 13(2), 179-190.
- Velu, C. (2015). Evolutionary or revolutionary business model innovation through coopetition? The role of dominance in network markets. *Industrial Marketing Management*. doi: 10.1016/j.indmarman.2015.11.007
- Wang, Y., et al.Krakover, S. (2008). Destination marketing: Competition, cooperation or coopetition? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(2), 126-141. doi: 10.1108/09596110810852122
- Weber, S. (1991). Executive briefing. Anatomy of 'coopetition'. *Electronics*, 64(8), 37-38.
- Wemmer, F., Emrich, E., et al.Koenigstorfer, J. (2016). The impact of coopetition-based open innovation on performance in nonprofit sports clubs. *European Sport Management Quarterly*, 16(3), 341-363. doi: 10.1080/16184742.2016.1164735
- Werner, K., Dickson, G., et al.Hyde, K. F. (2015). Coopetition and knowledge transfer dynamics: New zealand's regional tourism organizations and the 2011 rugby world cup. *Event Management*, 19(3), 365-380. doi: 10.3727/152599515X14386220874841
- Wood, L. C. (2012). Coopetition in supply chains: A case study of a cooperative structure in the horticulture industry *Customer-oriented global supply chains: Concepts for effective management* (pp. 76-93).
- Yami, S., Castaldo, S., Dagnino, G. B., et al.Le Roy, F. (2010). *Coopetition: Winning strategies for the 21st century*.