

Efecto de las estrategias competitivas y los recursos y capacidades orientados al mercado sobre el crecimiento de las organizaciones

Fecha de recepción: 01/06/2011

Fecha de aceptación: 30/09/2011

*Carmen Berenice
Ynzunza Cortés*
Universidad Tecnológica de
Querétaro
bynzunza@uteq.edu.mx

*Juan Manuel
Izar Landeta*
Universidad Autónoma
de San Luis Potosí
jmizar@uaslp.mx

Resumen

Este estudio analiza las relaciones entre las fuerzas de mercado, las estrategias competitivas, los recursos y capacidades orientados al mercado, así como el desempeño organizacional. La investigación se realizó en Pyme del sector industrial del estado de Querétaro, con un muestreo de conveniencia no probabilístico; asimismo, se diseñó un modelo estructural para probar las relaciones entre las variables, las cuales se analizaron con el software AMOS. El tamaño de muestra alcanzado fue de 116 y la recopilación de información se hizo mediante entrevistas. Las fuerzas de mercado, la estrategia competitiva y la orientación a mercado fueron medidas con las escalas de Kohly y Javorsky (1990), Segev (1987) y Narver y Slater (1990). Los ítems para el desempeño organizacional y los recursos de tecnología e innovación fueron diseñados. Los hallazgos prueban que las fuerzas de mercado tienen un impacto grande en la estrategia competitiva, el cual no es significativo sobre los recursos y capacidades, y es negativo respecto al desempeño, medido por el crecimiento organizacional. El efecto de la estrategia competitiva ha sido significativo sobre los recursos y capacidades de orientación a mercado, tecnología e innovación y no significativo respecto al desempeño. Estos recursos y capacidades influyen de manera significativa en el desempeño organizacional. Los resultados de este estudio enfatizan la implementación de estrategias prospectoras y analizadoras, que crean recursos y capacidades que den valor, con beneficios económicos para las empresas, así como los de orientación a mercado, tecnología e innovación. Estos hallazgos son consistentes con los encontrados en otras investigaciones realizadas en otros países.

Palabras clave: estrategia, mercado, recursos, capacidades, desempeño.

Effect of competitive strategies and market oriented resources and capabilities on organizational growth

Abstract

This study analyzes the relationships between market forces, competitive strategies, market orientation, innovation, technological resources and capabilities, and organizational performance. The study was made in small firms (SMEs) in the industrial sector in the State of Queretaro with a non-probabilistic convenience sampling. A structural model was designed to test the variable relationships, using Amos software. The sample size was 116 and interviews were applied to collect data. To measure market forces, competitive strategies and market orientation Kohli and Jaworsky (1990), Segev (1987) and Narver and Slater (1990) scales were used. The items to measure technological and innovation capabilities and organizational performance were designed. The results of the study show that market forces have a significant impact on the competitive strategy, a non-significant impact on resources and capabilities and a negative one on performance, this last one being measured by organizational growth. The effect of competitive strategy is significant on market orientation, technological and innovation resources and capabilities and non-significant on organizational performance. These resources and capabilities have a significant influence on organizational performance. The results of this research emphasize the implementation of prospecting and analyzing strategies that create resources and capabilities which give value such as market orientation, technology and innovation, with economical benefits for organizations.

Keywords: strategy, market, resources, capabilities, performance.

Introducción

Para crear crecimiento y generar un desempeño sostenido en el largo plazo, en un ambiente dinámico y cambiante, donde la globalización, el incremento de la competencia, las nuevas tecnologías y las demandas de los consumidores por nuevos productos son una constante, las organizaciones requieren alinearse a las oportunidades y amenazas externas de la industria e implementar una estrategia que les permita generar los recursos y capacidades organizacionales que les brinden una ventaja competitiva.

La globalización, al igual que los avances tecnológicos y un entorno de rápidos cambios, generan asimismo oportunidades tanto para organizaciones grandes

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/1004564>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/1004564>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)