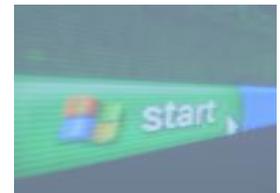




CALIDAD Y COMPETITIVIDAD



Dr. César Augusto Atoche Pacherras



- **Doctor en Ciencias Administrativas por la Universidad Nacional de Piura (UNP).**
- **Magíster en Administración (MBA) con mención en Negocios Internacionales por la Universidad del Pacífico (UP).**
- **Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de Piura (UDEP).**
- **Diploma de Postgrado en Marketing Internacional e Investigación de Mercados por la Universidad Nacional de Piura (UNP).**
- **Profesor Principal adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas UNP.**
- **Decano del Colegio de Licenciados en Administración de Piura (2009-2011 y 1987-1989).**

ÍNDICE

- 1) ELEMENTOS DE LA EMPRESA
- 2) FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA
- 3) OBJETIVOS DE LA EMPRESA
- 4) CALIDAD Y COMPETITIVIDAD.

1

ELEMENTOS DE LA EMPRESA

- A. Propietarios → empresario
- B. Patrimonio
- C. Personal



EL PROPIETARIO DETERMINA:



VISIÓN



A dónde nos vemos o a dónde queremos estar a corto, mediano y largo plazo.

Por ejemplo: a un año, tres, cinco, 10, etc.

Es la razón de ser la empresa

Por lo que vive

La más importante para la empresa



MISIÓN



CULTURA ORGANIZACIONAL

Es el conjunto de valores que se viven en la empresa y que se manifiestan en todas las funciones y acciones realizadas.

¿Qué valores?

- ✓ Orden
 - ✓ Limpieza
 - ✓ Puntualidad
 - ✓ Responsabilidad
 - ✓ Deseo de superación
 - ✓ Honradez
 - ✓ Respeto al derecho de los demás
 - ✓ Respeto a leyes y reglamentos
 - ✓ Amor al trabajo
 - ✓ Afán por el ahorro e inversión
- Calidad
 - Excelencia

FILOSOFÍA DE LA EMPRESA

La filosofía es un sistema de valores, creencias y actitudes que guían el comportamiento de una persona



B

EL PATRIMONIO

- 1) **ACTIVOS FÍSICOS** → EDIFICIOS, MAQUINARIAS, ACTIVOS FINANCIEROS E INFRAESTRUCTURA
- 2) **ACTIVOS INTANGIBLES** → CAPITAL HUMANO, CONOCIMIENTO, IDEAS, ESTRATEGIAS, PLANES DE NEGOCIOS, MARCAS, DISEÑOS.

EL VALOR PRINCIPAL DE LAS EMPRESAS, HA PASADO DE LOS ACTIVOS FÍSICOS A LOS ACTIVOS INTANGIBLES Y HOY ES EL ELEMENTO ESENCIAL PARA DETERMINAR LA **COMPETITIVIDAD** DE UNA EMPRESA EN EL MERCADO.



EL PERSONAL

- **Motivado** → sentimiento natural de querer servir.
- **Disciplinado** → controlar la variabilidad.
- **Colaborador** → contribuye en el logro de los objetivos.
- **Trabaja en equipo** → sabe escuchar, busca consenso.
- **Mente abierta** → nuevas ideas para ver las cosas de otra manera, auto reflexión, pasarla bien, practicar valores.
- **Competente** → se capacita para saber actuar y busca condiciones necesarias para poder actuar.

- **EL RESPETO POR LAS PERSONAS** → las actividades se inspiran en el respeto por las personas, sus valores, las creencias, respeto por los derechos humanos.

2

FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

Funciones Directivas
Funciones Productivas
Funciones Financieras
Funciones de Recursos Humanos
Función Comercial
Función Administrativa

- Los directivos o gerentes son los responsables de lograr que las cosas sucedan, ya sea bien o mal, son responsables de lograr objetivos y garantizar que el negocio sea rentable y competitivo.
- El mundo cambió y el modo de funcionar de las empresas cambió debido principalmente a la tecnología.
- Al cambiar las empresas, de igual forma se ha exigido un cambio en las personas que las dirigen y un cambio en todo el personal que trabaja en ellas.
- Las empresas de antes se orientaban a las actividades, a la producción; y hoy día están orientadas a satisfacer a los clientes debido a la competencia.

LA DINÁMICA COMPETITIVA

- Toda empresa debe aprender a administrar 4 recursos:
 - **Las armas** → son bienes y servicios ofrecidos a los clientes.
 - **La imaginación** → es el diseño del producto, originalidad, posicionamiento, habilidad en la elección de los canales de distribución.
 - **La fuerza** → la constituye los recursos financieros que permiten adquirir productos y conquistar mercados.
 - **La agilidad** → es la que permite a los menos fuertes sobrevivir buscando nichos en el mercado y diversificándose.

1. Definir el sector industrial.
2. Definir los grupos estratégicos
3. Analizar las fuerzas competitivas
4. Nuevos actores en el análisis estructural
5. Analizar los productores de futuro
6. Analizar los competidores más significativos
7. Indicadores de mercado
8. Analizar la estabilidad del sector
9. Análisis F.O.D.A.

3

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- a) Supervivencia**
- b) Utilidad**
- c) Crecimiento.**

MODELO TRADICIONAL

- ◇ Toma de decisiones basada en los costos
- ◇ Ciclo de vida medido en años
- ◇ Impulsado por la tecnología
- ◇ Centrado en la tecnología
- ◇ Se mueve por evolución
- ◇ Relación compradores / Proveedores
- ◇ Foco en la calidad del producto
- ◇ "La Caja" domina

MODELO NUEVO

- ◇ Toma de decisiones basada en el valor
- ◇ Ciclo de vida medido en meses
- ◇ Arrastrado por el mercado
- ◇ Específico según la aplicación
- ◇ Define los estándares
- ◇ Asociaciones / Alianzas

- ◇ Calidad de todos los procesos de negocios
- ◇ "Es sistema" domina

ESTRATEGIA DEL OCÉANO ROJO

✓ Competir en el espacio existente del mercado

✓ Vencer a la competencia

✓ Explotar la demanda existente en el mercado

✓ Elegir entre la disyuntiva de valor o costo

✓ Alinear todo el sistema de las actividades de una empresa con la decisión estratégica de la diferenciación o del bajo costo.

ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL

✓ Crear un espacio sin competencia en el mercado.

✓ Hacer que la competencia pierda toda importancia

✓ Crear y capturar nueva demanda

✓ Romper la disyuntiva de valor o costo

✓ Alinear todo el sistema de las actividades de una empresa con el propósito de lograr diferenciación y bajo costo.

4

CALIDAD Y COMPETITIVIDAD

CALIDAD ES ...

- Filosofía de la administración actual.
- Es una prioridad competitiva.
- Es una manera de vivir, una norma de conducta un valor, un comportamiento , es el reto diario y permanente.
- Tres (03) principios:
 - A) Satisfacción del cliente
 - B) Involucramiento del trabajador
 - C) Mejoramiento continuo de la calidad.

SISTEMA DE CALIDAD

- Conjunto de normas de uso mundial en las que se establecen requisitos para la administración de la calidad: en el diseño de productos, en los procesos, pruebas, compras, servicios de postventa, capacitación.

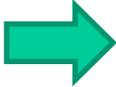
- ✓ **COMPETITIVIDAD** → es lo que hace que el consumidor prefiera sus productos y los compre.
- ✓ **La esencia de la competitividad** → es la creación del valor; hay que renovar primero para poder forjar la competitividad, sin competitividad es difícil conseguir mercados competitivos.

PRIORIDADES COMPETITIVAS

- **COSTO** → operaciones de bajo costo
- **CALIDAD** → diseño de alto rendimiento y consistente
- **ENTREGA** → con rapidez
- **SERVICIO** → trato personal y flexibilidad o facilidades.

CONCURRENCIA EN EL MERCADO:

- Necesidad de diferenciación de los productos.
- Necesidad de estrategias para ser o mantenerse internacionalmente competitivas:
 - a) introducción de productos nuevos o mejorados
 - b) adopción de nuevos métodos para fabricar, vender o comercializar productos o servicios.

Calidad 

Menos errores



Menos Costos



**Mayor
Productividad**



**Precios
Competitivos**

EMPRESA 1:

- Producción = 100
- Mermas = 5%
- Costo de producción = \$ 1,000

$$\text{Costo promedio}_1 = \frac{1,000}{100-5}$$

$$\text{Costo promedio}_1 = \underline{10.53}$$

$$\text{Productividad}_1 = \frac{100-5}{1000}$$

$$\text{Productividad}_1 = \underline{0.095}$$

EMPRESA 2:

- Producción = 100
- Mermas = 1%
- Costo de producción = \$ 1,000

$$\text{Costo promedio}_2 = \frac{1,000}{100-1}$$

$$\text{Costo promedio}_2 = \underline{10.10}$$

$$\text{Productividad}_2 = \frac{100-1}{1000}$$

$$\text{Productividad}_2 = \underline{0.099}$$

EMPRESA 1:

- Producción = 100
- Mermas = 5%
- Costo de producción = \$ 1,000

Utilidad deseada = 20% Mark-Up

Precio competitivo 1 = 10.53×1.2

Precio competitivo 1 = 12.63

EMPRESA 2:

- Producción = 100
- Mermas = 1%
- Costo de producción = \$ 1,000

Utilidad deseada = 20% Mark-Up

Precio competitivo 2 = 10.10×1.2

Precio competitivo 2 = 12.12

**Empresa
más
competitiva**

ENTONCES ...



“El futuro pertenece a quienes creen en la grandeza de sus sueños y que los hace realidad...”

RENTABILIDAD

(Crecimiento)

**SATISFACCIÓN
CON R.S.E.**

(Trascendencia)



2

Innovador

6

Patrocinador

3

**Altruista-
Benefactor**

7

Empresario

4

Emprendedor

5

**Gestor de
negocios**

1

Negociante

DE

NEGOCIANTE

A

EMPRESARIO

UTILIDAD

(Atracción)

¿CÓMO PASAR DE NEGOCIANTE A EMPRESARIO?

Tenacidad y Confianza en sí mismo:

- Instauran la calidad desde el inicio, agregan constancia de propósito, disciplina, asumen los retos con pensamiento positivo y una extraordinaria confianza en si mismos.

Minimizan el temor al riesgo:

- Al competidor grande lo ven chico, y al competidor chico ni lo ven, lo cual denota un mínimo temor al riesgo.

Paciencia y tolerancia:

- Paciencia para esperar los frutos de su arduo trabajo, y tolerancia para soportar las adversidades.

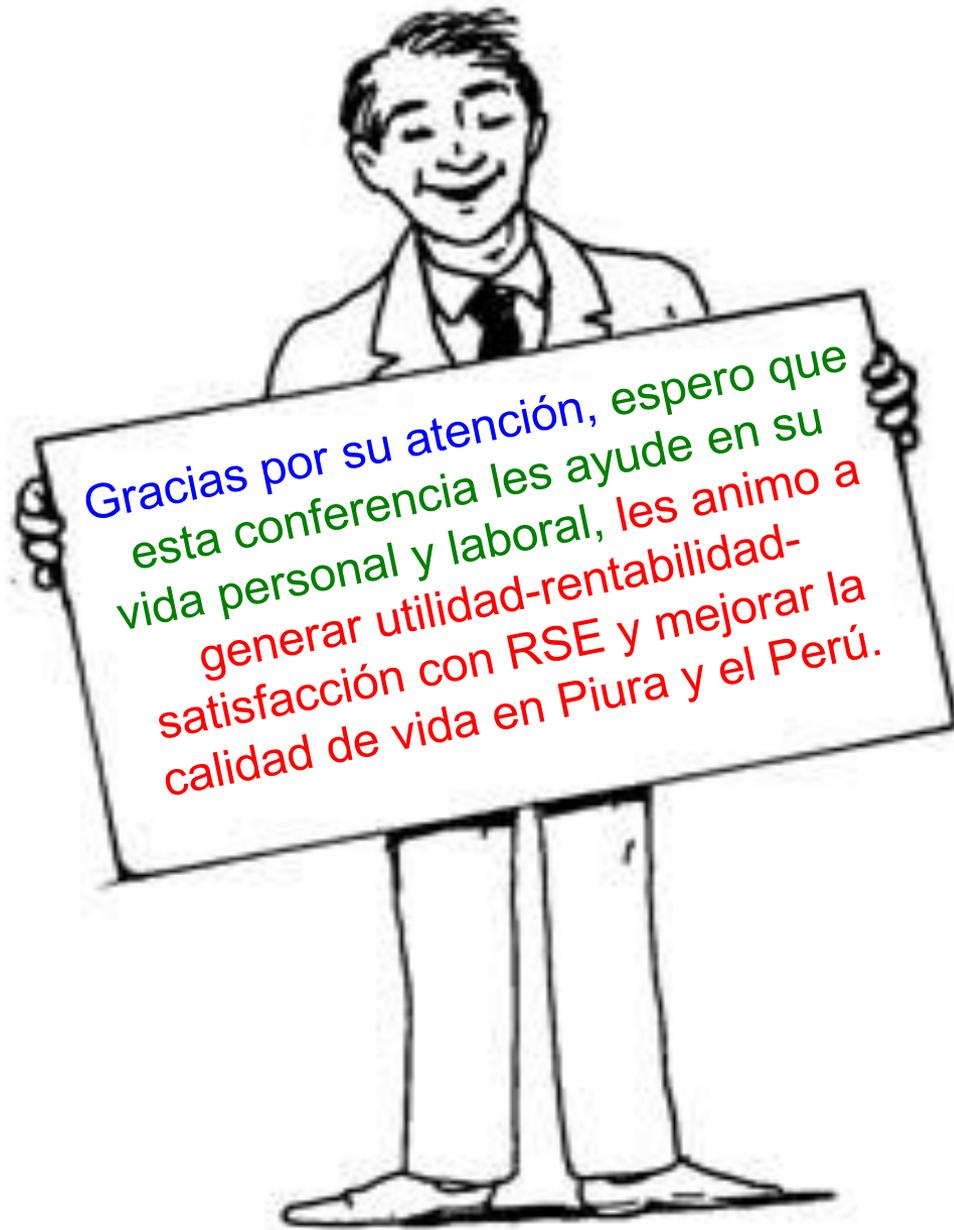
¿CÓMO PASAR DE NEGOCIANTE A EMPRESARIO?

Aguda Responsabilidad Social

- Buscan utilidad, rentabilidad y actúan con criterio de responsabilidad social ofreciendo puestos de trabajo y contribuyendo a la calidad de vida de su entorno (ganan y comparten).

Deseo de Autorrealización

- El íntimo deseo de autorrealización es lo que impulsa a los emprendedores a fijarse grandes objetivos. El dinero no constituye su principal fuente de estímulo sino, la alegría que produce la satisfacción del sueño realizado.



Gracias por su atención, espero que
esta conferencia les ayude en su
vida personal y laboral, les animo a
generar utilidad-rentabilidad-
satisfacción con RSE y mejorar la
calidad de vida en Piura y el Perú.

*Muchas
Gracias*