

PROPUESTA METODOLOGICA PARA EVALUACION DE LA CREACION DE VALOR DE LA EMPRESA EN MERCADOS ABIERTOS

Alvaro F. Moncada Niño

amoncada@cesa.edu.co

Resumen

La cadena de valor (Porter, 1987) se constituye en una de las herramientas fundamentales para el análisis y diagnóstico interno de la empresa, desagregando aquellas actividades que incorporan valor y son fuente de ventaja competitiva. Pero ¿podemos determinar cuáles de ellas tienen mayor impacto en la generación de competitividad de las empresas?

Esta propuesta basada en la teoría de los Recursos y Capacidades (TRC), presenta una extensión del análisis VRIO (Barney, 1981) como herramienta que evalúa los componentes de la cadena de valor, medidos como capacidades organizacionales a través de los atributos de valioso, raro, inimitable y organización (VRIO) determinando su potencial y sostenibilidad en la generación de ventajas competitivas. Mediante esta se pretende aportar nuevos elementos a la identificación, determinación y medida de la creación de valor, que permita a la empresa establecer su estado actual y realizar los ajustes requeridos en su estrategia, permitiendo alinear su misión, objetivos y metas, evaluando la contribución de cada una de las actividades primarias y de soporte a la construcción de valor en la empresa y la búsqueda de los determinantes de la competitividad en las características internas y propias de la organización.

Mediante esta metodología, la organización establece el valor estratégico que pueden alcanzar las actividades e interrelaciones de la cadena de valor (que se establecen en recursos y capacidades) y cómo direccionar estas para contribuir a que la empresa alcance ventajas competitivas sostenibles en mercados abiertos.

Palabras clave. Análisis VRIO, Creación de Valor, Ventaja Competitiva, Teoría de Recursos y Capacidades, Índice de Generación de Valor.