



UNIVERSIDAD  
SEÑOR DE SIPÁN

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PRUEBA DE CAPACIDAD PROFESIONAL PARA OPTAR  
EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

***“Procter & Gamble se rediseña para enfrentarse a  
la competencia global”***

**Bach. YOSIP IBRAHIM MEJÍA DÍAZ**

**Bach. MARÍA MAGDALENA GONZÁLES ATOCHE**

**PIMENTEL – PERÚ**

**2006**

El fenómeno de la configuración organizacional y como se desarrolla la implantación mediante una estrategia premeditada, debe ser introducida forzosamente en una visión que a medida que una empresa va creciendo puede ir cambiando el enfoque progresivo basado en el aprendizaje y gestión del conocimiento de su actuación debido al compromiso en actuar exitosamente en mercados competitivos. Dentro de esta estrategia organizacional, cada vez son más desarrolladas las asociaciones entre la ventaja competitiva y los sistemas: organizacional, conocimiento, tecnologías, innovación. Así la elevada dinamicidad y turbulencia del entorno obliga a las organizaciones la incorporación de nuevas ventajas de formas sostenidas y propias.

La manera en que una empresa pueda internalizar una ventaja competitiva en la globalización dependerá de su estructura, funcionalidad y medio ambiente. Teóricos organizacionales como Mintzberg (1993), Handy (1992) y Nonaka y Takeuchi (1995) señalan que en la actualidad, las organizaciones orientadas a la innovación son las que obtienen ventajas más perdurables. Así, la estrategia de innovación tiene que tener campo fértil dentro de la propia empresa, es más, la empresa debe estar configurada (organizada) de tal manera que sea pro-activa a la creación de estas ventajas competitivas. El apoyo de una estructura organizativa que facilite y, a la vez, potencie la elección, formulación e implantación de estrategias de innovación en la empresa, hoy en día, es imprescindible.

El conseguir internalizar un proceso trae consigo beneficios en todos los niveles de la organización, surgiendo así una de las mayores ventajas competitivas de una empresa, la internalización de una estructura organizativa orientada a la innovación. La internalización, según Wilska (2002), es un proceso dinámico y específico que tiene lugar dentro del interior de la empresa y que potencializado por la actuación internacional.

Todo esto ayudará para que el producto o servicio sea aceptado por el cliente y lograr así el posicionamiento de este; por medio de la recordación en la mente del consumidor.

(Dónde las transacciones de productos intermedios son organizadas entre países por jerarquía en vez de venir determinadas por la fuerzas del mercado) permite entre otras cosas según:

- Estar posicionada competitivamente en los mercados (costos, diferenciación ó segmento),
  - Absorber rápidamente cambios de los mercados
  - Aprovechar imperfecciones del mercado
  - Alto poder de integración vertical de los activos del producto
  - Anticipar las tendencias
  - Trabajar nuevos segmentos del mercado
- Ventajas mercado lógicas del uso exclusivo de las innovaciones realizadas

En este informe se presenta tres diseños de estructuras organizativas que favorecen de alguna u otra manera el proceso innovador en las empresas. Con esto no pretendemos encasillar el proceso de innovación en los modelos tratados aquí; aunque con cualquier estructura organizativa se puede llegar a innovar, son las estructuras ágiles y flexibles las que van a facilitar el proceso. Luego, a partir de estos diseños, analizaremos el caso de una empresa norteamericana (Procter & Gamble) que ha conseguido ser líder mundial en un sector de alto poder de capital y tecnología como es la producción de productos de consumo, que a través de la implementación de la estructura organizativa con algunas similitudes a la de innovación ha incursionado con éxito en el mercado mundial.