



UNIVERSIDAD ESAN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION Y MARKETING

“La eco-innovación como nexo entre la orientación estratégica y desempeño organizacional en un entorno VUCA”

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

(EXAMEN DE SUFICIENCIA)

Para optar por el título profesional de Licenciado en Administración y Marketing

AUTORES

Kelly Jeaneth Castro Quispe
Claudia Elizabeth Cordano Bocanegra
Tania Yustin Domínguez Román
Jenny Elizabeth Fabián Quintana
Christian Josue Zelaya Huallanca

ASESOR

Jorge Martín Ramón Santana Ormeño

Diciembre, 2020

Resumen

El entorno competitivo ha generado en muchas ocasiones la implementación de estrategias por parte de las empresas para poder sobrevivir en el mercado que operan. La orientación estratégica será fundamental en las decisiones que tomará toda organización para poder tener un resultado favorable en el desempeño organizacional, se puede resaltar la innovación como un factor muy importante para la competencia en diferentes sectores. Dentro de las estrategias de negocio la eco innovación incorpora la sostenibilidad en todas las operaciones bajo un enfoque de ciclo de vida y cooperación a través de la cadena de valor. Asimismo, la industria cosmética ha sido una de las que ha tenido diversas estrategias para poder generar una ventaja competitiva en el mercado. Sin embargo, estas estrategias han sido más comparativas que diferenciales, lo que ha conllevado que se pueda imitar en un corto, mediano y largo plazo. En este sentido, el objetivo de esta investigación es conocer como la orientación estratégica y la eco innovación tiene un resultado positivo en el desempeño organizacional de toda empresa, especificando el contexto complejo que puede atravesar el sector, en este caso centrado en el sector cosmético. Para validar el estudio se plantea realizar un análisis híbrido, con métodos cualitativos (entrevistas) y cuantitativos (cuestionarios). Los resultados de la investigación brindarían como contribución teórica un marco de trabajo en donde por primera vez se facilite la relación entre la orientación estratégica con la implementación de la eco innovación para optimizar el desempeño organizacional en beneficio de la industria cosmética.

Abstract

The competitive environment has on many occasions generated the implementation of strategies by companies to survive in the market they operate. The strategic orientation will be fundamental in the decisions that will take any organization to be able to have a favorable result in the organizational performance; innovation can be highlighted as a very important factor for the competition in different sectors. Within business strategies, eco-innovation incorporates sustainability in all operations under a life-cycle approach and cooperation across the value chain. In addition, the cosmetics industry has been one of those that has had various strategies to be able to generate a competitive advantage in the market. However, these strategies have been more comparative than differential, which has meant that they can be imitated in the short, medium, and long term. In this sense, the objective of this research is to know how the strategic orientation and eco innovation has a positive result in the organizational performance of any company, specifying the complex context that can cross the sector, in this case focused on the cosmetics sector. To validate the study, a hybrid analysis is proposed, with qualitative (interviews) and quantitative (questionnaires) methods. The results of the research would provide as a theoretical contribution a framework in which for the first time the relationship between strategic orientation and the implementation of eco-innovation is facilitated to optimize organizational performance to the benefit of the cosmetics industry.

Palabras clave: orientación estratégica, eco innovación, desempeño organizacional, VUCA.