



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de Ingeniería Empresarial

“MODELO ESTRATÉGICO DE NEGOCIOS PARA LA RENTABILIDAD DE EMPRESAS DEL SECTOR FARMACÉUTICO”: una revisión de la literatura científica entre los años 2012 – 2020.

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Ingeniería Empresarial

Autoras:

Dorita Exequiela, Malhaber Cueva

Alexia Shesyra, Velasquez Diaz

Asesor:

Ing. Paul Alexander Quiñones Martínez

Trujillo - Perú

2020

DEDICATORIA

Dedicamos el presente trabajo a nuestros padres por ser nuestro apoyo desde los primeros pasos al ingreso de universidad hasta ahora en el paso previo de salida, ya que siguen con nosotros, fortaleciéndonos con su inmenso amor.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestros padres por la confianza en nuestros conocimientos el apoyo brindado en nuestro trayecto universitario.

Asimismo, agradecemos a nuestro estimado docente Paul Alexander Quiñonez Martínez, por su gran dedicación en su labor y desde luego, por su apoyo incondicional en el seguimiento y la supervisión continúa del presente proyecto, pero sobre todo por la motivación y el apoyo recibido a lo largo de estas semanas.

Los autores

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	11
CAPÍTULO III. RESULTADOS	13
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	21
REFERENCIAS	23
ANEXOS.....	26

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de registro de artículos	13
Tabla 2: Inducción de Categorías de planeamiento estratégico.....	16
Tabla 3: Inducción de Categorías de la Rentabilidad	19
Tabla 4: Matriz de delimitación del tema. Fuente: Elaboración propia de los autores.	26

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Características de los estudios.....	15
--	----

RESUMEN

La presente investigación se desarrolla teniendo en cuenta las organizaciones del rubro farmacéutico con el afán de incrementar su rentabilidad; es por ello por lo que, se propone contar con un Modelo Estratégico de Negocios, pues servirá para generar estrategias que permitan cumplir los objetivos de la organización. El objetivo de esta revisión de literatura científica es analizar las investigaciones realizadas sobre la influencia que genera un modelo estratégico de negocios para la rentabilidad de empresas del sector farmacéutico en el periodo 2012-2020. Para ello, se usaron diferentes fuentes de información: EBSCO, PROQUEST, DIALNET, DOAJ, Repositorios de Universidades, Scielo y Elsevier. Por otro lado, los criterios de elegibilidad fueron: Modelo estratégico de Negocios, Planeamiento Estratégico y Rentabilidad. Los documentos se clasificaron por periodo de publicación no excedente de 10 años, idioma, país de publicación y método de estudio; mediante la metodología PRISMA. Asimismo, se presentaron limitaciones debido a la escasez de artículos relacionados al tema y la estructura IMRD. El resultado fueron 20 artículos pertenecientes a 10 diferentes Revistas. Finalmente, se concluye que un Modelo Estratégico de Negocios genera una influencia positiva en la organización, ayudándoles a ser más eficientes y competitivas.

PALABRAS CLAVES: Modelo Estratégico de Negocios, Planeamiento Estratégico, Rentabilidad

ABSTRACT

The present research is developed taking into account the organizations of the pharmaceutical industry with the aim of increasing their profitability; that is why, it is proposed to have a Strategic Business Model, since it will serve to generate strategies that will allow to fulfill the objectives of the organization. The objective of this scientific literature review is to analyze the research carried out on the influence that a strategic business model generates on the profitability of companies in the pharmaceutical sector in the period 2012-2020. For this purpose, different sources of information were used: EBSCO, PROQUEST, DIALNET, DOAJ, University Repositories, Scielo and Elsevier. On the other hand, the eligibility criteria were: Strategic Business Model, Strategic Planning and Profitability. The documents were classified by publication period not exceeding 10 years, language, country of publication and study method; using the PRISMA methodology. There were also limitations due to the scarcity of articles related to the topic and the IMRD structure. The result was 20 articles from 10 different journals. Finally, it is concluded that a Strategic Business Model generates a positive influence in the organization, helping them to be more efficient and competitive.

KEY WORDS: Strategic Business Model, Strategic Planning, Profitability

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, las empresas enfrentan un principal reto, en el cual deben de adaptarse ante el entorno cambiante y las necesidades de sus clientes (Jiménez et al., 2019). Esto sumado a que se encuentran inmersas en una economía inestable, y que en muchas ocasiones no poseen la capacidad para contrarrestar de manera eficiente al desafío que implica interactuar ante una economía global, en donde les es difícil evitarlo; debido a esto, deben de asegurar su rentabilidad, crecimiento y asumir liderazgo en sus diferentes ramos de acción. (González et al., 2020). Es por ello, que tienen que ser eficientes, competitivas y ofrecer productos y servicios de calidad; identificando los factores internos y externos, ya que los encargados de dirigir las entidades deben perfeccionar más las herramientas estratégicas que ayudan en este proceso (Klöppel et al., 2015).

Muchas de las empresas desconocen el propósito de las estrategias de negocio y los múltiples objetivos que se pueden alcanzar a través de la implementación de estas, permitiendo adaptarse a los cambios del entorno, y a la vez, la construcción de relaciones cercanas y exitosas con los clientes y diferentes grupos de interés (Ordóñez et al., 2017). Esto debido a que estudia el entorno interno y externo del negocio, permitiendo encontrar los factores de oportunidad y capacidad directiva para establecer y fijar un conjunto de estrategias que mejor se adapta a la situación actual, ayudando a las empresas a crecer, desarrollarse y generar valor ante el mercado (Blanco y Solórzano, 2012). Los directivos desarrollan estrategias para lograr el objetivo del negocio con un modelo estructurado; que, al no contar con ello, no existirá una dirección que seguir, “ningún mapa que consultar, ningún plan de acción coherente que produzca los resultados deseados”, ya que una buena estrategia y su adecuada implantación garantizan el éxito del negocio. (González et al., 2020).

La industria farmacéutica ha crecido considerablemente en los últimos años, gracias a ello se considera como uno de los sectores de la economía más rentables, debido a la abundante competencia ha ocasionado que grandes cadenas farmacéuticas se posicionen correctamente en el mercado gracias a un adecuado modelo estratégico (Suárez, 2018). Por lo tanto, si una empresa es eficiente, eficaz y la crea valor tomando en cuenta el perfil de riesgo, costos y los ingresos, está demostrando su competitividad frente a otras, siendo un

proceso continuo que depende de factores internos y externos, en el cual las empresas pueden vender, ofrecer bienes y servicios en forma más atractiva dando como resultado la rentabilidad de la entidad (Mora et al.,2015). Dado que, la rentabilidad ese relaciona con la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados, abordándose en la productividad del personal de la entidad. (González et al., 2020).

Con respecto a lo mencionado de la variable uno y dos, se concluye que toda empresa debe de contar con un modelo estratégico de negocio para incrementar su rentabilidad, debido a que herramienta de gestión permite al gerente enfrentar con seguridad los retos que se presenten en el día a día implementando estrategias encaminadas a alcanzar las metas planteadas que conlleven a cumplir con la misión y visión establecidas. Aparte de ello, dichas estrategias pueden ser útiles para diversos tipos de negocio como lo es el sector farmacéutico, con el fin de generar ventajas competitivas y un mejor posicionamiento de las empresas, garantizando así, la rentabilidad de las mismas.

Por lo tanto, la pregunta de investigación a la que intentará responder la revisión sistemática de la literatura científica es: ¿Qué se conoce sobre el modelo estratégico de negocio para la rentabilidad de empresas del sector farmacéutico en el periodo 2012 - 2020? Así mismo, el objetivo de esta investigación es conocer la influencia que genera un modelo estratégico de negocios para la rentabilidad de empresas del sector farmacéutico en el periodo 2012-2020, a partir de análisis de artículos de investigación.

Finalmente, cabe mencionar que el motivo de la presente investigación es el de brindar una fuente de literatura que promueva la investigación sobre el modelo estratégico de negocios en la rentabilidad de las empresas del sector farmacéutico, lo cual servirá para personas o empresas que quieran generar un impacto positivo en el incremento de su rentabilidad, proponiendo diferentes estrategias que permitan cumplir los objetivos a largo plazo, desarrollando así, una ventaja competitiva frente a sus competidores.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

Se trabajó esta revisión sistemática considerando como primer criterio, incluir artículos con relación a nuestro tema, el cual es “Modelo estratégico de negocios y su influencia en la rentabilidad en el sector farmacéutico”, es por ello por lo que, se buscó la información necesaria con recursos de información confiable tomando en cuenta artículos en español, inglés y portugués, por el hecho de que resaltaban la importancia del tema a tratar; otro criterio considerado fue el límite de años de antigüedad, además del cumplimiento de la estructura indicada (Introducción, Método, Resultados y Discusión) y por último que su desarrollo se haya dado en una Universidad autorizada.

Las bases de datos recopiladas para el proceso de revisión sistemática del proyecto fueron extraídas de fuentes confiables como SCIELO, ELSEVIER, DOAJ, DIALNET, Repositorios de Universidades, además de tomar en cuenta la biblioteca virtual de la Universidad Privada del Norte donde se encontró a fuentes como EBSCO y PROQUEST, estos recursos de información proporcionaron 40 artículos, de los cuales se filtraron 20, resultando 19 artículos en español y 1 portugués, los cuales fueron de utilidad en vista de que cumplían los criterios de selección del tema de investigación y en los límites de tiempo.

En cuanto a la búsqueda de artículos, se usó la principal variable, siendo esta “Modelo estratégico de negocio”; sin embargo, al notar la escasez de artículos con este nombre, se optó por buscar la información mediante sinónimos, tales como: plan estratégico, planificación y planeamiento estratégico. Además de ello, el periodo de tiempo fue un limitante, debido a que se encontró buen material que no se podía considerar, por tener más de diez años de antigüedad. En cuanto al idioma, no se tomó excepciones, siempre y cuando el contenido incluía las variables de estudio.

Respecto a la matriz de base de datos, se acumuló 40 artículos; los cuales se alojaron en Microsoft Excel; para desglosar su contenido en tablas y así determinar si se incluían o descartaban. Se determinó la inclusión de 20 artículos debido a la relación con el tema y se descartaron otros 20 de la siguiente manera: 5 debido a que el objetivo del artículo no tenía relación con el tema desarrollado, otros 6 por carecer de instrumentos de medición imposibilitando determinar el desarrollo usado en dicha investigación y los 9 restantes

debido a que las conclusiones abordaban temas irrelevantes, de manera global dejando de lado el principal eje de estudio.

Por último, la extracción de datos se dio, mediante una matriz con 12 tablas de contenido con datos relevantes como la base de datos donde había sido extraída, tales como EBSCO, PROQUEST, DIALNET, DOAJ, Repositorios de Universidades, Scielo y Elsevier. Por otro lado, se tomó en cuenta la relación del título del artículo con las variables de estudio, además de considerarse solo los que eran autorizados por una Universidad. Asimismo, se revisó el contenido de cada artículo, para incluirlo o descartarlo, evaluando sus objetivos, métodos, resultados, instrumentos de medición y conclusiones considerando principalmente este último, pues determinaba la relación con el tema establecido.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

SELECCIÓN DE ESTUDIOS:

En las bases de datos mostradas en la figura 01 se encontraron 20 artículos que respetaban los criterios de inclusión. Las publicaciones identificadas estuvieron concentradas en los cinco primeros años estudiados (2012-2016), donde se encontraron diez trabajos. Entre el año 2017 y 2018 solo se publicaron 7 artículos, sin llegar a superar el número total de publicaciones de los cuatros primeros años. En los últimos dos años (2019 a 2020) se publicaron 3 artículos.

Tabla 1: Matriz de registro de artículos

Figura 1. MATRIZ DE REGISTRO DE ARTÍCULOS

N°	BASE DE DATOS	Autor / Autores	Año	Título de artículo de investigación
1	ProQuest	José Luis Miralles Marcelo, María del Mar Miralles Quirós e Inés Lisboa	2012	Empresa familiar y bolsa: Análisis de rentabilidad y estrategias de inversión
2	Repositorio de la Universidad Simón Bolívar	Ana Beatriz Blanco Ariza y Eber Solórzano	2012	Modelo estratégico para crecimiento de programas académicos
3	Dialnet	Reinerio Zacarías Centurión Medina	2013	Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa
4	Elsevier	M. Ribera Pibernat, , J.C. Moreno Jiménez, F. Valcuende Cavero, J. Soto de Delás, H. Vázquez Veiga, P. Lázaro Ochaíta, A. Giménez Arnau Claudia Jessenia	2014	Plan estratégico de la Academia Española de Dermatología y Venereología (AEDV). FuturAEDV 2013-2017
5	ProQuest	Becerra Ualdrón y Carlos Felipe Gallardo Sánchez	2015	Competitividad de las empresas agroindustriales de Bocayá
6	ProQuest	Fábio Wilson Klöppel, Paula de Souza, Rogério João Lunkes	2015	Missão empresarial: uma análise de sua efetividade para o planejamento estratégico
7	Scielo	Ana M. Barra	2015	Alineamiento Estratégico Sectorial: Caso de Estudio Aplicado a una Universidad Chilena

8	Elsevier	Edwin H. Mora-Riapira, Mary A. Vera-Colina, Zuray A. Melgarejo-Molina	2015	Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá
9	Ebsco	Miguel Ángel Rubio Toledo, Mayra Guadalupe Herrera Campos, Arturo Santamaría Ortega	2016	Consideraciones esenciales para un modelo estratégico de negocio del diseño en Cuba
10	Repositorio de la Universidad del Bío Bío	Agustín Mejías , Henry Calderón, Carlos Contreras	2016	Evaluación de la calidad de servicio en un grupo farmacéutico en Venezuela
11	ProQuest	José Rodríguez Terceño, Juan Enrique González Vallés y David Caldevilla Domínguez	2017	Aplicación de un modelo y sistema de medición de variables intangibles en el entorno del negocio empresarial
12	ProQuest	Juan Monserrat-Gauchi, María del Carmen Quiles-Soler y Alba María Martínez-Sala	2017	La participación ciudadana en la comunicación de las organizaciones
13	Redalyc	Vinnicius Silva, Carlos; Cavaleiro Marcondes, Reynaldo Iván Fernando Silva	2017	O turnaround da empresa com foco em recursos e capacidades: Um estudo de caso no negócio de alimentos
14	ProQuest	Ordóñez, Harold Alexander Macías Franco, Edwin Santamaría Freire	2017	La dirección estratégica como mecanismo de mejoramiento de la gestión administrativa, caso conlac-t de la provincia de Tungurahua
15	Scielo	Sonia Janneth Limas Suárez	2018	El sector farmacéutico, eje de desarrollo estratégico. Una perspectiva desde el ámbito local
16	ProQuest	Nelson Steven Romero Rojas, Juan David Estrada Rodríguez, Ever Fuentes Rojas	2018	Desarrollo de un plan estratégico en una institución de salud que ofrece servicios oncológicos a través de un estudio de competencias
17	Repositorio de la Universidad Estadual de Maringá	Thaisa Rodrigues y Aldo Braghini Junior	2018	Planejamento estratégico no desenvolvimento de produtos no setor de alimentos
18	Doaj	Araceli Catelló-Martínez	2019	Estado de la planificación estratégica y la figura del planner en España. Los insights como concepto creativo
19	Repositorio de la Universidad del Bío Bío	Rebeca Almanza Jiménez, Patricia Calderón Campos y José G. Vargas Hernández	2019	Los factores internos de las Pymes y su influencia en la competitividad (Caso sector comercio en Lázaro Cárdenas Michoacán)

20	Ebsco	Sergio Sixto González Rodríguez, Lisenia Karina Baque Villanueva, María Azucena Mendoza Alcívar	2020	Planeación estratégica para mejorar la comercialización de cacao en la empresa Agroalava del Empalme
----	-------	---	------	--

Figura 1: Matriz de Registro de Artículos, pertenecientes a diferentes bases de datos, resaltando ProQuest con 7 artículos, siendo ordenados dentro del margen de tiempo establecidos, con sus autores y sus títulos de investigación.

CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTUDIOS:

De acuerdo con lo mostrado en la tabla 01, los veinte estudios analizados en el presente trabajo fueron identificados como artículos científicos (100%). Los trabajos de investigación recogidos se agrupan en cuatro años: 2012, 2014, 2013, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 y 2020 correspondiendo a cada año un número diferente de publicaciones. De otro lado, se encontró que todos los trabajos de investigación fueron publicados solamente en ocho revistas indexadas: Revista Mediterránea de Comunicación (5%), Revista Dilemas Contemporáneos (5%), Revista Produção Industrial & Serviços (5%), Revista Ibero-americana de Estrategia (5%), Revista de Ciencias Sociales (5%), Revista Latina de Comunicación Social (5%), Revista Española de Financiación y contabilidad (5%), Revista Desarrollo Gerencial (5%), Revista Ingeniería Industrial (5%), Negocios (55%).

Figura 1: Características de los estudios.

CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTUDIOS

Tipo de documento	Nro. De Documento	%	Año de publicación	Nro. De Documento	%	Revista de Publicación del Trabajo de Investigación	Nro. De Documento	%
Artículos científicos	20	100%	2012	2	10%	Revista Mediterránea de Comunicación	1	5%
			2013	1	5%	Revista Dilemas Contemporáneos	1	5%
			2014	1	5%	Revista Produção Industrial & Serviços	1	5%
			2015	4	20%	Revista Ibero-Americana de Estrategia	1	5%
			2016	2	10%	Revista de Ciencias Sociales	1	5%
			2017	4	20%	Revista Latina de Comunicación Social	1	5%
			2018	3	15%	Revista Española de Financiación y contabilidad	1	5%
			2019	2	10%	Revista Desarrollo Gerencial	1	5%
			2020	1	5%	Revista Ingeniería Industrial	1	5%
TOTAL	20	100%	TOTAL	20	100%	TOTAL	20	100%

Nota: Características de estudios, detallando el único tipo de documento: Artículos científicos, además el año y la Revista de publicación del Trabajo, siendo Negocios la que abarca mayor concentración.

Figura 1: Matriz de características de estudios, detallando el único tipo de documento: Artículos científicos, además el año y la Revista publicada del Trabajo, siendo Negocios la que abarca mayor concentración.

ANÁLISIS GLOBAL DE LOS ESTUDIOS:

Los resultados derivados de la revisión se describen a continuación en la tabla 2. Por razones de claridad, los aportes extraídos de los diversos trabajos de investigación se muestran organizados en categorías, las cuales permiten visualizar el enfoque que cada autor ha tenido con respecto a la categoría de información examinada, cada una de las cuales está vinculada con las variables de estudio y permite responder a la pregunta y el objetivo de la investigación, el cual es Conocer la influencia del modelo estratégico de negocios en la rentabilidad de empresas del sector farmacéutico, a partir de análisis de artículos de investigación.

Tabla 2: Inducción de Categorías de planeamiento estratégico.

Categorías	Aportes
<p>Definición de planeamiento estratégico</p>	<p>En la actualidad todas las instituciones, ya sean públicas o privadas, de pequeño, mediano o gran tamaño cuentan con planes estratégicos que les permitan orientarse a la consecución de sus objetivos y metas con la finalidad de que se optimicen recursos y se dé cumplimiento a lo establecido, ya sea en los planes operativos o en los objetivos planteados (Ordóñez et al., 2017).</p> <p>Suponen una parte más que importante dentro de la valoración real de una empresa u organización (Terceño et al., 2017).</p> <p>Es una herramienta viva sujeta a la continua evaluación y tributaria de modificaciones y de plantear nuevas y distintas acciones, aunque con la condición de que encajen con los objetivos estratégicos definidos (Pibernat et al., 2014).</p> <p>Es el proceso que se utiliza para formular y ejecutar las estrategias de la organización con el objetivo de insertarla según su misión en el contexto que se desarrolla (González et al., 2020).</p> <p>Es como el proceso que pretende mapear el futuro de la organización, de acuerdo con el objetivo de su existencia,</p>

implementando estrategias para el éxito y orientadas a optimizar el uso de los recursos disponibles en el medio ambiente (Klöppel et al., 2015).

Es mediante el cual los directores de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones para alcanzarlos (Jiménez et al., 2019).

Para que las empresas de todos los giros comerciales tengan éxito, es necesario que sean impulsadas a partir de una visión, generada en diferentes tipos de negocios (Toledo et al., 2017).

Debe de usarse como una herramienta de gestión, porque contribuye a monitorear el desarrollo de la corporación e identificar las acciones estratégicas orientada a los resultados de los objetivos, identificación de los activos necesarios y la definición de los más indicado para tal alcance (Klöppel et al., 2015).

Es indispensable que una empresa realice una buena definición de estrategias, ya que ayudan a la empresa a posicionarse mejor en su mercado (Castelló, 2019).

Si no se cuenta con una estrategia bien definida y alineada, la presencia de la implantación de recursos puede perjudicar en vez de ayudar a la marca (Montserrat et al., 2017).

**Acciones de
beneficio del
planeamiento
estratégico**

Su aplicación tiene que ser reconocida por los socios como un mecanismo de mejora de las relaciones internas entre todos los empleados de la empresa, pues provee una guía para respaldar las tareas, compromisos y responsabilidades de cada uno (Ordóñez et al., 2017).

El compromiso del comité y un posterior seguimiento por los miembros de la Junta es necesario, con el fin de monitorizar su desarrollo (Pibernat et al., 2014).

	<p>Los recursos, el equipo comercial y el conocimiento técnico, las habilidades, el cambio de mentalidad y la sinergia entre las áreas de la empresa, son fundamentales para una estrategia (Silva y Marcondes, 2017).</p>
Implementación del planeamiento estratégico	<p>Las empresas que usen adecuadamente esta herramienta les permitirá proyectar su comportamiento a corto y a mediano plazo, generando acciones para contrarrestar sus amenazas (Gualdrón et al., 2015).</p> <p>Aumenta las posibilidades de éxito de las empresas, volviéndolas más competitivas (Rodrigues y Braghini, 2018).</p> <p>Permiten tener una visión más amplia mediante el análisis de las capacidades internas y externas de las empresas (Rojas et al., 2019).</p> <p>Identifica las oportunidades y amenazas del entorno, mediante las fortalezas y debilidades de empresas estudiadas, para generar y elegir las estrategias que mejor beneficien en el mercado, con el fin de que se adecuen a los cambios y a las demandas que les impone su entorno (Suárez, 2018).</p> <p>Permite la aplicación de estrategias acordes con las necesidades de la empresa, para lograr ser competitivas con un adecuado crecimiento y desarrollo en un mundo globalizado (Medina, 2015).</p> <p>Busca ofrecer un conjunto de estrategias que le permitan crecer, desarrollarse y generar valor ante el mercado, impulsando su desarrollo y el cumplimiento de las expectativas que pueden generar sus clientes actuales y futuros (Sol,2012).</p> <p>Consolida el uso racional de los recursos tanto materiales, financieros, tecnológicos y humanos, para complementar la gestión de la empresa a través de la obtención de mayores utilidades (González et al., 2020).</p>

Brindan la posibilidad de obtener beneficios extraordinarios reduciendo el nivel de riesgos de las empresas (Marcelo et al.,2012).

Conserva el mercado que poseen actualmente, aumentando su radio de acción en nuevos mercados nacionales e internacionales, garantizando en el crecimiento y sostenimiento a futuro de la empresa (Mora et al., 2015).

Tabla 2: En esta tabla se identificaron las principales categorías de planeamiento estratégico de los diferentes artículos seleccionados, los cuales fueron: Definición, Acciones de beneficio y implementación.

Tabla 3: Inducción de Categorías de la Rentabilidad

Categorías	Aportes
<p>Definición de rentabilidad</p>	<p>La rentabilidad se relaciona con la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados, abordándose en la productividad del personal de la entidad. (González et al., 2020).</p> <p>La aproximación de los recursos enfatiza la construcción de la ventaja competitiva a través de capturar rentabilidad intraempresarial provenientes de ventajas eficientes (Barra, 2015).</p> <p>La Rentabilidad no solo se relaciona con términos de productividad y precio, sino que también con la eficiencia, la eficacia y la creación de valor introduciendo elementos económicos, políticos y socioculturales, así como la generación de valor agregado y la importancia de estrategias gerenciales apropiadas, del mismo modo elementos como la calidad e innovación e incluso el desarrollo de políticas públicas se han ido involucrando. (Gualdrón et al, 2015).</p>
<p>Acciones de beneficio para mejorar la rentabilidad</p>	<p>Para que una empresa pueda incrementar sus rentabilidades, es necesario el desarrollo de un plan estratégico, que integra todas las áreas (financiera, calidad, control interno), en cual ayuda a todos los empleados para cumplir los objetivos logrando el crecimiento y competitividad de la entidad. (Gonzales et al., 2020).</p> <p>Para todo tipo de empresa, la calidad es absolutamente vital para conservar los clientes, lo cual ayuda a mantener y/o aumentar la</p>

rentabilidad como la participación en el mercado (Evans & Lindsay, 2014) citado en (Mejías et al., 2016).

Es necesario contar con información financiera actualizada a través de los estados financieros, indicadores e informes tributarios permite a los gerentes analizar y tomar mejores decisiones financieras y de rentabilidad. Por lo general, la contabilidad es contratada a un externo; para el caso de una cadena de droguerías a nivel nacional, disponen de un contador vinculado directamente, quien a su vez asume su dirección financiera. (Suárez, 2018)

El incremento de la rentabilidad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente, se crea y se logra a través de un proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de la conducta organizativa; con ella las empresas esperan elevar sus índices de rentabilidad, competir con empresas de clase mundial y sostener su ventaja competitiva en el largo plazo. (Jiménez et al., 2019)

Tabla 2: En esta tabla se identificaron las principales categorías de Rentabilidad de los diferentes artículos seleccionados, los cuales fueron: Definición, Acciones y de beneficio.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Este trabajo analizó la literatura científica disponible en las diversas bases de datos consultadas sobre el tópico de Modelo estratégico de negocios para la rentabilidad de empresas del sector farmacéutico en el periodo 2012-2020, con el objetivo de conocer la influencia del modelo estratégico de negocios en la rentabilidad de empresas del sector farmacéutico, a partir de análisis de artículos de investigación, encontrándose 20 artículos empíricos, siendo necesario, ampliar en futuros estudios el periodo de búsqueda para conocer con mayor alcance lo investigado en el tema. A continuación, se destacan algunos aspectos considerados importantes y se analizan algunas implicaciones teóricas, prácticas y metodológicas con respecto a la investigación realizada: ¿Qué concepto se tiene del Planeamiento Estratégico? La revisión de la literatura científica nos ubica en un contexto de diversidad de tendencias de estrategias, las cuales se centran en los objetivos para la evaluación de factores tanto internos como externos eligiendo la mejor opción para la empresa y así elegir la estrategia acorde al contexto. (Ordóñez et al., 2017; Terceño et al., 2017; Pibernat et al., 2014; González, 2020; Klöppel, 2015; Jiménez, 2019).

Por otro lado, ¿Cuáles son las acciones de beneficio del Planeamiento Estratégico más relevantes? La empresa podrá posicionarse mejor en el mercado, generando un valor agregado mediante una política de cambio en la organización, designando responsabilidades y recursos necesarios, además de comprometer a todo el personal con el cambio. (Toledo et al., 2017; Klöppel, 2015; Castelló, 2019; Monserrat et al., 2017; Ordóñez et al., 2017; Pibernat et al., 2014; Silva y Marcondes, 2017; Barra, 2015). Entonces, ¿En qué consiste la implementación del Planeamiento Estratégico? Consiste en determinar el análisis de la empresa para generar estrategias que reduzcan los riesgos y den la oportunidad de éxito, crecimiento y sostenimiento que requiere una entidad. (Gualdrón et al., 2015; Rodrigues y Braghini, 2018; Rojas, 2019; Suárez, 2018; Barra, 2015; Medina 2015; Blanco y Solórzano, 2012; González, 2020; Marcelo, 2020; Mora, 2015).

Finalmente, ¿Qué concepto se tiene de la Rentabilidad? La revisión específica que se relaciona con la eficiencia, la eficacia y la creación de valor en la empresa, pues es una de las ventajas competitivas frente a la competencia. (González et al., 2020; Barra, 2015; Gualdrón et al., 2015). ¿Cuáles son las acciones de beneficio de la Rentabilidad más relevantes? La principal es el Desarrollo de un plan estratégico, ya que va a mejorar la

calidad del servicio ofrecido, esto, logrado a través de un proceso de aprendizaje continuo (Gonzales et al., 2020; Mejías et al., 2016; Suárez, 2018; Jiménez et al., 2019).

Conclusiones

Debido a que todos los artículos seleccionados obtuvieron resultados positivos tras aplicar un modelo estratégico de negocio o más conocido planeamiento estratégico de negocio, demostrando la importancia e impacto positivo que podrían llegar a tener las empresas del sector farmacéutico en el aumento de su rentabilidad.

Por otro lado, y con respecto al objetivo de la presente investigación, los resultados encontrados son prometedores, encontrándose que sí existe una relación entre Modelo Estratégico de Negocio o Planeamiento Estratégico y la Rentabilidad, logrando tener un notable impacto positivo en las empresas, ayudándoles a ser más eficientes, competitivas, ofreciendo productos de calidad, modernizando las capacidades productivas y administrativas e identificar los factores internos que influyen en la competitividad, con el fin de adecuarse a los cambios y a las demandas del entorno, denominado esto un plan estratégico de negocio con el que las empresas logran elevar sus índices de rentabilidad, competir con empresas de clase mundial y sostener su ventaja competitiva en el largo plazo.

En cuanto a la búsqueda de artículos que sustenten la relación entre las variables de estudio, que es “Modelo Estratégico de Negocio y la Rentabilidad” se obtuvieron limitaciones al notar la escasez de artículos con estos temas, optando por indagar información mediante sinónimos, tales como: plan estratégico, planificación y planeamiento estratégico. Así mismo, el periodo de tiempo fue el segundo factor limitante, debido a que se encontró buen material que no se podía considerar, por tener más de diez años de antigüedad.

Finalmente, para posteriores estudios con respecto al tema de investigación, es recomendable que no solo se limiten a buscar con el nombre de las variables como se plantaron, si no que se opte por utilizar sinónimos, esto con el fin de encontrar más información que pueda sustentar la tesis. Así mismo, al realizar las búsquedas en distintos repositorios, se sugiere que las palabras claves estén entre comillas, esto garantiza que solo se muestre una cierta cantidad de páginas que tienen el tema de investigación en específico.

REFERENCIAS

- Barra, A. M. (2015). Alineamiento Estratégico Sectorial: Caso de Estudio Aplicado a una Universidad Chilena. *Formación universitaria*, 8(3), 03-12.
- Blanco, A. B., & Solórzano, A. B. (2012). Modelo estratégico para crecimiento de programas académicos. *Desarrollo Gerencial*, 4(1). Recuperado de <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/508>
- Castelló-Martínez, A. (2019). Estado de la planificación estratégica y la figura del planner en España. Los insights como concepto creativo. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 10(2), 29-43.
- González Rodríguez, S. S., Baque Villanueva, L. K., & Mendoza Alcívar, M. A. (2020). Planeación estratégica para mejorar la comercialización de cacao en la empresa Agroalava del Empalme. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 7.
- Gualdrón, C. J. B., & Sánchez, C. F. G. (2015). Competitividad de las empresas agroindustriales de Boyacá. *Criterio Libre*, 13(22), 227-252. Recuperado de <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2015v13n22.138>
- Jiménez, R. A., Campos, P. C., & Hernández, J. G. V. (2019). Los factores internos de las pymes y su influencia en la competitividad (caso sector comercio en Lázaro Cárdenas Michoacán). *Horizontes Empresariales*, 18(2), 4-20. Recuperado de <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/HHEE/article/view/3907/3654>
- Marcelo, J. L. M., Quirós, M. d., Mar Miralles, & Lisboa, I. (2012). Empresa familiar y bolsa: Análisis de rentabilidad y estrategias de inversión */Family business and stock market: Return analysis and trading strategies. *Revista Española De Financiación y Contabilidad*, 41(155), 393-416. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1243353893?accountid=36937>
- Medina, R. Z. C. (2015). Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa (2013). *In Crescendo*, 6(1), 146-165. doi: <https://doi.org/10.21895/incres.2015.v6n1.13>

- Mejías, A., Calderón, H., & Contreras, C. (2016). Evaluación de la calidad de servicio en un grupo farmacéutico en Venezuela. *Revista Ingeniería Industrial*, 15(3), 253-266.
- Mora-Riapira, E. H., Vera-Colina, M. A., & Melgarejo-Molina, Z. A. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios gerenciales*, 31(134), 79-87.
- Monserrat-Gauchi, J., Quiles-Soler, M., & Martínez-Sala, A. (2017). LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES: ANÁLISIS DE LAS FRANQUICIAS DE SALUDBELLEZA, DECORACIÓN Y RESTAURACIÓN. *Prisma Social*, (18), 540-560. Recupérate de <https://search.proquest.com/docview/1941323085?accountid=36937>
- Ordóñez, I. F. S., Franco, H. A. M., & Freire, E. S. (2017). La dirección estratégica como mecanismo de mejoramiento de la gestión administrativa, caso Conlac-T de la provincia de Tungurahua. *Sotavento MBA*, (29), 10-16.
- Pibernat, M. R., Jiménez, J. M., Cavero, F. V., de Delás, J. S., Veiga, H. V., Ochaíta, P. L., & Arnau, A. G. (2014). Plan estratégico de la Academia Española de Dermatología y Venereología (AEDV). *FuturAEDV 2013-2017. Actas Dermo-Sifiliográficas*, 105(7), 639-654
- Klöppel, F. V., de Souza, P., & Lunkes, R. J. (2015). Missão empresarial: uma análise de sua efetividade para o planejamento estratégico. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (66), 113-129.
- Rodrigues, T., & Junior, A. B. (2018). PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS NO SETOR DE ALIMENTOS. *Revista Produção Industrial e Serviços*, 5(1), 15-31.

- Rojas, N. S. R., Rodríguez, J. D. E., & Rojas, M. I. E. F. (2019). DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATÉGICO EN UNA INSTITUCIÓN DE SALUD QUE OFRECE SERVICIOS ONCOLÓGICOS A TRAVÉS DE UN ESTUDIO DE COMPETENCIAS. *Revista Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 6(11), 121-129.
- Silva, C. V., & Marcondes, R. C. (2017). O TURNAROUND DA EMPRESA COM FOCO EM RECURSOS E CAPACIDADES: UM ESTUDO DE CASO NO NEGÓCIO DE ALIMENTOS. *Revista Ibero Americana de Estratégia*, 16(3), 39-54.
- Suárez, S. J. L. (2018). El sector farmacéutico, eje de desarrollo estratégico. Una perspectiva desde el ámbito local. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 28(69), 149-173.
- Terceño, J. R., Vallés, J. E. G., & Domínguez, D. C. (2017). Aplicación de un modelo y sistema de medición de variables intangibles en el entorno del negocio empresarial. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 560-573.
- Toledo, M. Á. R., Campos, M. G. H., & Ortega, A. S. (2017). Consideraciones esenciales para un modelo estratégico de negocio del diseño en Cuba. *RChD: creación y pensamiento*, 2(2), 1-11.

ANEXOS

MATRIZ OPERATIVA DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

DELIMITACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN								
<p>Hecho o realidad Estrategias de rentabilidad en empresas del sector farmacéutico</p> <p>↓</p> <p>Línea de investigación acorde al tema a estudiar Desarrollo sostenible y Gestión empresarial</p> <p>↓</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Sub tema: Gestión de MYPE y PYME.</p> </td> <td style="width: 10%; text-align: center; padding: 5px;">→</td> <td style="width: 60%; border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Concepto 1: Modelo estratégico de negocio.</p> </td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"></td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">→</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Concepto 2: Rentabilidad</p> </td> </tr> </table>			<p>Sub tema: Gestión de MYPE y PYME.</p>	→	<p>Concepto 1: Modelo estratégico de negocio.</p>		→	<p>Concepto 2: Rentabilidad</p>
<p>Sub tema: Gestión de MYPE y PYME.</p>	→	<p>Concepto 1: Modelo estratégico de negocio.</p>						
	→	<p>Concepto 2: Rentabilidad</p>						
CONCEPTO 1	CONCEPTO 2	Ámbito/rubro/ espacio						
<i>Modelo estratégico de negocio</i>	<i>Rentabilidad</i>	<i>Empresas del sector farmacéutico</i>						
<p>Concepto 1: Modelos estratégicos de negocio.</p>	<p>Concepto 2: Rentabilidad</p>	<p>Rubro o espacio: Sector farmacéutico</p>						
<p>Tema de investigación: Modelo estratégico de negocio y su influencia en la rentabilidad en el sector farmacéutico en los años 2012 – 2020.</p>								
Título								
<i>Modelo estratégico de negocios para la rentabilidad de empresas del sector farmacéutico Una revisión sistemática entre los años 2012 – 2020.</i>								
Pregunta	Objetivo	Justificación						
<i>¿Cómo influye el modelo estratégico de negocio en la rentabilidad de empresas del sector farmacéutico en los años 2012- 2020?</i>	Conocer la influencia del modelo estratégico de negocios en la rentabilidad de empresas del sector farmacéutico, a partir de análisis de artículos de investigación.							

Tabla 4: Matriz de delimitación del tema. Fuente: Elaboración propia de los autores.