

## **RESUMEN**

Para Michael E. Porter, Profesor de Harvard Business School; la estrategia competitiva se enmarca como un conjunto de acciones de una empresa, ya sean éstas defensivas u ofensivas, con el propósito de crear una posición aceptable y única dentro de una industria. La importancia de determinar estas estrategias, permite entender qué ha hecho distinta a una organización, y cuál es su ventaja competitiva. La presente investigación, plantea un estudio entre los períodos 2009-2011 versus 2012-2014, bajo enfoques productivos, comerciales y económicos, de las organizaciones exportadoras de Gruppo Salinas, ubicadas en la provincia de Bolívar, parroquia Salinas, y que son reconocidas comúnmente bajo la marca “El Salinerito”: Textsal, Fábrica de Confites y Fábrica de Conservas. Este estudio ha permitido analizar las estrategias competitivas aplicadas, por dichas unidades, las mismas que desempeñan un rol principal dentro de la Economía Popular y Solidaria. Al concluir con el estudio de la investigación, se pudo diseñar una matriz de síntesis, que contiene todas aquellas estrategias aplicadas por las organizaciones, e identificadas como competitivas. Éstas han brindado sostenibilidad y rentabilidad en el mercado, a través del tiempo; y se han ido encaminando hacia una mejora en el proceso de la internacionalización, considerando que se trata de una Economía Popular y Solidaria. Este proyecto plantea una investigación, que otorga pautas para complementar otros estudios similares; ya que las estrategias competitivas direccionadas a la internacionalización, tienen varias aristas en el contexto global.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **ESTRATEGIA**
- **COMPETITIVIDAD**
- **COMERCIO INTERNACIONAL**
- **INTERNACIONALIZACIÓN**
- **ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

## **ABSTRACT**

In Michael E. Porter's opinion, strategy is framed as a set of actions of a company whether they are defensive or offensive, in order to create an acceptable and unique position within an industry. The importance of identifying these strategies, allows understanding what made the difference to an organization, and what its competitive advantage is. This research presents a study of the periods 2009-2011 vs. 2012-2014, under productive, economic and trade approaches, of the exporting organizations of "Grupo Salinas", located in the province of Bolivar, Salinas parish, and they are commonly recognized under the brand "El Salinerito": Texsal, Confectionery Factory and Cannery. This study has allowed the analysis of the competitive strategies used by these organizations, which have a major role in the Popular and Solidarity Economy. These strategies have provided sustainability and profitability in the market over the time; and they have been aligned towards an improvement in the process of internationalization, considering that this is a Popular and Solidarity Economy. After completion of this research, a synthesis matrix that contains all the identified competitive strategies used by organizations has been designed. These strategies have provided sustainability and profitability in the market over the time; and they have been aligned towards an improvement in the process of internationalization, considering that this is a Popular and Solidarity Economy. This project proposes an investigation which provides guidelines to complement similar studies, since the competitive strategies for internationalization have multiple edges in the global context.

### **KEYWORDS:**

- **STRATEGY**
- **COMPETITIVENESS**
- **INTERNATIONAL TRADE**
- **INTERNATIONALIZATION**
- **POPULAR AND SOLIDARITY ECONOMY**