

# MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO MPC



[www.sena.edu.co](http://www.sena.edu.co)

Centro de Servicios  
Financieros  
<http://serviciosfinancierosena.blogspot.com>



El objetivo de esta matriz es identificar los principales competidores de la empresa así como sus factores clave particulares, en relación con una muestra de la posición estratégica de la empresa.

En una MPC, los factores críticos o determinantes para el éxito son más amplios, incluyen cuestiones internas o externas e inclusive pueden concentrarse sólo en factores internos. (David, 1997)

Imagen Natalia:  
Avatar AVA & Cortés



# Pasos para elaborar la MPC



Imagen: Jorge  
Avatar AVA & Cortés

**PASO 1.:** Identificar dos organizaciones que compitan directamente con la que esta evaluando. Si es posible, entreviste a varias personas que estén consientes de las fortalezas y debilidades particulares de los competidores identificados y registre dicha información.

**PASO 2.** Prepare una matriz de perfil competitivo que incluya los factores críticos de éxito para ese sector.

**PASO 3.** Asigne un peso relativo a cada uno de los factores, de lo menos importante a los más importante sobre un total de 100 o para una probabilidad de 1, según la relevancia que cada uno tiene para la posición competitiva de la organización. Como el peso asignado revela la importancia del factor, éste debe ser común a las empresas en estudio. El peso se asigna con base en la industria y la calificación con base en la organización.

**PASO 4.** Asigne una calificación a cada factor de acuerdo con el estudio actual de dicho factor. La escala de las calificaciones va de 1 a 4 e indican lo siguiente:

1= Mayor debilidad

2= Menor debilidad

3 = Menor fortaleza

4= Mayor fortaleza

**PASO 5.** Multiplique el peso de cada factor para obtener una calificación ponderada y sume esta columna para obtener el total ponderado de la organización.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

Centro de Servicios Financieros.

Coordinación de Economía Financiera y de Gestión.

Elaborado: Instructora: Nidia Julieth Cortés Arévalo

ORGANIZACIÓN MUESTRA				COMPETIDOR 1		COMPETIDOR 2	
Factor Crítico de Éxito	Peso	Calif.	Peso ponderado	Calif.	Peso ponderado	Calif.	Peso ponderado
Participación en el mercado	0,2	3	0,6	2	0,4	2	0,4
Competitividad de precios	0,2	1	0,2	4	0,8	1	0,2
Posición financiera	0,4	2	0,8	1	0,4	4	1,6
Calidad de los productos	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3
Lealtad del cliente	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
			0		0		0
			0		0		0
			0		0		0
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>2,3</b>	<b>13</b>	<b>2,2</b>	<b>13</b>	<b>2,8</b>

PESO	DE LO MENOS IMPORTANTE A LO MÁS IMPORTANTE
	sobre un total de 100 o para una probabilidad de 1

CALIFICACIÓN	1	Mayor debilidad
	2	Menor debilidad
	3	Menor fortaleza
	4	Mayor fortaleza

peso\* calificación= peso ponderado

## INTERPRETACIÓN

En este ejemplo se consideró que el factor crítico de éxito principal era la posición financiera, por eso su ponderación fue mayor. En cuanto a ese factor puede decirse que la institución de la muestra lo tiene como una debilidad menor mientras que para el competidor 1 es su mayor debilidad y para el competidor 2 su mayor fortaleza, razón por la cual muy posiblemente el competidor 2 obtuvo un promedio ponderado superior (2,8) al de las otras 2 empresas y por lo tanto es el competidor más fuerte. En cuanto a la empresa de la muestra, la calidad del producto es su mayor fortaleza, como lo destaca la calificación de 4; su promedio la ubica por debajo de la medida lo cual implica que debe mejorar su posición competitiva.

Sin embargo como lo aclara David, que una empresa obtenga un promedio ponderado de 3,2 y no de 2,8 en una matriz de perfil competitivo, no quiere decir que la primera empresa sea 20% mejor que la segunda. Las cifras revelan la fuerza relativa de las organizaciones, pero la precisión implica solo una ilusión. Las cifras no son mágicas. El propósito es más bien obtener, sistematizar, asimilar y evaluar la información de manera sensata y que sirva para la toma de decisiones.



## BIBLIOGRAFÍA

VIDAL Arizabaleta, Elizabeth. Diagnóstico Organizacional, Evaluación sistémica del desempeño empresarial en la era digital- Ecoe Ediciones,2005. p





**“TÉCNICA MENTE  
SOMOS MEJORES”**



**GRACIAS**