

El éxito de una organización depende en gran medida de la gestión y la planificación estratégica

Corporación Universitaria Remington.
Facultad de ciencias empresariales
Administración de empresas

Juan camilo serna móreles
Sebastian Camargo quintero
Tutor Jorge Iván Puerta Jaramillo
Opción de Trabajo de grado Seminario
2024

Dedicatoria

- Dios fue el que hizo posible este gran logro, para él toda la gloria.
- Agradecemos a nuestras madres, Luz Dary Serna Móreles y María Isabel Quintero.
- Agradezco a mi papa Jorge Camargo.
- Agradecemos a nuestros hermanos, Diego Serna, Sandra Serna, Santiago.
- Agradecemos a nuestras parejas que fueron un gran apoyo en este proceso, Angie Fernández, Yohana Correa.
- Agradecemos a nuestros sobrinos Shaira Serna y Thiago Camargo que nos acompañaron muchas veces mientras hacíamos trabajos.
- Agradecemos a nuestros tíos Nancy Camargo, Javier Quintero y Bernardo Camargo, sin ellos no hubiera sido posible alcanzar esta meta.
- Agradecemos a todos los profesores que nos sirvieron de escalón para avanzar hacia nuestros sueños, a la señora del aseo que nos dio siempre aulas y baños limpios, a don Willy que siempre nos calmó el hambre en la cafetería después de un largo día de trabajo, los que cuidaron la puerta y nos cuidaban las motos.
- Todos los que directa o indirectamente estuvieron pendientes del trasegar de la carrera, gracias.

Agradecimientos

Dios es a quien agradecemos en primer lugar ya que nos permitió llegar al final con éxito rotundo, nos dio la provisión, la salud, el trabajo y las fuerzas para encarar los días buenos y no tan buenos. A nuestras madres que fueron la inspiración el apoyo incondicional desde el principio hasta el final, nuestra familia, nuestras parejas, amigos, profesores, señora del aseo, don willy de cafetería, porteros, todos los que directa o indirectamente hicieron parte del proceso gracias.

Tabla de Contenidos

| | |
|--|--------------------------------------|
| Resumen..... | 5 |
| Palabras clave..... | 5 |
| Introducción | 6 |
| Pregunta orientadora de la búsqueda | 7 |
| Metodología de búsqueda de la información | 8 |
| Sustentación teórica de la pregunta..... | 9 |
| La gerencia estratégica | 9 |
| La planeación estratégica | 10 |
| Las herramientas de diagnóstico en la planeación estratégica | 10 |
| El árbol de problemas y de objetivos | 11 |
| Elementos de la planeación estratégica | 13 |
| La matriz foda: | ¡Error! Marcador no definido. |
| La matriz pestel: | 12 |
| La estrategia del océano azul: | 16 |
| Las cinco fuerzas de la competitividad: | 17 |
| Los objetivos en la planeación estratégica: | 18 |
| Toma de decisiones: | 18 |
| Cuadro de mando integral | 19 |
| Conclusiones | 21 |
| Referencias | 22 |

Resumen

Cualquier organización busca el éxito. Por lo tanto, es crucial establecer una ruta definida que permita lograr los objetivos establecidos. No obstante, trazar este camino implica no solo establecer el objetivo, que es la definición de una estrategia, sino también señalar los pasos a seguir para lograrlo.

La preparación, la visión y la adaptabilidad son requisitos para la planeación estratégica. Es esencial tener una comprensión clara y compartida de los valores, la misión y la visión de la organización. Ahí está la brújula que guiará cada paso y decisión que se tome.

La planificación estratégica gerencial sirve para establecer la dirección a largo plazo de la organización, determinar sus objetivos y metas, crear estrategias para alcanzar esos objetivos y asignar recursos para implementar las estrategias. Ayuda a la organización a adaptarse a los cambios del mercado y garantiza que todos los miembros estén alineados con la empresa.

Para la consolidación del documento fue necesario consultar varias fuentes, como la biblioteca virtual de la universidad, Google académico, documentos pdf. con el fin de entender la importancia de la planeación estratégica empresarial, y viendo la sinergia de todas las áreas para lograr el éxito en la misma.

Palabras clave

Planeación estratégica, éxito, visión, misión, toma de decisiones.

Introducción

La dirección estratégica es el proceso mediante el cual una empresa desarrolla, implementa, ejecuta y controla un conjunto de acciones que garantizan el funcionamiento, el desarrollo y el crecimiento de la empresa.

Por el dinamismo del entorno, mercado, economía y muchos aspectos más, las organizaciones deben ir en pro de la mejora continua, en estrategias que los mantengan competitivos y únicos en el ecosistema empresarial.

Es una herramienta muy útil la dirección estratégica que sirve para analizar el entorno donde se desenvuelve la empresa: procesos internos y externos, proveedores, clientes, colaboradores, clima organizacional. Partiendo de esta visión holística se entra a tomar decisiones, teniendo en cuenta la administración empresarial actual que tiene en cuenta a todos los colaboradores ya que nadie conoce más los procesos y el mercado que ellos, tomando flexibilidad para modificar procesos si así se requiere.

De otro modo la estrategia se define como un proceso que trata de las tareas empresariales de la organización, del crecimiento y de la renovación organizacional y más específicamente del desarrollo y de la utilización de la estrategia que deberá guiar a la operación de la organización. Una dirección estratégica apropiada debe prestar especial atención a aquellos factores que configuren el resultado de la empresa: así en cuanto a las capacidades, las mismas deberán ser fomentadas y desarrolladas, proceso que se lleva a cabo de manera consciente por la empresa, logrando la interacción entre la posición estratégica de los resultados (Arano Chavez , Espinosa Mejia , & Arroyo Grant, 2011)

La estrategia es el camino más efectivo para minimizar el margen de error en los procesos, es necesario incluir todas las áreas, escudriñar las actividades internas, externas, el mercado, normas políticas, de este modo tenemos más posibilidades de alcanzar el éxito empresarial.

Pregunta orientadora de la búsqueda

Para orientar el rumbo de la organización, la dirección debe aplicar el proceso administrativo, planear-hacer-verificar-actuar, no solo se aplica una vez, sino que, muchas veces, lo que indica que es cíclico, permanente y dinámico, ocasionando una sinergia en los procesos, mirando al detalle cuales tienen oportunidad generando estrategias de valor ya que se debe estar a la vanguardia del entorno interno y externo, actualizando permanentemente el analizar, prevenir y resolver problemas buscando ir en pro de la mejora continua.

En la gerencia estratégica es importante la planeación ya que es la visión al futuro, teniendo en cuenta data de meses y años anteriores, para poder tomar decisiones de valor, definiendo objetivos y acciones de mejora, dando una dirección y un sentido de pertenencia a los directivos, empleados para ir todos en la misma sintonía.

Dado lo anterior, para la realización de este trabajo, basado en diferentes fuentes como Michael Porter, Sun Tzu, Karl von Clausewitz, Gary Hamel, entre otros, teniendo en cuenta la importancia de una buena dirección estratégica para las empresas, se plantea la siguiente pregunta orientadora: ¿la planeación estratégica incide en el éxito de una organización?

Metodología de búsqueda de la información

Se trata de una investigación documental, que permite tratar los componentes teóricos y conceptuales sobre la gerencia estratégica y la planeación estratégica en las organizaciones.

Para crear el marco teórico se realizó consultas en la biblioteca virtual de la universidad, se buscó información en artículos de revistas, páginas webs, libros, textos virtuales y textos físicos, además se examinó cada documento y se eligió el que se consideraba más importante para la construcción del mismo.

Sustentación teórica de la pregunta

La planeación estratégica permite establecer el paso a paso para alcanzar las metas trazadas a largo plazo. Se identifican las amenazas y oportunidades, preparando la compañía para enfrentar obstáculos sean del entorno, interno o externo políticos o sociales, esto permite la adaptabilidad al cambio en el mercado.

La planificación estratégica es un proceso de análisis y toma de decisiones que ayuda a las organizaciones a establecer sus objetivos y determinar los pasos necesarios para alcanzarlos. Es una herramienta fundamental para el éxito de cualquier negocio, ya que permite establecer una dirección clara y definir las acciones necesarias para lograr los resultados deseados. (santos, 2024)

Con lo enunciado se confirma que el éxito de una organización, depende en gran medida de una planeación estratégica consecuente, moderna, innovadora, participativa, eficaz.

Por ende, planear estratégicamente ayuda como referencia para todas las actividades de la organización, enfoca la atención en las fortalezas y las amenazas de algún cambio en el entorno externo o interno. La determinación debe fijarse como un pilar relevante para no perder el enfoque ante dificultades que se van presentando en el camino, teniendo siempre la mirada puesta en los objetivos, con el fin de conseguir el éxito.

Es de mucha importancia tener en cuenta todas las áreas, es decir, liderazgo participativo desde el área directiva hasta la operativa, en este comité se planifica desde una visión holística, orientando las fuerzas hacia una buena toma de decisiones

La gerencia estratégica

Es visionar al futuro, tener una mirada en conjunto tanto interno como externo. Teniendo esto como punto de partida, el gerente debe entender el negocio, el dinamismo del mercado para así utilizar las mejores metodologías para alcanzar lo deseado y también estando preparados para cualquier imprevisto.

La gerencia estratégica sirve para dar confianza y certeza de ir tras los objetivos en el tiempo indicado, con los recursos asignados. Dando como resultado un equipo comprometido y satisfecho por hacer parte de lograr objetivos.

Todas las empresas manejan diferentes metodologías de estrategias, de igual forma los líderes tienen unos hábitos, es aplicar el conocimiento y la experiencia, con estas habilidades y destrezas se logra ver con claridad la ruta más óptima hacia el éxito gerencial.

La planeación estratégica

La planeación estratégica se define como el proceso en el cual las organizaciones utilizan una serie de acciones con el fin de lograr sus objetivos y metas a largo plazo, esto conlleva a lograr el éxito y a tener ventajas competitivas y ser líderes y únicos en un mercado cambiante.

Para desarrollar, poner en marcha, monitorear o dar seguimiento a un proceso de planeación y su correspondiente obtención de resultados específicos, se requiere contar tanto con un planteamiento claro respecto a dónde se quiere llegar, como con la respuesta a una serie de interrogantes: de dónde se parte, en qué condiciones se encuentra ese punto de partida, para qué se quiere alcanzar ese objetivo, cómo se va a llegar a él, a quiénes está dirigido, quiénes serán los beneficiarios directos de su cumplimiento, cuál es el beneficio alcanzado, cuándo se estima alcanzar su propósito y cómo sabremos que hemos llegado. (Planeación estratégica, 2024)

Según lo anterior, para generar una buena planeación estratégica las empresas deben tener en cuenta factores importantes y muy claros sobre los objetivos a los que se quiere llegar, teniendo una visión totalmente planificada que genere los resultados deseados por todos los interesados.

Las herramientas de diagnóstico en la planeación estratégica

Las siguientes herramientas están destinadas a evaluar y diagnosticar la situación de las empresas, son recursos que deben usarse desde el inicio de la planificación, ya que brindan una visión general de la organización y las áreas a desarrollar.

La planificación estratégica es un proceso que permite a una organización ser creativa en lugar de reactiva al diseñar sus planes futuros. Su objetivo es ayudar a la organización a funcionar de manera efectiva en un entorno complejo y dinámico que está constantemente afectado por restricciones y amenazas. Esto demuestra que las herramientas de planeación estratégica no solo se enfocan en la creación de estrategias, sino también en la preparación de la empresa para enfrentar los desafíos que surgen de un futuro incierto.

El árbol de problemas y de objetivos. El árbol de problemas es la generación de alternativas de solución, es una herramienta que utiliza las empresas para hacer un análisis en la etapa de definición del foco. La técnica facilita la comprensión de las relaciones existentes entre ambas porque un problema es el resultado de unas causas y el resultado de unos efectos.” Es útil para representar un problema y ayuda a entender qué está ocurriendo, por qué está ocurriendo y qué está ocasionando. Por tanto, ayuda a la mejor comprensión del problema.” (Instituto Vasco de Creatividad aplicada a la Formación Profesional, 2020)

Según lo anterior, es un método que las empresas utilizan para identificar una posible situación problemática que se puedan presentar, que busca solucionar mediante la intervención de una técnica utilizando una relación de tipo causa y efecto generado por los problemas y buscando siempre una mejor solución.

La matriz FODA: es una herramienta de planificación, sirve para comprender el estado actual de la compañía, como por ejemplo fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas partiendo de estos cuatro componentes se pueden tomar las decisiones.

Este análisis involucra todas las áreas, se hace un comité para examinar debilidades y fortalezas internas, amenazas y oportunidades externas. De allí se gestan las estrategias para trazar metas cumplibles.

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. (Ponce Talancon, 2007)

Según lo anterior, esta matriz sirve para tomarle una radiografía a la empresa donde se visualiza todo, las fortalezas, amenazas y debilidades para transformarlas en oportunidades, también se podrá cumplir con otras metas específicas.

Esta herramienta nos permite analizar también, que, por mala toma de decisiones, permite encontrar fallas internas, todo esto se puede mapear y tomar acciones inmediatas, también se puede realizar este análisis para una planeación estratégica.

La matriz PESTEL: esta herramienta es muy eficaz y utilizada, ya que, sirve para analizar factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales. Todo esto ayuda a interpretar el entorno, permite tomar decisiones certeras, la flexibilidad al cambio. Prevén algún obstáculo que pueda afectar la empresa.

Los factores políticos ayudan a visualizar como el gobierno con normas, políticas, tratados comerciales nacionales o internacionales puedan beneficiar o afectar el desarrollo y funcionamiento de la organización.

Los factores económicos como el producto interno bruto, tasa de desempleo, la oferta y demanda, entre otras. El análisis de este componente es muy importante porque muchas veces estos factores favorecen la compañía, pero cuando la desfavorece se deben tomar acciones de inmediato y así ir avanzando hacia el desarrollo y el crecimiento de la misma.

Los factores sociales como las creencias, etnias, costumbres, cultura, hábitos, debido a la globalización y el dinamismo del mercado, todo va en constante cambio y evolución. Este aspecto permite leer el entorno y estar a la vanguardia en innovación y tendencias porque el que no está abierto al cambio tiende a desaparecer.

Los factores tecnológicos han sido de gran impacto en todo el mundo y en el ámbito empresarial, desde, sistematizar procesos a gran escala hasta maquinaria que no necesita ser operada por mano de obra humana, infraestructura moderna, vehículos eléctricos, todo esto genera mejora en todas las áreas y procesos, dando más eficiencia y más productividad, dejando como resultado más ganancias.

Los factores ecológicos son de suma importancia, esto hace parte de la responsabilidad social empresarial, tener conciencia de reciclar, los desechos darles el manejo reglamentario para

no contaminar indiscriminadamente. Hacer un buen uso de los recursos ambientales es responsabilidad de todas las compañías.

Los factores legales todas las compañías deben cumplir unas normas legales, se debe estar actualizado de todas las leyes sean nuevas o que ya existan de no hacerlo se puede meter en problemas o multas, generando grandes pérdidas. Por ende, el área de derecho y leyes debe estar muy bien informada para tomar decisiones de cambio oportunas, con el fin de no infringir la norma.

Con toda la información de este análisis se puede implementar un plan estratégico que más se adapte a las necesidades de la compañía, aplicando las estrategias de mediano y largo plazo.

Elementos de la planeación estratégica

Durante la planificación de los directivos, se deben poner como prioridad los elementos fundamentales, para poder tomar como punto de partida hacia unas estrategias de valor, estos componentes son:

La visión. Es un concepto, enfoque, propósito, expectativa y mapa que muestra a donde ir. Ya que, en una organización hay muchas formas de hacer las tareas, por ende, la visión es una forma de estandarizar procesos para ir construyendo el camino para llegar a las metas que quiere lograr la organización.

El comité gerencial es el encargado de diseñarla, es uno de los principales roles de un líder, de allí se socializa con mandos medios y operativos para que de esta manera todos estén alineados y capacitados en función de buscar el cumplimiento de esta.

Es de resaltar que la visión es flexible a modificaciones futuras, ya que, por situaciones internas o externas. Si por el contrario la empresa decide cambiar de razón de ser y espíritu de la misma también se está abierta la posibilidad de anexarle o quitarle de ser necesario.

El planteamiento debe ser muy realista y centrado, se debe visionar, pero de una manera razonable y alcanzable, no se puede estipular metas incumplibles por esto se deben tener en cuenta los recursos, la tecnología disponible, infraestructura, talento humano, logística, proveedores, clientes, todo esto con el fin de poder estipular con conciencia lo que se busca.

Cuando una visión es compartida, las relaciones dentro de una organización cambian. Sus miembros dejan de pensar que son simplemente empleados de la organización a la que definen como “de ellos” y la consideran como "la nuestra". Una visión compartida es el primer paso para lograr que gente que profesaba mutua desconfianza entre ellos comience a trabajar en conjunto y se logre crear una identidad común. El propósito, la visión y los valores compartidos de una organización establecen el lazo común más básico. (Kaiten, 2017)

La misión. Es el propósito, razón de ser, concepto abstracto, porque existe la empresa, todo esto ayuda a planear su actividad, allí se muestra el hacer, ¿cómo lo hace?, ¿para qué lo hace? También lo que la hace diferente a las otras.

Es importante tener en cuenta que la misión es la situación actual de la organización, se describe lo que la empresa puede hacer por los clientes, los valores, la tecnología e innovación, la filosofía de la compañía.

La misión debe de ser clara y fácil de entender, con el fin de que todos los colaboradores sepan la dirección en la que va la compañía para alcanzar los objetivos. También los clientes que la lean puedan interpretar la razón de ser de la organización.

La misión adecuada permite fácilmente implementar nuevas estrategias, planes estratégicos de valor, para ir construyendo poco a poco el camino hacia la obtención de las metas. Generando la sinergia de procesos y actividades en torno a la misión.

Algunas empresas creen que la misión es básicamente una herramienta estratégica, una disciplina intelectual que define su razón comercial y su mercado-objetivo. En este contexto, la misión aparece como el primer paso a dar en la gestión estratégica y existe para responder a dos preguntas fundamentales: ¿Cuál es nuestro negocio? y ¿Cuál debería ser? La misión es la expresión del carácter, identidad y razón de existir de una organización. Esto puede dividirse en cuatro partes interrelacionadas: propósito (objetivo máximo), estrategia, patrones de comportamiento y valores. (Rivera, 1991)

Los valores corporativos: son aquellos cimientos donde se construyen una cultura y identidad empresarial, estos principios forman una relación con los clientes. Fideliza empleados, son fundamentales a la hora de la toma de decisiones.

Estos valores sirven para forjar buen clima organizacional, forma colaboradores. La puntualidad, equidad, transparencia, responsabilidad, servicio al cliente, inclusión social, entre otros. Es decir, los valores son el ADN de la empresa.

Estos valores son muy importantes, porque, Cuando un empleado está motivado es más productivo y como resultado da más ganancias a la compañía, mientras que uno que no, daña el clima laboral, no cuida las herramientas y activos, no le rinde y todo esto, atrofia los procesos y estrategias de la empresa.

También son muy útiles para los dirigentes en la toma de decisiones, aporta a la buena comunicación entre áreas, fortalece la unión y esto hace eco entre los colaboradores, también se incluye valores del cuidado del medio ambiente.

Es importante intentar definir la forma en que se generan los valores corporativos. Y si los mismos serán el resultado de una decisión colectiva de los órganos de gobierno de la empresa o serán una consecuencia de la cultura organizacional vigente en la misma. A pesar de que en el presente es cosa común que las empresas exterioricen su “Misión, Visión y Valores”, en muchos casos los valores generados por la cultura organizacional permanecen implícitos, aunque en los hechos los mismos pueden resultar mucho más determinantes del comportamiento ético de una organización que aquello que pueda aparecer en los textos escritos. Y también es importante la presencia de un líder ético. (Montuschi, 2008)

Tipos de estrategias

Si bien es cierto a medida que ha crecido la oferta y la demanda las organizaciones se han visto obligadas a tener un sin número de estrategias como; la global, corporativas, de negocio, operativas, entre otras.

La global abarca a nivel macro las actividades de la organización para ello es importante estar actualizados en el entorno interno y externo, para poder reajustar estrategias y decisiones ya ejecutadas.

Las corporativas estas se hacen con base en cómo, cuáles son los valores y en donde se ejecutará la actividad, esto es a largo plazo, la dirección global del negocio. allí se establece la misión, visión, objetivos y la razón de ser de la empresa.

Estrategias de negocio se enfocan en cómo se va a disputar en el mercado, esto es planeado a mediano plazo, en función a la estrategia corporativa. Analizando los competidores y de allí se toman decisiones competitivas, se analiza cómo se puede luchar y mantener el liderazgo.

La estrategia del océano azul. es romper el molde, paradigma de siempre hacer lo mismo en procesos, estrategias, mercado. Para poder salir de este círculo perjudicial para la empresa, se debe innovar en todo, de esta manera podrán llegar a ser únicos en el mercado.

Este es un pensamiento innovador, revolucionario que se enfoca en nuevos conceptos, industrias, mercados, siendo los dueños del mercado con la estrategia del océano azul. Cuando se identifique esa unicidad siempre se debe estar en pro de crear valor al consumidor final, ya sean experiencias únicas, atributos de un producto selectos, direccionando siempre hacia la creatividad, unicidad, innovación. De esta manera se navega en el océano azul donde nadie jamás pudo explorar.

La estrategia del océano azul es un desafío para que las empresas abandonen el océano rojo de la competencia sangrienta creando en el mercado espacios no competitivos en los que la competencia se torne irrelevante. En lugar de repartirse la demanda existente ----y a veces cada vez más reducida---- y compararse constantemente con la competencia, la estrategia del océano azul pretende aumentar el tamaño de la demanda y dejar atrás la competencia. (W.Chan & Mauborgne, 2005)

Las cinco fuerzas de la competitividad. es un modelo que indaga si es lucrativo montar una organización de cero o si por el contrario una sede de la misma en algún lugar nuevo sea ciudad o país es conveniente.

Las cinco fuerzas son: el poder de los clientes, amenazas de nuevos competidores, poder de los proveedores, amenazas de productos sustitutos y rivalidad competitiva. Todo lo enunciado se utiliza para comprender el mercado, competidores, estas fuerzas sirven para detectar puntos clave que dañe la rentabilidad de una compañía y su posición.

El poder de los clientes cuando son pocos y se alinean en cuanto están dispuestos a pagar por un producto, son un peligro para la organización porque este valor sería inferior al que la compañía podría dar.

A menor número mejor es el nivel de negociación, porque, al no haber mucha demanda de ciertos productos pueden reclamar mejores precios. La influencia de estos también tiende a incrementar cuando no hay diferencial en los productos o simplemente se voltean a productos sustitutos. Se debe contra atacar este poder buscando una estrategia donde no se dependa solo de cierta minoría de clientes, o, por el contrario, buscar muchos más.

El poder de los proveedores: cuando se tiene un solo proveedor de la materia prima más importante de producir. ejerce un poder significativo en la organización ya que con tan solo aumentar costos o restringir cantidades esto les da mucho poder y automáticamente hace vulnerable la empresa.

Las amenazas de nuevos competidores siempre será una incertidumbre empresarial porque de momento se está compitiendo con los existentes y les toca reinventarse para atacar rivales emergentes, siempre se debe estar a la defensiva innovando ya sea, con nuevos productos o mejorando los existentes para mantener la posición en el mercado.

Las amenazas de productos sustitutos son latentes debido a medianas y pequeñas empresas emergentes, haciendo el mercado más competitivo en costos y calidad. Por eso es necesario evaluar constantemente el mercado, la intención de compra de los clientes donde estos busquen productos alternativos que también cumple el objetivo de cumplir con expectativas y satisfacer necesidades. Para poder tomar decisiones oportunas para contra arrestar lo anterior.

Rivalidad entre los competidores da como resultado del análisis de las fuerzas anteriores, ya que, esta mide el nivel de rivalidad entre organizaciones que ofrecen lo mismo, compitiendo siempre en calidad, precio, experiencia, todo esto ayuda a ver mejor el entorno de competencia para desarrollar estrategias que ayuden a mantener el liderazgo.

Los objetivos en la planeación estratégica

En este concepto se centra gran parte del éxito de una organización, por medio de definir objetivos a largo plazo y va de la mano en establecer las estrategias para poder lograr lo propuesto. En esta toma de decisiones se debe tener enfoque, coherencia, flexibilidad, identificación de amenazas y oportunidades, entorno externo e interno, visión a corto, mediano y largo plazo, tener propuestas aterrizadas, contar con una visión holística de todas las áreas, optimizar recursos, entre otros.

Es de vital importancia establecer la misión, visión y valores corporativos allí, son de los objetivos de más relevancia, ya que, por medio de estos componentes se desprende el enfoque organizacional generando la sinergia en todas las áreas.

Toma de decisiones

Este concepto es uno de los protagonistas en este documento. El tomar decisiones demanda analizar y reflexionar, revisar datos históricos, estas no se pueden tomar por impulso pueden acarrear consecuencias irreversibles o de pérdidas monetarias significativas.

También está la toma de decisiones directiva cuyo objetivo es definir la dirección, un proyecto o emergente, una estrategia que sea del área comercial, por lo enunciado, las decisiones que se toman allí influyen en la organización en general.

La toma de decisiones gerencial se direcciona en solucionar problemas de su área en específico y abarca el área comercial, financiera, trade marketing, área contable, marketing. Teniendo siempre la premisa de los objetivos misionales y visionales.

Para concluir cada una de las decisiones de la empresa pueden llevar a el éxito o al fracaso de la organización, por ende, es una gran responsabilidad por que está en juego el capital, los clientes, logística, área operativa, comercial, marketing, finanzas y todas las áreas de la

compañía, la reputación. Se debe ser muy racional, centrado y tener en cuenta al grupo directivo para tomar una decisión de manera acertada y certera.

Herramientas de seguimiento y control

Para que la planeación estratégica cumpla sus propósitos y la empresa pueda alcanzar las metas y los objetivos planteados, es necesario realizar control sobre las actividades, los recursos y los responsables, y para ello existen técnicas y herramientas, a continuación, una de las más importantes.

Cuadro de mando integral (CMI). es un método el cual traduce los objetivos, visión y misión de la empresa, con el fin, de implementar estrategias de valor. Este involucra el cliente, las ofertas, finanzas, el foco principal es del cuadro de mando es interpretar que las estrategias implementadas coincidan con las bases fundamentales de la empresa. Esta herramienta Se utiliza por la gerencia, mandos ejecutivos, con el fin de mejorar y optimizar procesos mediante los siguientes elementos:

Las finanzas son los objetivos de mayor relevancia en una empresa, una adecuada evaluación de indicadores como ganancias netas, márgenes de utilidad, ciclo de conversión en efectivo, retorno de inversión, tasa de crecimiento de los ingresos, dependiendo del resultado de este análisis estratégico se pueden trazar nuevas metas o ajustarlas. Teniendo como referencia lo enunciado la buena toma de decisiones es el camino para el éxito

Cuando se posiciona la empresa ante la audiencia, el cliente es muy importante para el crecimiento y el desarrollo organizacional, así que, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos; quejas, devoluciones, satisfacción del cliente, reconocimiento de marca, expansión organizacional, entre otros. Todo con el fin de mejorar procesos y todo lo que sea necesario para seguir manteniendo el liderazgo y la fidelización de los consumidores.

Los procesos internos se complementan y generan una sincronía para lograr la satisfacción del cliente, por ende, es necesario tener un equilibrio financiero. Para poder obtenerlo se debe tener en cuenta los siguientes aspectos; innovar con nuevas campañas, optimizar un servicio único al cliente, mejorar el servicio al consumidor, dar un tiempo de respuesta diferenciador al cliente, mejorar los procesos internos, invertir en innovación, capacitación de los colaboradores con el fin de buscar la satisfacción del cliente.

El aprendizaje y crecimiento es intangible ya que se centra en el ambiente laboral, actividades de integración, capacitaciones al personal, liderazgo motivacional y competitivos, cultura de productividad.

Conclusiones

Posterior al estudio detallado de información, autores y fuentes de este documento, se concluye que la planeación estratégica es el camino para lograr objetivos a mediano y largo plazo, dar un paso seguro hacia el futuro, también ayuda a detectar oportunidades y amenazas, facilitando la buena toma de decisiones.

La planeación estratégica debe tener flexibilidad tanto en el entorno interno como externo, debido al dinamismo del mercado, de esta manera perdura en el tiempo competitiva e innovadora.

La gerencia tiene múltiples herramientas para poder saber el estado actual de la organización, detectar oportunidades, amenazas, debilidades, fortalezas, todo esto con el fin de idear estrategias certeras y una excelente toma de decisiones.

En el liderazgo moderno se incluyen todas las áreas para planear estratégicamente, desde, la gerencia hasta el área operativa, de este modo se gestan ideas, soluciones, mejora de procesos y soluciones de problemas eficaces, generando una sinergia estratégica en conjunto, en pro de la mejora continua hacia el cumplimiento de metas.

Referencias

- Arano Chavez, R. M., Espinosa Mejia, F., & Arroyo Grant, G. (2011). *El rol de la direccion estrategica en las empresas*. Obtenido de <file:///C:/Users/sebastian/Downloads/Direccion%20estrategica.pdf>
- Instituto Vasco de Creatividad aplicada a la Formación Profesional. (10 de noviembre de 2020). *Arbol de problema*. Obtenido de <https://ethazi.tknika.eus/wp-content/uploads/sites/29/2020/11/anexo1.pdf>
- Kaiten, J. C. (2017). *Importancia de la vision y mision dentro de las organizaciones*. Obtenido de <http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1087/Importancia%20de%20la%20visi%c3%b3n%20y%20misi%c3%b3n%20dentro%20de%20las%20organizaciones.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Montuschi, L. (18 de 11 de 2008). *Los valores personales y los valores corporativos en el comportamiento etico en la empresa*. Obtenido de <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/84484/1/589383345.pdf>
- Planeacion estrategica*. (26 de 06 de 2024). Obtenido de http://governacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/1093/8/images/Modulo-3_planeacion-estrategica.pdf
- Planeacion estrategica*. (26 de junio de 2024). Obtenido de http://governacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/1093/8/images/Modulo-3_planeacion-estrategica.pdf
- Ponce Talancon, H. (12 de Junio de 2007). *La matriz foda: alternativa de diagnostico y determinacion de estrategias de intervencion en diversas organizaciones*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Rivera, O. (1991). *Loa conceptos de mision y vision y proposito estrategico*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53655475/Mision__Vision_y_Proposito_Estrategico-libre.pdf?1498402802=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLOS_CONCEPTOS_DE_MISION_VISION_Y_PROPOS.pdf&Expires=1719782766&Signature=eMF8hBSqHZATPGRzLwaGBw0q
- santos, D. (23 de mayo de 2024). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-planificacion-estrategica>
- W.Chan, K., & Mauborgne, R. (2005). *La estrategia del eceano azul*. España: Ediciones Granica, S.A. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1CjcHjyuvssC&oi=fnd&pg=PA9&dq=la+estrategia+del+oc%C3%A9ano+azul+&ots=McnW4PfgBq&sig=t1R48PqbgkZPKPPjSIHvxLEZ2H8#v=onepage&q=la%20estrategia%20del%20oc%C3%A9ano%20azul&f=false>