

Inclusión de un plan estratégico en las áreas de la organización para el desarrollo

Jorge A. Ramírez, José A. Mares, Silverio Cuarenta, Leopoldo Mendoza y Ofelia Santos

Facultad de Comercio y Administración de Tampico

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Tampico, Tam. México

[amares, scuarent, leomend, osantos, jramireg] @uat.edu.mx

Abstract— The research that we will present is from a wholesale convenience company and has developed its activities in this area. In our opinion, it requires structural growth in its company facilities. An improvement in its competitiveness and marketing development is also necessary, to take advantage of the existing demand in the best way. This study was carried out under a scheme of this qualitative research with the objective of developing a strategic plan that covers all aspects and that allows to generate the permanence of the business in the long term through the retention of current clients and attracting new clients. It is recommended to use good customer service and attention as a differentiating advantage.

Keywords: Strategic Plan, competitiveness, marketing, strategy implementation.

Resumen— La investigación que presentaremos es de una empresa de conveniencia al mayoreo y ha desarrollado sus actividades en este ámbito. A nuestro juicio requiere de crecimiento estructural en sus instalaciones de la empresa. También es necesaria una mejora en su competitividad y desarrollo de marketing, para aprovechar de la mejor manera la demanda existente. Este estudio se realizó bajo un esquema de esta investigación cualitativa con el objetivo de elaborar un plan estratégico que cubra todos los aspectos y que permita generar la permanencia del negocio en el largo plazo a través de la retención de los clientes actuales y captación de nuevo clientes. Se recomienda utilizar como ventaja diferenciadora a la buena atención y servicio al cliente.

Palabras clave: Plan Estratégico, competitividad, marketing, implementación de estrategias.

I. INTRODUCCIÓN

La empresa fue creada en el año del 2003 por el propietario de la misma y comenzó con una pequeña tienda y a la fecha por su buen manejo y desarrollo de la empresa que cuenta con varios empleados que colaborar en diferentes áreas de la organización como son compras, ventas almacén y contabilidad por hablar de algunos de ellos.

Los principales clientes de la organización son los pequeños comerciantes de diferentes establecidos dedicados a la comercialización de productos al menudeo que son en las áreas de la región de la localidad donde se encuentra la empresa y realizan sus compras de la cuales abastecen los diferentes productos que la empresa comercializa a precios que son atractivos para los clientes.

Los productos de venta se manejan en diferentes modalidades como son venta al público en lo general o por pedidos previamente establecidos por los clientes que con algunas condiciones de entrega y bajo condiciones de compra establecida que pueden ser realizadas en el local ya sea a mayoreo o menudeo con la diferencia de que pueden ser con entrega inmediata y a domicilio. También se manejan con todas las formas de pago existentes en la actualidad, como puede ser desde pago en efectivo, cheque, tarjeta de crédito o débito, por transferencia electrónica o depósito bancario directo, en este punto también podemos mencionar los diferentes manejos de créditos como son formas establecidas por la empresa misma, créditos desde 7, 15 y 30 días dependiendo de algunos criterios establecidos como por ejemplo el de la antigüedad del cliente.

Una de las razones de la empresa desde su origen fue tratar de satisfacer al cliente del negocio con la mejor atención que el cliente mismo se merece. Basado en esta premisa expuesta anteriormente se preocupa por la mejora continua de su competitividad en referencia a sus demás competidores que conforman una misma línea de competencia en la cual se busca de la mejor manera obtener y mantener a los clientes del negocio contentos y también tratar de captar mercado y nuevos clientes.

La competitividad en la que se encuentran los negocios de hoy en día son cada vez más grandes y más agresivos, ya sea por nuevos distribuidores o por nuevos vendedores independientes, de los cuales visitan a los clientes de la región.

La empresa de abarrotes se ha desarrollado en sus actividades de alguna manera bien, pero a juicio del dueño el establecimiento requiere de crecimiento estructural en sus instalaciones por el crecimiento que se ha tenido a criterio del mismo. También expone algunas cuestiones como que las herramientas de trabajo, como son los equipos de tecnología que son obsoletos y no son suficientes para poder generar la actividad diaria en las diferentes áreas de la empresa, lo que también nos hace generar atrasos y molestias tanto de los usuarios como de los clientes.

Asimismo, se puede decir también que la competencia de este modelo de negocios ha aumentado considerablemente en lo que se refiere a los años lo que ocasiona que los clientes tengan muchas opciones de y para elegir, por lo que en lo generalmente los grandes distribuidores ofrecen precios más competitivos. Esto aunado también a la falta de publicidad por lo general hay muchos clientes que desconocen de la existencia de la empresa y realizan sus compras en otros establecimientos, sin que tengan la oportunidad de comparar precios y otros servicios que la empresa en sí ofrece a la realización de sus compras en la empresa. Esto ha hecho que la empresa esté perdiendo competitividad en el mercado de la línea de los productos que en la empresa se expenden.

Una hipótesis es que el negocio este perdiendo competitividad en el mercado debido a que no es conocido entre las nuevas generaciones, lo cual se puede comprobar con la investigación realizada en la presente tesis.

Como objetivos se requiere de un análisis y estudio de la inclusión de un plan estratégico para perfeccionar ciertas áreas de la organización en el desarrollo de las actividades que se realizan en la empresa con una planeación estratégicamente adecuada. Demostrar y asentar de una manera razonable y lógica el establecimiento teórico que nos ayude a explicar los argumentos del establecimiento de dicha planeación estratégica adecuada. También desarrollar un análisis de las actividades que se generan en toda la empresa actualmente como también todos aquellos factores ponderativos ya sean críticos o de éxito instalado en la infraestructura organizacional para la deducción de factores establecidos en la empresa. Reconocer y determinar de una manera armonizada como perciben los clientes sobre el ofrecimiento de valoración a la empresa que le ofrece sus servicios.

II. DESARROLLO TEÓRICO

El motivo de aplicar una planeación estratégica se realiza por situaciones de resolución de problemáticas y por los argumentos que justificaran el desarrollo y crecimiento tanto estructural como económico de desarrollo de crecimiento tanto en materia económica como en la empresa misma considerando los productos, y mercadotecnia, como también situaciones de crisis y de cambios rápidos y alternos del entorno, que advierten de una crisis que se reflejan en el entorno empresarial. Esto podría suceder en diferentes situaciones que podría llegar a producirse en diversidades comunes como puede ser el medio competitivo, el medio político, el medio económico y también por medio social.

El establecimiento de la estrategia se clasificaría como acciones que la empresa debe enfrentar en un entorno competitivo, complejo, dinámico, altamente competitivo y de ideas pragmáticas [1].

La planeación estratégica, sólo puede llegar a tener éxito en una empresa si de antemano hay un consenso común en ella sobre lo que es y lo que se puede esperar, pues en caso contrario, la disparidad de criterios sobre los fines perseguidos producirá el fracaso en la mayor parte de las situaciones.

Las relaciones producto de la empresa sistémicas y formales, se han transformado en tal medida, que es lugar común hablar de organizaciones que aprenden, como una forma de resaltar la relación existente entre el éxito organizacional y el establecimiento compartido de sus miembros [2].

En algunos aspectos deberemos estructurar planes que realicen una forma simple con la intención de hacer algo que nos ayude a determinar la manera de poder hacer las cosas, como tratar de establecer una serie de pasos que nos ayude a definir las situaciones antes de realizar las acciones que deseamos llevar a cabo con la finalidad de dirigirnos y encauzar las cosas hacia un objetivo final.

La planeación estratégica también se caracteriza por su dinamismo, ya que una planeación, ante este panorama, es necesario asumir un nuevo tipo de sociedad en la que la principal vertiente orientadora es la mercadotecnia y el comercio el cual siempre sufrirá las modificaciones que sean necesarias de acuerdo a los resultados que se vayan obteniendo. Surgen diferentes y nuevas perspectivas. Se está dando nuevos motivos sin derecho que no reconoce el derecho del otro y atenta contra él, porque es negado por la sociedad [3].

Ahora bien, la planeación estratégica nos ayuda a diseñar una planeación más amplia que consiste en podamos definir de una manera clara y objetiva todos los cambios y acciones que debemos llevar a cabo para poder llegar a ellos y alcanzarlos.

La planeación en el sentido más universal implica tener uno o varios objetivos a realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente. Va de lo más simple a lo complejo, dependiendo el medio a aplicarse. La acción de planear en la gestión se refiere a planes y proyectos en sus diferentes, ámbito, niveles y actitudes [4].

El considerar unos aspectos sobre la planeación estratégica sólo puede llegar a tener éxito en una empresa si de antemano hay un consenso común en ella sobre lo que es y lo que se puede esperar, pues en caso contrario, los criterios sobre los fines perseguidos producirá el fracaso en la mayor parte de las situaciones, por lo tanto, debe originarse con una evidencia señalando qué es y qué pretende la planeación estratégica y qué condiciones deben cumplirse para que se puedan alcanzar dichas pretensiones.

Están surgiendo nuevas figuras sociales que solo se orientan por el presente, no importa el pasado ni el futuro. Así, el hombre ha ido conformando el mundo más y más en un campo de fuerzas a su servicio, donde las estructuras se violentan. En este contexto se atribuye un papel fundamental a los intelectuales como agentes sociales del mundo, desde la perspectiva de los intereses de clase [3].

Cabe definir a la planeación estratégica como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones de un carácter de funciones internas que permiten a la organización alcanzar sus objetivos” [5].

Dada la importancia de la objetividad de la planeación estratégica nos ayuda a obtener una percepción de las auténticas necesidades e intereses de una manera más concreta de la empresa para que se pueda lograr tomar y tener mejores decisiones, siguiendo una directriz clara y definida, esto nos obliga a un replanteamiento, a una reconsideración o reformulación permanente de la planeación estratégica periódicamente. [6].

De ahí que para investigar y analizar a una organización deba hacerse en forma completa, es decir, el funcionamiento de la empresa se debe estudiar en relación con las interacciones que lleva a cabo con el ambiente que rodea a la empresa misma, englobando componentes como es el factor humano que lo compone. Esta vinculación conlleva en su esencia los conceptos de sistemas, subsistemas.

El Planeamiento Estratégico es un proceso flexible que permite hacer modificaciones en los planes, de acuerdo a las circunstancias. Desde el punto de vista interactivo el Planeamiento Estratégico es importante porque ofrece a las organizaciones algunas continuidades como puede ser una variedad de ventajas, como proporciona un entorno de referencia para la actividad organizacional que pueda conducir a un mejor funcionamiento y una mayor sensibilidad de la organización.

Otro de los atributos de la planeación estratégica es que nos ayuda a asegurar con antelación y también permite concentrarse en las fortalezas de la empresa, también ayuda a tratar a los problemas de cambios en el entorno externo. El éxito de la planificación estratégica consiste en poder anticiparse ante los constantes cambios, sustentando sus acciones con métodos, planes lógicos, estableciendo así los objetivos de la empresa y la definición de los procedimientos adecuados para alcanzarlos.

Los beneficios que nos puede traer este tipo acciones como la implantación de una planeación estrategia en la empresa es de que cada vez se está estableciendo de una manera mayor que las empresas estén descentralizando el proceso de la dirección estratégica y reconoce que la planeación debe incluir también a los gerentes y empleados de niveles inferiores. La planeación descentralizada tiene mayores efectos que la aplicada por los gerentes de línea y está reemplazando al concepto de planeación por medio de un equipo centralizado.

Según [5] La dirección estratégica permite a una empresa ser más analítica que de acción inmediata al definir su propio futuro, ya que la empresa tiene la posibilidad de iniciar e influir en las actividades, ejerciendo control en su propio destino.

Estableciendo un análisis y estudio del proceso administrativo de la empresa podemos identificar todo aquello que deseamos cambiar de las actividades de la empresa, así como algunas de sus funciones. Una de las primeras acciones es saber cuáles son las todas aquella accione que tiene la empresa en llevar a cabo. La identificación de la visión, misión, objetivos y estrategias existentes de la empresa es el punto de partida poseer la de su desarrollo como empresa misma de lo que toda empresa debe por lógica conocer de la dirección estratégica, porque la situación actual de una empresa podría excluir ciertas estrategias e incluso cambiar un curso en particular de acción. Cualquier empresa u organización, necesita de una misión, que es la declaración de su propósito. Esta declaración obliga a los gerentes a identificar qué es lo que tiene que hacer su empresa o negocio.

La misión obliga a los ejecutivos y administradores de la empresa a definir minuciosamente la distribución de sus productos o servicios como beneficios esperados por sus clientes actuales y potenciales. Una declaración correcta de misión proporciona la clave para precisar la razón de ser de la empresa y por lo tanto orienta todo el proceso de la planeación estratégica. Los componentes de la definición de una misión son el mercado de consumidores, el producto, la tecnología, la preocupación por sobrevivir, la ideología de la empresa, la auto conceptualización de la organización y su preocupación por la imagen pública.

Algo que debemos de considerar de una manera muy importante es identificar los objetivos generales y particulares, así como las estrategias para tener una base para establecer si éstos se deben modificar. Conocer los objetivos actuales de la compañía da a los gerentes la base para decidir si esos objetivos necesitan innovarse, diversificarse o alguna otra situación. Por los mismos motivos, es importante que los gerentes identifiquen las estrategias que se usan actualmente.

Según [7] Señala que las organizaciones creativas y con parcidad son aquella en la que los individuos son aptos de expandir su capacidad y de crear los resultados que realmente desean. En la organización inteligente se aplican las formas y patrones que fueron surgiendo a través de pruebas, errores y repeticiones, es decir se experimentó una y otra vez, de modo que, gracias a eso, las personas aprenden continuamente y en conjunto, formando parte de un todo.

Todos los objetivos que establecen en las empresas son esenciales para el éxito de la misma, porque establecen un curso, ayudan a la evaluación, producen una correlación, manifiestan las prioridades, permiten la coordinación y sientan las bases para planificar, organizar, dirigir y controlar con eficacia. Los objetivos deben ser cuantitativos, medibles, realistas, alcanzables y comprensibles.

Cada objetivo tiene una meta que obliga a la organización a trabajar unidos para su cumplimiento. La redacción de los objetivos de negocio es un verbo de acción infinito, una meta medible, cuantificable, retadora y realista y alcanzable en un período de tiempo”. [8].

Por lo general todas las organizaciones operan en base a una jerarquía de objetivos en los cuales se encuentra la maximización de su desarrollo como empresa misma. Otras operan con el objetivo secundario de ocupar el primer o segundo lugar en el mercado donde se compete.

Este conocimiento hace que la organización crezca y se innoven, hasta llegar a convertirse en empresas modernas. Para lograrlo, es necesario que la organización reconozca que necesidades tiene que satisfacer y que ambiente y técnicas apropiados deben implementarse. Esto también significa reconocer el hecho de que los períodos muy largos de retroalimentación positiva o la falta de buena comunicación pueden obstaculizar la aplicación. [9].

El análisis del entorno, se debe examinar tanto los entornos generales como aquellos más específicos para poder considerar los cambios necesarios y las preferencias de los consumidores, para poder señalar las oportunidades que la organización puede aprovechar y las amenazas con las que se puede encontrar y enfrentar. El papel que juegan las variables del entorno son vitales en la planeación estratégica y en la definición de la implantación de nuevas estrategias en la empresa. Los elementos del entorno definen las opciones disponibles para la administración de la corporación.

Respecto del comportamiento de las variables del entorno como son la política, sociedad, economía, tecnología, cultura, competidores, mercado, es necesario que los administradores conozcan las tendencias que tarde o temprano puedan influir o determinar, la existencia de la empresa misma. Una compañía exitosa es aquella que posea una estrategia que le permita un ajuste rápido y oportuno a los cambios del ambiente.

La consideración de otros factores importantes como son el proceso de administración estratégica es el análisis del ambiente operativo externo. Su objetivo consiste en identificar las oportunidades y amenazas [10].

Para realizar un detallado proceso de todas aquellas fuerzas que están integradas en el proceso administrativo y lo que nos lleva al desarrollo de todas las actividades que se generan dentro de todas y cada una de las organizaciones, empresa o negocios, para poder realizar este análisis deberemos considerar todo aquello que funcione como función de la empresa.

Definamos como fuerzas por todo aquello que consiste en la determinación de factores y entendamos como factores a las causas, circunstancia, elementos o componentes a que podrían tener injerencia de alguna manera en la empresa, are mención de algunas fuerzas que pudieran tener esa injerencia de alguna manera directa o indirectamente.

Las económicas. Estas hacen alusión a las macroeconómica, como las tasas de crecimiento del producto nacional bruto, la tasa de inflación, la tasa de interés, ingreso, ingresos per cápita, desempleo, devaluación y déficit fiscal entre otros.

Las sociales o culturales. Aquellas que más se mencionan son la de fecundidad, mortalidad, la migración, la contaminación, responsabilidad social, entre otros

Las políticas o legales. Especialmente cuando dependen del gobierno. Especialmente en operaciones en otros países, cuando se va a abrir un negocio, como son los permisos o licencias del negocio.

Las tecnológicas. La revolución tecnológica los cambios y descubrimientos producen un fuerte impacto en las empresas, los adelantos revolucionan las operaciones de negocios sobre todo en industrias de la transportación, servicios públicos, atención médica, la energía eléctrica, las computadoras.

Para estimar y tener en cuenta este tipo de estrategias y poder generarlas y después poder elegir aquellas que podría ser las apropiadas primeramente Identificar y evaluar las estrategias opcionales que debe implicar a muchos de los gerentes y empleados que previamente armaron el enunciado de la misión de la organización, realizaron la auditoria externa y ejecutaron la auditoria interna. En este proceso se deben incluir a representantes de cada uno de los departamentos y divisiones de la empresa, al igual que de las demás actividades para formular estrategias.

Considerando que todos aquellos que participen estas actividades para analizar y elegir estrategias deben tener a la mano la información de las auditorias interna y externa. Esta información, sumada al enunciado de la misión de la empresa, ayudará a que los participantes concreten sus estrategias particulares que, en su opinión, brindarán más beneficios a la empresa. En este proceso de razonamiento se debe propiciar la creatividad. Las estrategias alternativas propuestas por los participantes se deben analizar y discutir en una junta o en una serie de juntas. Las estrategias propuestas se deben llevar por escrito.

En este sentido se explica, que para que una estrategia logre ser necesaria que vaya acumulando capacidades, sentidos y habilidades, esto es implica almacenar experiencias. Mientras mayor sea el cúmulo de experiencias de individuos, sistemas u organizaciones, mejor será el resultado, por lo tanto, se puede decir que es la experiencia aplicada a los sistemas de acciones son las que mejor le permitirán alcanzar sus objetivos. [11].

Todas las estrategias que concederemos para el establecimiento de las mismas tendrán que tener un marco de referencia que nos permita formular las estrategias de una manera que puedan ser integradas en lo que requerimos para la empresa. Una vez que se han formulado las estrategias, éstas se deben implementar. No importa qué tan bien haya planeado una organización sus estrategias, el desempeño se verá dañado si las estrategias no se implementan de manera adecuada.

Se deberá de considerar que llevará un seguimiento exhaustivo, en todos los órdenes de la organización y que se puedan tomar decisiones alineadas con la estrategia. De esta evaluación de resultados tiene una importancia crítica, fundamentalmente, cuando se trata de alinear los objetivos de la organización, la estrategia acordada para su realización y el rendimiento operacional necesario para ejecutarlas.

De ahí que para la empresa deba hacerse en forma integral, es decir, el funcionamiento de la organización se debe estudiar en relación con las interacciones que lleva a cabo con el ambiente que rodea a la organización misma, incluyendo en ese estudio al factor humano que lo compone.

Define [12] a las organizaciones como aquellas que crean una actividad idónea para que los procesos permitan a todos los integrantes aprender de forma consciente de su trabajo. Lo que permite adquiera en

el lugar que sea necesario de manera tal que pueda ser utilizado por la organización y que esto pueda ser transformado constantemente.

III. CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que a continuación presentamos es que en cuanto al establecimiento de la planeación estratégica nos lleva a que todo aquello que tengamos para mejorar todo lo que requiere para que el negocio funcione de la mejor manera en que el dueño desea para su beneficio en lo general es para que esto mismo se considere como un plus de mejora continua para la organización en el negocio y el personal, lo más es el importe el cliente que es la persona que hace que el negocio funcione y se desarrolle

Otro punto importante es que los clientes nos permiten conocer, que en lo que respecta al negocio una gran parte ellos están contentos con la empresa, el servicio y los productos. La percepción que tienen los clientes de la empresa de abarrotes es que tiene precios competitivos, ofrece productos de calidad y tiene muy buen servicio al cliente, sin embargo, está fallando en la existencia de ciertos productos que no se tienen considerados en su línea de productos

También se consideró que los clientes compran los productos ellos mismos, los compran con una frecuencia de semanas o por meses y la mayor parte de ellos lo hacen de una manera personal. La mayoría de los clientes, especialmente aquellos que son fieles al negocio están dispuestos a hacer sus compras en línea.

Las principales características que los clientes quieren son el precio, calidad de los productos la marca de los productos y que se tenga en condiciones de disponibilidad inmediata. Otra de las condiciones es la marca de los productos más usada en el área de los abarrotes como son las marcas líderes del mercado y muchas más, debido a su calidad y la información de los productos que ofrece la marca.

REFERENCIAS

- [1]. Dalmau (1993). Fundamentos teóricos de la Dirección Estratégica. Valencia: Real Sociedad Económica de Amigos del País.
- [2]. Senge, P. (1992). La Quinta Disciplina: Como impulsar el aprendizaje en la organización inteligente. España: Juan Granica
- [3]. Diez, V. O. (Mayo de 2005). Retos y Desafíos de las Universidades Latinoamericanas Frente a la Globalización. Recuperado el 18 de Febrero de 2011, de AHU Latinoamérica
- [4]. Miklos, Tomás y Tello, María (2003). Planeación Prospectiva: Una estrategia para el diseño del futuro. México: Limusa
- [5]. David, Fred. (2003). Conceptos de Administración Estratégica. México: Pearson Educación. 9na Edición.
- [6]. Bravo, Juan (2009). Reingeniería de Negocios. Santiago de Chile: Editorial Evolución
- [7]. Senge, P. (1992). La Quinta Disciplina: Como impulsar el aprendizaje en la organización inteligente. España: Juan Granica
- [8]. Argyris, C. &. (1996). Organizational Learning, . Boston, Mass: Addison Wesley
- [9]. Álvarez, Martín. (2006). Manual de Planeación Estratégica: la Metodología de Consultoría más práctica para crecer en un ambiente competitivo. México: Panorama Ediciones
- [10]. Galarza, Alejandro (2007). Proceso de administración estratégica y creación de la estrategia
- [11]. Rodríguez, R. R. (2007). ¿Qué son las organizaciones inteligentes? Recuperado el 17 de Mayo de 2011, de EGCTI
- [12]. Garratt, B. (1994). The Learning Organisation. USA: Harper-Collins