

Planeación Para Planear

Es impredecible asegurar el compromiso por parte de la cúspide organizacional para lograr la planeación estratégica y lograr conciencia acerca de los aspectos que demandará, como tiempo, recursos y esfuerzo.

En esta primera labor se escudriñan ideas como las siguientes:

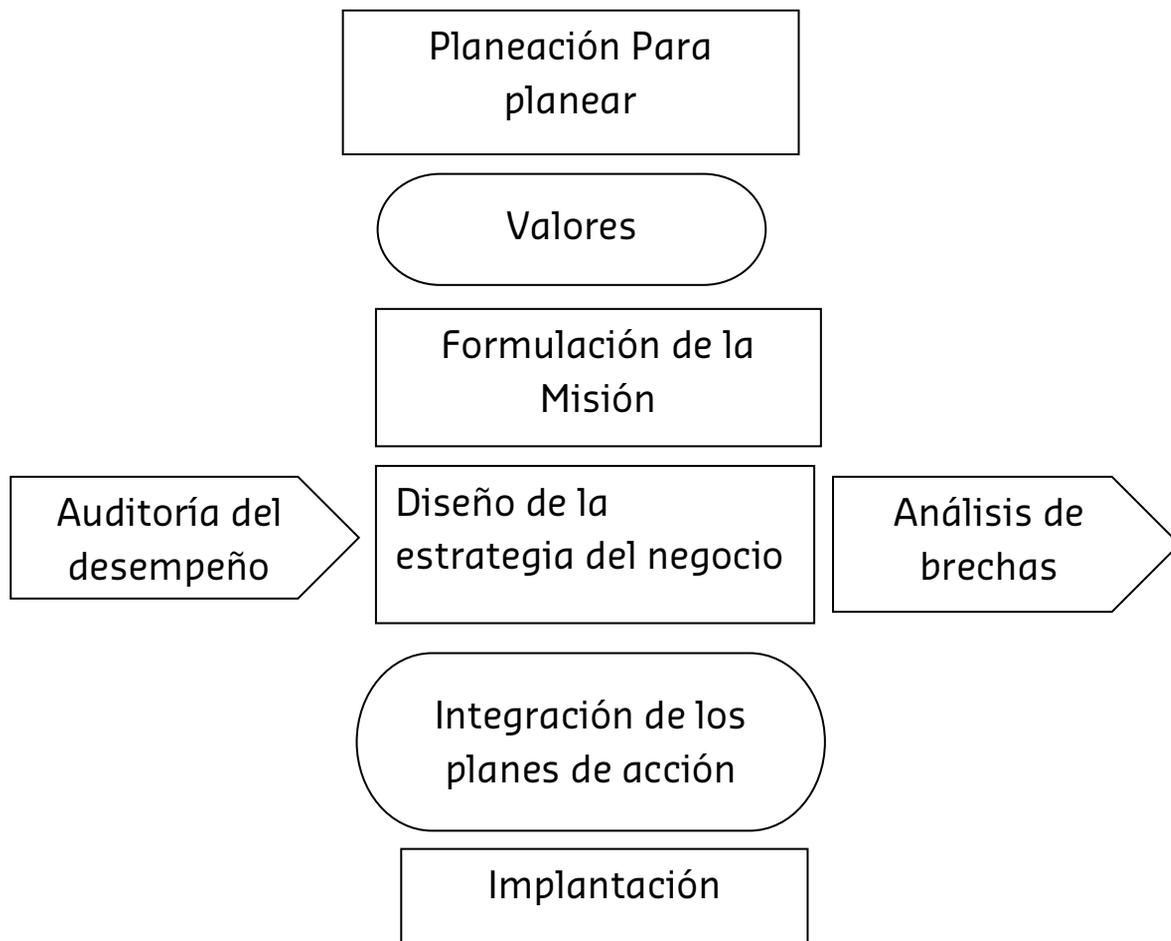
- ¿Quién debe involucrarse en el proceso de planeación?
- ¿Qué grado de compromiso existe para tal efecto?
- ¿Con cuánto tiempo se cuenta y cuánto tiempo consumirá?
- ¿Qué información es necesaria para planear exitosamente?

Es indispensable conformar un equipo de planeación, en el cual los altos directivos suman un papel destacado, además del personal clave. Así como un grupo representativo de la organización que exprese sugerencias relativas a este primer paso.

Monitoreo del entorno. Implica el análisis de los factores del entorno que pudieran influir en la empresa e incluye evaluaciones referentes al macroentorno, entorno industrial y la competencia.

Comúnmente se le ha llamado análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

Planeación Para Planear



Referencia:

Modelo de planeación estratégica (Goodstein, Nolan y Pfeiffer).

Planeación Para Planear

Este monitoreo deberá ser continuo e integral, y proporcionará información valiosa para la actividad de planeación, de tal forma que se incurrirá en menos imprevistos y errores, además de optimizar la funcionalidad del proyección a futuro de la organización.

- **Macroentorno.** Incluye aspectos demográficos, tecnológicos, económicos, políticos, sociales, culturales y financieros; además del análisis de las amenazas y oportunidades.
- **Entorno industrial.** Estructura de la industria, del giro o rama, forma en que se financia, presencia regulatoria gubernamental, productos que se comercializan y estrategias habituales.
- **Entorno competitivo.** Perfiles del competidor, sus productos y servicios, investigación, desarrollo en el mercado y segmentación del mismo.
- **Entorno organizacional interno.** Estructura de la empresa, niveles de eficiencia, fortalezas, debilidades, recursos, talento innovador, nivel de aprendizaje organizacional, historia y ciclo de vida de la misma y, en general, situación actual.

Planeación Para Planear

FILOSOFIA EMPRESARIAL

Ser una empresa ejemplo que lleva el modelo que promueve en lo interior y da prioridad a:

Libertad – Oportunidades – Respeto – Integridad – Fraternidad

Se coincidiera que la sinergia de las personas es más que la suma de sus partes.

Valora más la creatividad e innovación como motor de la organización para encontrar siempre modelos y conceptos que ayuden en el conocimiento de las personas y las instituciones.

Creemos que el valor del cliente como ente individual con situaciones y circunstancias diferentes que lo hacen único e irrepetible.

Referencia:

Llanos J. (2009). Bases de Administración. México, Trillas.