

ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES APLICADAS EN LAS MYPIME



AUTOR

HUGO FABIAN LIZARAZO SUAREZ

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

ESPECIALISTA EN ALTA GERENCIA

Director:

EDUARDO PADILLA BELTRAN

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

PROGRAMA ALTA GERENCIA

BOGOTÁ, DICIEMBRE 2019

ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES APLICADAS EN LAS MYPIME

ORGANIZATIONAL STRATEGIES APPLIED IN THE MYPIME

Resumen

El presente ensayo tiene como fin dar a conocer la importancia de la estrategia organizacional aplicada en las pequeñas empresas (Mypime), con el objetivo de mostrar que toda organización pueda tener una estabilidad a nivel estratégico. Partiendo desde el análisis situacional o del entorno de la empresa, donde se validarán los factores externos como el macroambiente, microambiente, los factores internos que influyen y que pueden afectar la operación de una organización, enfocados en poder formular el propósito o el plan de direccionamiento de la empresa que se enmarcan en la misión, visión, valores corporativos, objetivos, metas y en el planteamiento del plan o mapa estratégico organizacional que permitirá generar valor a todos los colaboradores, maximizando y potencializando las habilidades y competencias para influir y afectar de manera positiva la expansión, crecimiento y sostenibilidad de la empresa durante el tiempo, dentro del mercado en el cual se desempeña y desarrolla la organización.

Palabras Clave: Estrategia organizacional, planeación, visión, misión, valores corporativos, Mypime.

Abstract

The purpose of this essay is to raise awareness of the importance of the organizational strategy applied in small businesses (Mypime), with the aim of showing that every organization can have stability at a strategic level. Starting from the situational analysis or the environment of the company, where external factors such as the macroenvironment, microenvironment, the internal factors that influence and that can affect the operation of an organization, focused on

being able to formulate the purpose or addressing plan will be validated of the company that are framed in the mission, vision, corporate values, objectives, goals and in the planning of the strategic organizational plan or map that will generate value to all employees, maximizing and enhancing the skills and competencies to influence and affect in a way positive the expansion, growth and sustainability of the company over time, within the market in which the organization operates and develops.

Keywords: organizational strategy, planning, visión, misión, corporate values, Mypimes.

Introducción

En la actualidad todas las empresas están en un nivel alto de competencia, debido a las exigencias de los clientes actuales por la derivación de nuevas tecnologías que han llevado a evolucionar los mercados. Muchas de estas empresas cometen varios errores, que les hace perder la visión de sus negocios y por lo tanto se hace necesario que cuenten con una estrategia organizacional por más pequeña o grande que sea la organización.

Por lo anterior, las empresas están obligadas a tener como soporte una estrategia organizacional que les permita tener una vista hacia el futuro con el fin de poder sostenerse y perdurar de manera competitiva en el tiempo. Muchas organizaciones Mypimes deben desarrollar las habilidades y conocimientos que les permita identificar dentro de su entorno los factores internos que necesitan cambiar para poder ser competitivos dentro del mercado de la tecnología, apalancándose en la gestión estratégica como la herramienta para la administración de los negocios de la compañía, esto será esencial porque todos los empleados participaran en la consecución y obtención de mejores resultados para la empresa, convirtiéndola en una organización

diferenciadora y mostrando una ventaja competitiva sobre otras empresas Mypimes que no cuenten con una estrategia organizacional estructurada y alineada al propósito de sus negocios.

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente documento está enmarcado en dar respuesta a la pregunta que se establece en el título ¿Cómo diseñar estrategias organizacionales aplicadas en las Mypimes? y en mostrar la importancia de la estrategia organizacional para lograr una nueva visión del negocio hacia el futuro alienada en los aspectos que hoy en día marcan la diferencia en una empresa como son la misión, la visión, la planeación, el liderazgo que se convierten en el soporte para enfrentar los retos diarios que se presentan en el mercado y ayudan en el proceso de toma de decisiones de la empresa.

Con base en todo lo anterior, el presente ensayo, que tiene como objetivo plantear y proponer los elementos básicos que se necesitan para diseñar una estrategia organizacional aplicadas en las Mypimes y de esta forma aportar en la construcción en la que se realiza la gestión empresarial que pueden llegar a impactar de forma positiva a una organización y que ayuden en la toma de decisiones.

El proceso metodológico para desarrollar el presente documento será en tres fases. En la primera fase se realizará la revisión del material bibliográfico relacionado con la estrategia organizacional, en la segunda fase se mostrará los datos del estudio realizado para luego en una tercera fase realizar la propuesta de una estrategia organizacional aplicable en una empresa de tecnología Mypimes y por último se presentarán las conclusiones.

ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES APLICADAS EN LAS MYPIME

Estrategia

La estrategia, es la parte fundamental para obtener los objetivos esperados por una organización, esto conlleva a que se debe definir una estrategia con un conocimiento del entorno donde se quiere incursionar, se debe dimensionar y trazar los objetivos claros y sencillos lo que permitirá una implementación exitosa de la estrategia planteada. Es por esto por lo que Clausewitz, K. V. (2002), en uno de sus libros, presenta como se origina el concepto de la estrategia, donde resalta que desde “el ámbito militar se genera la estrategia como la combinación de las tácticas para alcanzar el objetivo de la guerra”. (p.99)

No obstante, la estrategia también se define como la consecuencia de la acción que a su vez es una decisión, una elección y una apuesta. Lo anterior, hace referencia a que todo parte desde una decisión inicial que finalmente conlleva a que se aplique la estrategia dentro de una organización, evaluando los diferentes escenarios con el fin de poder mitigar la incertidumbre y los riesgos asociados a su cumplimiento para lograr la meta y objetivo propuesto. (Morin, 1994)

En consecuencia, de lo anterior, contar con una estrategia dentro de una organizacional, es habilitar la capacidad de poder analizar y visualizar los retos dentro de los mercados que se deben implementar para proyectar la obtención de resultado y anticipando las causas y los riesgos que pueden llegar afectar el buen funcionamiento de una empresa. Esto es importante resaltarlo porque sirve como estrategia para afrontar cualquier tipo de situación, inconveniente o problema que se pueda presentar duran el desarrollo y crecimiento organizacional.

Teniendo claro la definición anterior de la Estrategia, se continuación se aborda los planteamientos de la estrategia organizacional.

Estrategia Organizacional

La estrategia organizacional es un proceso que estructura el direccionamiento de una empresa permitiendo integrar todas las áreas funcionales de la organización, planteando cómo será el propósito de la compañía con una vista hacia el futuro, estableciendo el plan estratégico que requiere la empresa para identificar de manera anticipada las dificultades que se pueden llegar a presentar durante el tiempo, esto permite mitigar los riesgos que puedan afectar los objetivos y metas trazadas por una empresa. Adicional a lo anterior es importante mencionar que la estrategia organizacional es influye en la forma en que se ejerce los cargos de presidentes, gerentes, líderes, directores y todos los niveles que componen una organización.

Es por lo anterior, que, al realizar la investigación del concepto o definición de estrategia organizacional, se evidencio que existen muchas definiciones que siempre llegan al mismo concepto, el cual es, el cómo se define y se realizara la implementación del propósito de una organización para lograr los objetivos propuestos a corto, mediano y largo plazo. Así mismo se hace necesario citar algunos autores quien definen la estrategia organización como:

Sanchez (2003), afirma en la revista de administración de negocios que, sin la estrategia organizacional, “las empresas pierden energía y cometen muchas equivocaciones en su camino. Por lo tanto, un plan estratégico es tanto o más necesario para una empresa pequeña o mediana como para una grande”.

Es por anterior, que la Estrategia Organizacional hace parte de la estructura de una organización y se compone de los factores que encaminan a una organización tales como misión, visión, valores corporativos y plan o mapa estratégico. Esto quiere decir, que la estrategia organizacional es una secuencia de la ejecución de acciones sincronizadas de toda la organización,

donde se debe tener en cuenta los aspectos del cumplimiento de los objetivos y las metas propuestas a conseguir, toma de decisiones, cual es el fin de la operación de la empresa y la disposición al cambio constante de los mercados.

Por otra parte, para un mejor entendimiento del tema que se está desarrollando, se debe definir el concepto de misión:

Según Aubert (1991), “la misión debe permitir a los individuos ser emprendedores, es la que define la razón de ser de una empresa y el motivo por el cual fue creada”, es decir, que la misión debe definir cuál es y será el propósito de la empresa y se debe generar con las características enfocadas en el compromiso, cooperación, el cambio, y sobre todo con la principal meta que es la de satisfacer a los clientes con los productos y servicios ofrecidos

Adicional a lo anterior, para definir la misión de una empresa es importante se tenga en cuenta los factores que darán la guía para poder plantear el propósito de la organización:

Tabla 1. Factores que definen la misión de la empresa

¿Quiénes somos?: Cual es el propósito de crear la empresa y su objetivo.	MISIÓN
¿Qué hacemos?: Como aportara la empresa en el sector al que pertenece y que valor generara a sus clientes.	
¿Para qué lo hacemos?: Cual es el objetivo de los productos y servicios que se ofrecen cual es el fin de estos.	
¿Para quién lo hacemos?: Siempre tendrá que dirigirse un nicho de mercado al cual se le ofrecerán los productos y servicios.	

Fuente: Elaborado por el autor

Así mismo, también es importante definir el concepto de la **visión** de una empresa, donde Phillips (1994), asegura que la visión debe mostrar la realidad y la relación de las amenazas y

oportunidades que se puedan tener del entorno, con los recursos que dispone la empresa. Lo que quiere decir, que la visión muestra el camino que quiere seguir la empresa en un largo plazo definiendo así su crecimiento y sostenibilidad en el tiempo, lo que permitirá establecer la identidad, proyección de la imagen corporativa y la base para establecer la cultura organizacional.

Por otra parte, se hace necesario abordar el significado de los objetivos organizacionales, los cuales deben ir alineados con la visión y la misión de la empresa que ya se definieron, donde se deben incluir los siguientes factores que dan soporte a los objetivos, estos son: según, Pérez & Arranz (2012), donde el objetivo es satisfacer las necesidades del presente y del futuro, el propósito de la empresa que sirvan como unidad de medida y control dentro de la organización y mitigar el nivel de inseguridad que se pueda presentar.

Por su parte, Certo (1984) afirma que, los objetivos organizacionales son las metas hacia las cuales se enfoca la administración de la organización, por lo cual, existen diferentes medios para lograr alcanzar los objetivos de la organización, esto se traduce a que, si una compañía cumple sus objetivos, simultáneamente cumple con su propósito y justifica la razón de ser de la empresa, ocasionando una influencia sobre sus empleados con el objetivo de generar sentido de pertenecía y motivación para la consecución de las metas propuestas.

Con base en lo anterior, hay que mencionar que la planeación estratégica es la parte del proceso donde se establece la planeación para poder alcanzar los objetivos y metas propuestas por la organización. Esto quiere decir que debe ser aplicada de forma transversal en todas las líneas de negocio que componen la empresa, con el fin establecer la estructura de direccionamiento que se debe seguir al interior, trazando como meta alcanzar los propósitos de crecimiento económico,

fortalecimiento de la calidad de desarrollo del personal y la capacidad de implementar nuevas tecnologías.

Para tener una buena planeación estratégica, se debe tener en cuenta que hay que diferenciar la planeación de la estrategia, donde la planeación es la que organiza y direcciona los objetivos que se quieren conseguir, mientras que la estrategia es la que se encarga del análisis frente al constante cambio que viven las empresas por la evolución de los mercados, es decir, que se evalúa si la organización ha sido competitiva, que tanto valor le ha generado a los clientes y si se requiere de una nueva línea de negocio para satisfacer las necesidades o exigencias de los consumidores.

Para profundizar más acerca de la estrategia organizacional, se realizó un estudio a empleados de dos Mypime del sector de la tecnología, para conocer la percepción que tienen acerca de la estrategia organizacional, alienada a los aspectos de la misión, visión, objetivos y valores corporativos, es por esto que para recopilar la información se aplicó una encuesta que se estructuró en la cuantificación de cada una de las preguntas estableciendo una asociación entre los aspectos básicos con la estrategia organizacional.

Por lo tanto, la encuesta se define como una técnica que utiliza procedimientos de investigación mediante los cuales se recolecta y analiza los datos de una muestra seleccionada de una población, del cual se pretende explorar, identificar, explicar o predecir una serie de comportamientos de la humanidad. (Ferrando M, 1993)

Es por lo anterior, que por medio de la encuesta se pueden lograr realizar los análisis correspondientes dentro de un estudio que permitiendo recopilar la información que se transformara en las diferentes decisiones que se tomen desde alta gerencia.

Es por lo anterior, que en la siguiente tabla se presentan los resultados de la encuesta realizada para cada una de las preguntas:

Tabla 2. Resultado del estudio de la estrategia organizacional

No.	Pregunta	Análisis
1	¿Conoce usted el concepto de Estrategia Organizacional?	De los resultados obtenidos, se identificó que el 66 % de los colaboradores encuestados afirman conocer el concepto de estrategia de organizacional, sin embargo, el 34% asegura no conocer dicho concepto, es importante mencionar que este porcentaje lo representan los empleados que pertenecen a cargos operativos y algunos de cargos administrativos medios.
2	¿Cree usted que la empresa cuenta con una estrategia organizacional que les permita a sus empleados contribuir con los objetivos de la empresa?	Para esta pregunta se logra determinar que el 64% afirma conocer que es la estrategia organizacional, pero el 36 % menciona que la empresa no cuenta con este tipo de estrategias que contribuya a los objetivos de la empresa, esto debido a que no ven la asociación entre la estrategia y sus objetivos organizacionales para la obtención de buenos resultados de la compañía
3	¿Se siente usted identificado con la misión y el propósito de la organización?	De los empleados encuestados el 72 % se sienten identificados con la misión de la empresa, al expresar que cada rol desempeñado contribuye a la aplicación y cumplimiento de la misión o propósito de la organización. Sin embargo, el 28% afirman que no se cumple en su totalidad el propósito de la misión de la organización porque no se conoce con claridad la estrategia organizacional establecida por la empresa.
4	¿Recomendaría a su organización como un buen lugar para trabajar?	El 84 % de los empleados de las dos Mypimes mencionan que recomendarían a la empresa como un buen lugar para trabajar. Por otra parte, el 16 % afirma

	que no la recomendaría porque no ven una estrategia organizacional definida.
5	<p>¿Tiene los recursos, equipos, materiales y herramientas necesarios para realizar de forma adecuada su trabajo?</p> <p>El 76 % de los empleados asegura que cuentan con las herramientas necesarias para desempeñar su labor diaria, sin embargo, el 24 % afirma que requieren herramientas que estén alienadas con las nuevas tecnologías para poder desempeñar su trabajo de manera más ágil.</p>
6	<p>¿Siente que puede opinar y aportar ideas dentro de la organización?</p> <p>Al ser empresa Mypime, existe oportunidad de que los empleados puedan transmitir sus ideas las cuales son tenidas en cuenta en su mayoría, esto se puede evidenciar con el 72% de los encuestados donde manifiestan que sus aportes son tenidos en cuenta para el desarrollo de los diferentes temas de que maneja la organización.</p>
7	<p>¿Existe un plan de carrera que le permita tener un crecimiento dentro de la organización?</p> <p>Para esta pregunta, se pudo evidenciar que el 76% de los empleados tienen identificado y pertenecen al plan de carrera dentro de la compañía, lo cual les permite tener una proyección de crecimiento en un tiempo determinado. No obstante, el 24% de los empleados afirman no conocer que la empresa cuenta con un plan de carrera establecido que les permita avanzar y crecer profesionalmente.</p>
8	<p>¿La estrategia organizacional se ve reflejada en los resultados obtenidos por la empresa?</p> <p>En cuanto a los resultados obtenidos por la empresa, el 48% de los empleados indican que la estrategia organizacional ha contribuido a la obtención de buenos resultados. Sin embargo, el 18% indica que los resultados de la compañía no dependen de la estrategia organizacional sino del compromiso de cada uno de los colaboradores según su desempeño.</p>
9	<p>¿Están los valores de la organización alienados con la estrategia y cultura organizacional de la empresa?</p> <p>En cuanto a los valores de la organización, el 26 % de los encuestados indican que, si están alineados con la estrategia y cultura organizacional, pero el 60% de los empleados confirman no recordar los valores</p>

	corporativos y su asociación con la estrategia organizacional. Esto refleja la falta de interiorizar la importancia de la estrategia organizacional al interior de la compañía.
10 ¿Su lugar de trabajo es físicamente cómodo para realizar las actividades asignadas?	En cuanto a la comodidad del puesto de trabajo, el 86 % de los empleados afirma que cuenta con un puesto de trabajo cómodo que les permite desarrollar las actividades asignadas forma agradable, aunque el 14% indica que no cuenta con todas las condiciones óptimas para poder laborar esto se asocia a puestos de trabajo con poca luz y algunos riesgos ergonómicos por el estado de las sillas y puestos de trabajo.

Fuente: Elaborado por el autor

Dentro de las 10 preguntas realizadas, los datos más relevantes que se identificaron y que generaron impacto en los empleados de la empresa, es que el 18% afirma que la estrategia organizacional no contribuye ni influye en los resultados obtenidos, sino que se debe al fuerza de cada uno de los colaboradores. Así mismo el 36% aseguro que no conocen que es la estrategia organizacional y se logra identificar que la mayoría corresponde a cargos operativos seguidos de mandos medios.

Los datos anteriores, demuestran la importancia que toda empresa por más grande o pequeña que sea, necesita implementar la estrategia organizacional que dirija el propósito de esta, así mismo es necesario que la organización divulgue a sus empleados el plan estratégico con el fin de influir en las personas para que ayuden en la consecución en alcanzar los objetivos propuestos.

Es por lo que, Andrade (2005), explica la importancia de la comunicación organizacional y la define como el conjunto de mensajes que se intercambian entre cada uno de los miembros de una empresa, hacia el interior y exterior de la compañía.

Es por esto, que revisados y analizados los resultados de la encuesta se procederá a establecer una estructura de una propuesta de la estrategia organizacional para ser aplicadas en las Mypimes.

Para proponer la estrategia organizacional, se debe iniciar con el análisis situacional de la empresa donde se hay que validar los factores externos que influyen y afectan a las actividades u operaciones de la Mypime. Adicional se debe tener en cuenta los elementos, como el macroambiente, microambiente, y análisis interno, que permitirían identificar las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de la empresa a nivel interno.

En la siguiente tabla se podrá observar cuales son los factores que se deben validar en el análisis situacional de la empresa, partiendo desde los factores principales que son los ambientes, identificando los factores y asociando los elementos que pueden impactar cada uno de estos.

Tabla 3. Análisis situacional de una Mypime

	Elementos	Factores	Aspectos que intervienen
ANÁLISIS SITUACIONAL DE UNA MYPIME	Macroambiente	Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Avances tecnológicos • Software • Hardware • Tecnologías de comunicación • Implementación de procesos tecnológicos
		Social	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas • El desempleo
		Político	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Leyes • Normas • Decretos
		Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Cargas tributarias (Ley de Financiamiento) • Tasas de interés • Producto interno bruto (PIB) • Inflación • Tratados de libre comercio (TLC)

		Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Costumbres de acuerdo con la región del país. • Violencia
		Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos internacionales • Variación del precio del dólar • Inversión extranjera • Tratados de libre comercio (TLC)
	Microambiente	Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Personas, empresas o entidades que requieren un servicio. • Empresas Publica • Empresas Privadas • Personas Naturales • Empresas a nivel nacional e internacional
		Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de recursos • Bienes y servicios • Alianzas temporales • Certificaciones • Empresas especializadas en el mercado
		Competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Son todas las empresas a nivel nacional que ofrecen los mismos servicios. • Empresas con las que se compiten directamente • Compra de servicios más que de productos.
	Factores internos de la organización	Capacidad Directiva	<ul style="list-style-type: none"> • Representante Legal • Gerente General
		Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Control de los bienes de la empresa • Mantenimiento de los bienes de la empresa • Relación con los proveedores de bienes y servicios • Control de las áreas de la empresa • Pago de nomina
		Capacidad de Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del negocio • Planificación de nuevos productos • Recursos especializados • Desarrollo de Software • Control presupuestal • Comercialización de los servicios y productos.
		Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Liquidez y recursos financieros • Obligaciones Tributarias • Manejo del Flujo de Caja. • Estados Financieros

Fuente: Elaborado por el autor

Como se puede observar en la tabla anterior, para poder determinar el análisis situacional de una empresa es necesario analizar todos los factores externos que pueden afectar la organización y así mismo determinar los elementos de los factores internos de compañía, porque de estos se puede generar el valor agregado y el impulso de la empresa para poder ser competitiva en el mercado al cual pertenece la organización. adicional el tener definido los procesos permitirá la sincronización de cada una de las áreas que conforman la organización, ocasionando que se genere un producto o servicio que harán parte de un portafolio de servicios y la experiencia adquirida, el cual será la carta de presentación de la Mypime ante sus posibles clientes.

Con base en el análisis situacional de la empresa, se debe realizar la validación del entorno externo y el diagnóstico de la operación interna de la compañía y debe establecer la identificación las fortalezas de la compañía donde se muestra que a pesar del tamaño de la empresa (Mypime), se pueden ofrecer servicios de calidad y que pueden aportar valor agregado a sus clientes, contando con un equipo humano de trabajo fortalecido en los valores corporativos y los objetivos organizacionales que les permitirán superar y las debilidades detectadas que al lograr transformarlas, el negocio podrá expandirse y sostenerse con más estabilidad en el tiempo, todo alineado a la estrategia organizacional.

Por otra parte, frente a las oportunidades la empresa, marcan el comportamiento y son un buen indicio de cumplimiento de los objetivos de la organización y hacen parte para afrontar las amenazas que se identificaron en los factores externos y que pueden llegar a impactar a la organización de forma positiva o negativa.

Continuando con la propuesta de la estrategia organizacional, se debe establecer la misión y la visión de la empresa, teniendo en cuenta las siguientes características:

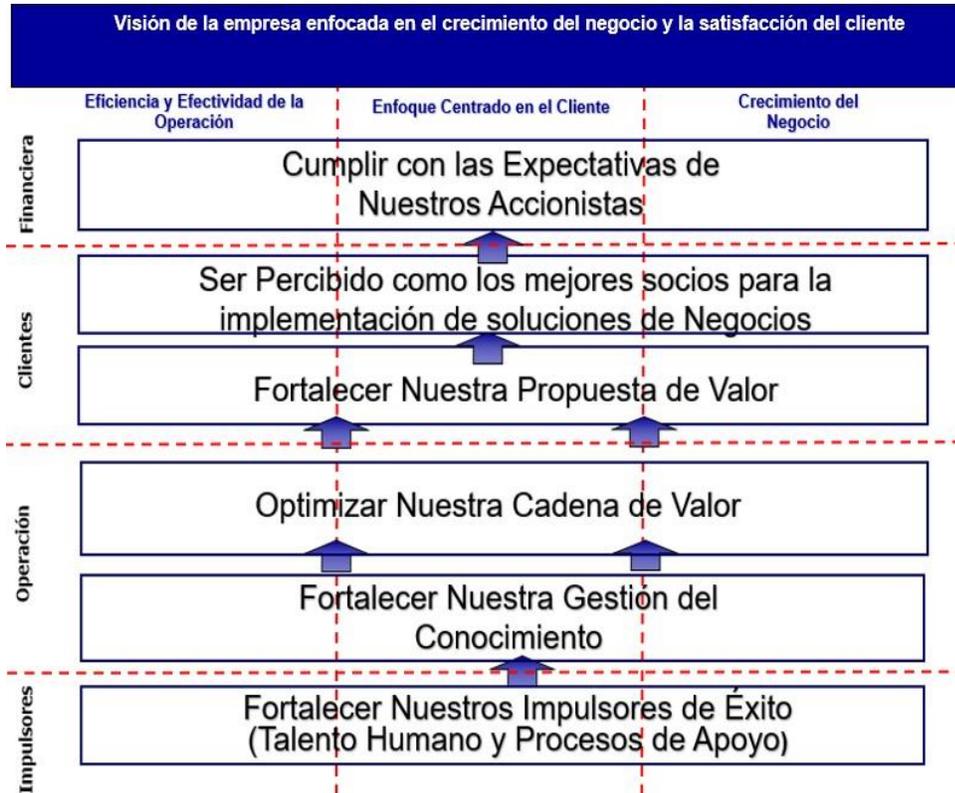
Para definir Misión: Es importante tener claro cuál será el propósito para el cual fue creada la empresa y demuestre el nivel de compromiso, cooperación, el enfoque a hacia sus clientes y el lineamiento del cambio hacia la evolución del negocio.

Para definir la Visión: hay que saber cual es el camino que se quiere seguir para lograr las metas y objetivos a corto, mediano y largo plazo, debe estar enfocada en el crecimiento del negocio, en la sostenibilidad y sobre todo en darle una identidad a la organización que permita proyectar a modo general la cultura y los valores organizacionales sobre los cuales se rige la compañía.

El alcance de los objetivos organizacionales debe ir alineados con la visión y la misión de la organización, los cuales deben incluir los factores que dan soporte a los objetivos, que son el satisfacer las necesidades del presente y del futuro de la empresa, el propósito para utilizarlos como unidad de medida y control dentro de la organización y así mitigar la inseguridad que se pueda presentar al momento de realizar una toma de decisiones. Una vez definida la misión y la visión, se puede establecer la interacción que existe entre la visión y el plan estratégico de la organización, lo cual permitirá dar un enfoque centrado en el cliente, en el crecimiento del negocio y en la eficiencia y efectividad de la operación de forma transversal a las acciones de largo plazo que la empresa concentrará en sus esfuerzos para crear y mantener las ventajas competitivas frente al mercado.

Es por lo anterior que en la siguiente ilustración se puede observar una forma de alinear la visión y el plan estratégico de la organización:

Ilustración 1. Plan estratégico alienado a la visión de la empresa



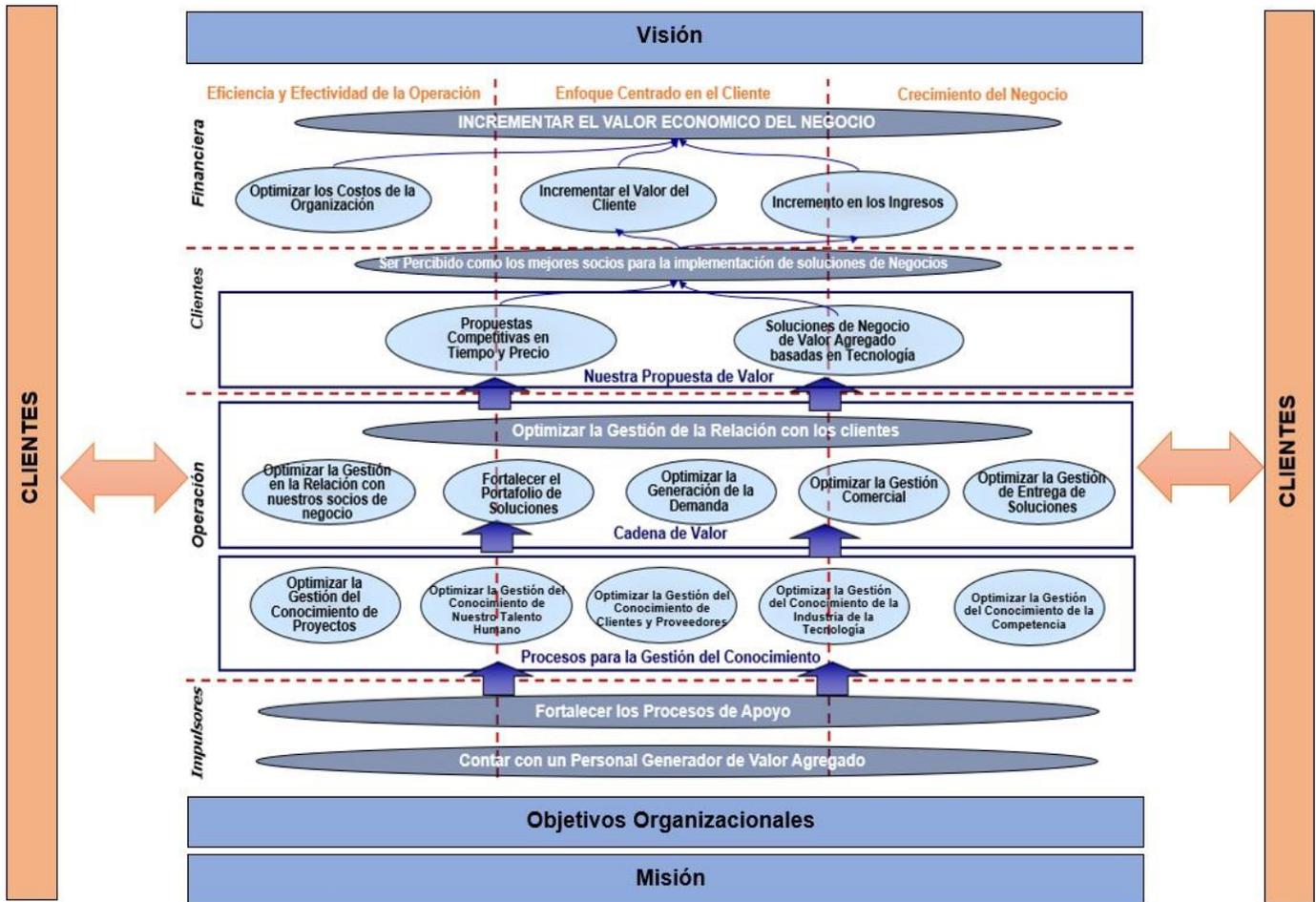
Fuente: Tomado como referencia del plan estratégico de Jagle IT S.A.S.

Como se puede observar en la ilustración anterior, los factores de esfuerzo que son los impulsores, la operación, los clientes, y financiero, están enfocados siempre en fortalecer, en optimizar y en cumplir el crecimiento del negocio, generando una propuesta de valor para satisfacer las necesidades de los clientes, con el fin ir ganando terreno en el mercado y ser reconocidos como los diferenciadores y mejores prestadores del servicio requerido.

Con base en lo anterior, se debe realizar la configuración del plan estratégico, donde determinaran los niveles jerárquicos de la empresa basados en el análisis situacional de la organización y el direccionamiento estrategia que se estableció anteriormente, donde se definió la misión, la visión, los objetivos organizacionales, plan estratégico y como resultado se obtendrá la estrategia organizacional para una empresa Mypime que le permita estructurar sus proceso internos

enfocados en la atención de los clientes y el crecimiento del negocio generando valor dentro del mercado. En la siguiente ilustración, se podrá observar como queda configurado la estrategia organizacional para una empresa que enfoca sus esfuerzos a los clientes:

Ilustración 2. Estrategia organizacional propuesta



Fuente: Tomado como referencia del plan estratégico de Jagle IT S.A.S.

De igual forma es importante tener en cuenta algunos factores transversales que resultan clave para el éxito de la estrategia organizacional, como, por ejemplo: Liderazgo, motivación, trabajo en equipo.

Según Yukl Gary (2008), el liderazgo hace referencia a la responsabilidad de establecer una buena estrategia que influya al trabajo en equipo, desarrollando y potencializando las habilidades de las personas que lo integran por medio de la comunicación que será el canal del éxito para un líder. Es por lo esto que un líder dentro de una organización debe ser la guía de los colaboradores conociendo las capacidades y alcances para resolver cualquier tipo de situación que se llegue a presentar.

Por otra parte, otro factor importante en el éxito de la estrategia organizacional es la motivación de los colaboradores frente a esta, donde, Amorós (2007), afirma que todo lo que puede influir a una persona repercute en su comportamiento generando las condiciones necesarias que llevaran a un empleado a tomar una decisión frente a una situación con el fin de satisfacer o dar solución a un problema o necesidad de un negocio o situación.

Adicional a lo anterior, es necesario resaltar, que resultado de la implementación de la estrategia organizacional se genera el trabajo en equipo lo que Katzenbach (1998), describe que el trabajo colaborativo, conlleva a que exista una responsabilidad individual y compartida de cada uno de los colaboradores, ocasionando que se comparta información para lograr obtener los productos y servicios por medio de la colaboración de cada una de las personas integrando equipos de trabajo de alto rendimiento que aporten a soluciones de problemas y cualquier situación que se presente

Teniendo en cuenta todo lo anterior, se puede determinar que la proyección a futuro de la empresa se debe a la implementación de la estrategia organizacional que permite sincronizar a toda una organización para lograr el cumplimiento de sus objetivos, la obtención de los resultados

esperados y la toma de decisiones que influyen en la alta gerencia, con el fin de operar con un fin y un propósito dispuesto al cambio constante de los mercados.

Conclusiones

Las Mypimes en la actualidad, deben tener un factor diferenciador que les permita ser competentes frente a grandes empresas, esto se logra implementando la estrategia organizacional porque se define la manera en que se puede direccionar una empresa, estableciendo la ruta que se debe seguir al interior de la compañía para enfrentar las exigencias del mercado y satisfacer las necesidades de los clientes.

Del estudio realizado se concluye, la importancia de la comunicación asertiva sobre la estrategia organizacional al interior de la empresa, con el fin de divulgar el plan estratégico en todos los niveles de la compañía, lo que conlleva que todos los empleados estén alienados con los objetivos organizacionales y de esta manera aporten la obtención de mejores resultados y a la expansión y crecimiento del negocio y su sostenibilidad en el tiempo.

En conclusión, la estrategia organizacional es un proceso que estructura el direccionamiento de una empresa generando la integración de todas las áreas que componen la organización, aportando en la toma de decisiones en los diferentes niveles jerárquicos de una empresa.

Implementar la estrategia organizacional proyecta a futuro a la empresa, generando valor agregado a los empleados en la forma en que desarrollan el trabajo individual y fomenta el trabajo en equipo, lo que conllevará a que se obtengan mejores resultados durante la ejecución de la operación para el desarrollo de los productos o servicios.

El presente ensayo, sirve como herramienta para que las Mypimes puedan tener una guía para la elaboración de una estrategia organizacional enfocada en la satisfacción de los clientes, en

la consecución de los objetivos y en el valor mas importante que es el desarrollo, crecimiento y aporte para cada uno de los empleados.

Referencias

- Amaya, J. A. (2005). *Gerencia: Planeación & Estrategia*. Casa del Libro.
- Amorós, E. (2007). *Comportamiento Organizacional*. Lambayeque - Perú.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: Proceso, disciplina y técnica*.
Netbiblo.
- Aubert, N., & Gaulejac, V. (1991). *Le coût de L'excellence*. Paris: Édition du Seuil.
- Certo, S. (1984). *Administración Moderna*. México: Interamericana.
- Clausewitz, K. V. (2002). *De la Guerra*. Librodot.
- Ferrando M, G. (1993). *Métodos y técnicas de Investigación*. Madrid: Alianza Universidad
Textos.
- Freedman, L. (2016). *Estrategia: Una Historia*. Londres: La esfera de los libros.
- Gary, Y. (2008). *Lidezago en las Organizaciones*. España: Pearson Prentice Hall.
- Hernández, G. C. (2017). *La Generación del Conocimiento en Estrategia Organizacional*.
Medellin : Universidad Sergio Arboleda.
- Hodge, B. J., Anthony, W. P., & Gales, L. M. (2003). *Teoría de la organización : un enfoque
estratégico*. España: Pearson Prentice Hall.
- Jagle IT S.A.S. (09 de 2016). *Jagle IT*. Obtenido de Jagle IT:
<https://jagleit.myfreesites.net/acerca-de-nosotros>

Katzenbach, J. R. (1998). El trabajo en equipo ventajas y dificultades.

Barcelona, España. Morin, E. (1994). *Introducción al Pensamiento*

Complejo. Barcelona: Gedisa.

Pérez, C., & Arranz, N. (2012). *Introducción a la organización y al diseño organizativo*. ESIC Editorial.

Phillips, N. (1994). *Nuevas técnicas de gestión*. España: Folio.

Quintero, J. S. (2003). Estrategia Integral para Pymes Innovadoras.

Revista Escuela de Administración de Negocios, 45.

Rubio, C. P. (01 de 07 de 2012). Gestion Estrategica Organizacional Aplicadas a las MyPimes.

Madrid, España, España. Obtenido de

<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2845/RubioClaudia2012.pdf?sequence=3&isAllowed=y>