

**BARRERAS QUE DIFICULTAN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
EN LAS ORGANIZACIONES**

**BARRIERS THAT DIFFICULT STRATEGIC PLANNING IN
ORGANIZATIONS**

**BARREIRAS QUE DIFICULAM O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
NAS ORGANIZAÇÕES**

**FERNÁNDEZ HURTADO _ Saúl Rick, MARTÍNEZ MARTÍNEZ _ Luz
Ángela, NGONO FOUA _ Regine Adele**

Postdoctor en Globalización y Desarrollo Regional, Center for Global Studies, Shanghai University. PhD., en Ciencias de la Administración e Ingeniería, Shanghai University. Email: saulrick@163.com, Colombia.

Profesional en Ingeniería Industrial, Departamento de Operaciones y Sistemas, Universidad Autónoma de Occidente, Email: angelamtz5th@hotmail.com, Colombia.

Ph.D., in Logistic Management and Engineering, Shanghai Maritime University – China. Master in international trade, East China University of Science & Technology, China. Email: reginemilena@yahoo.fr, China.

Recibido: 4 de marzo del 2019

Aprobación definitiva: 14 de julio de 2019

DOI: <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.192001.108>

RESUMEN

En la actualidad muchas pequeñas organizaciones en el siglo XXI fracasan debido a la falta de implementación de una planeación estratégica y a la inexistencia de un plan de negocios que les permita trazar las vías para alcanzar cada uno de sus objetivos y metas. Esta situación resulta bastante preocupante ya que, debido a esto son muchas las organizaciones que cesan sus actividades y

terminan yéndose a la quiebra perjudicando la economía y frenando el desarrollo nacional en el escenario actual (Siglo XXI). Es por esta razón que en este estudio se plantea mostrar la importancia del desarrollo de una planeación estratégica en las organizaciones y la implementación de un adecuado plan de negocios que proporcione estabilidad y éxito en sus actividades disminuyendo el riesgo que generan los mercados actuales. Dichos mercados son cada vez más competitivos, exigentes y agresivos. Solo las compañías que mejor estructuradas estén podrán competir y crecer, solidificar sus bases y posicionarse en los mercados. El estudio es realizado bajo el método de investigación reflexiva. Este permite indagar información real del mercado proporcionando resultados detallados de la situación actual de las organizaciones, permitiendo generar nuevas directrices correctivas que permitan suministrar alternativas de solución a las organizaciones. Como resultado, se logró ampliar el panorama actual de las organizaciones y la problemática que enfrentan encuestando a tres, del sector de “*Macrosnacks*” que proporcionaron información fundamental para la generación de soluciones.

Palabras clave: competitividad, planeación estratégica, plan de negocios, sostenibilidad, diferenciación.

JEL: L1, L60,R58,R11, O31

ABSTRACT

Actually many small businesses are currently failing in the century 21rst because of the lack of implementation of strategic planning and the lack of a business plan that allows them to chart the ways to achieve each of their goals and objectives. This situation is very worrying, because many companies cease their activities and end up going bankrupt damaging the economy and slowing down national development (century 21rst). It is for this reason that this research proposes to show the importance of the development of strategic planning in companies and the implementation of an adequate business plan that provides stability and success in their activities, reducing the risk generated by the current markets. These markets are becoming more competitive, demanding and aggressive. Only the companies that are better structured will be able to compete and grow, solidify their bases and position themselves in the markets. The research is done under the method of reflective research. This allows you to investigate real market information by providing detailed results of the current situation

of companies, allowing the generation of new corrective guidelines that allow companies to provide alternative solutions. As a result, it was possible to expand the current vision of the companies and the problems they face by surveying three of the “*Macrosnacks*” sector that provided fundamental information for the generation of solutions.

Keywords: competitiveness, strategic planning, business plan, sustainability, differentiation.

JEL: L1, L60,R58,R11, O31

RESUMO

Atualmente, muitas organizações pequenas falham devido à falta de implementação do planejamento estratégico e à falta de um plano de negócios que lhes permita traçar as formas de alcançar cada um dos seus objetivos e metas. Esta situação é bastante preocupante porque, devido a isso, há muitas organizações que cessam suas atividades e acabam indo à bancarrota, prejudicando a economia e atrasando o desenvolvimento nacional. É por este motivo que este trabalho pretende mostrar a importância do desenvolvimento do planejamento estratégico nas organizações e a implementação de um plano de negócios adequado que proporcione estabilidade e sucesso em suas atividades, reduzindo o risco gerado pelos mercados atuais. Esses mercados são cada vez mais competitivos, exigentes e agressivos. Somente as empresas mais bem estruturadas poderão competir e crescer, solidificar suas bases e posicionar-se nos mercados. O trabalho é feito sob o método de investigação reflexiva. Isso permite que informações reais de mercado sejam investigadas, fornecendo resultados detalhados da situação atual das organizações, permitindo gerar novas diretrizes corretivas que permitem oferecer alternativas de solução para as organizações. Como resultado, foi possível ampliar o atual panorama das organizações e os problemas que elas enfrentam ao examinar três do setor “*Macrosnacks*”, que forneceu informações fundamentais para a geração de soluções.

Palavras-Chave: competitividade, planejamento estratégico, plano de negócios, sustentabilidade, diferenciação.

JEL: L1, L60,R58, R11, O31

Antes de incursionar en actividades de exportación la organización debería evaluar si es necesario hacer una reinversión o una reingeniería de su compañía. Difícil es cuando el orden ya está montado y se han invertido muchos recursos. Sin embargo existen formas de generar mayor valor agregado tales como: diseño de nuevos empaques que funcionen para varios mercados, mayor coordinación de procesos; en resumen mayor inversión en I+D (Porter, 1990) que podrían convertirse en ventajas competitivas que desembocarían en índices de rentabilidad mayor y de sostenibilidad de la organización. Si la organización sabe buscar, encontrará por medio de la I+D, información acerca de las necesidades que los clientes poseen y nuevas técnicas de comercialización. Con el tiempo todo el conocimiento se suma y le resultará menos costoso adquirirlo a través de la investigación, que por su propia experiencia.

Por otro lado la capacidad de adaptarse a los nuevos requerimientos y exigencias del mercado, es una habilidad con la que no todas las compañías cuentan hoy en día. Es por esta razón que la planeación estratégica toma gran importancia, ya que dicha herramienta facilita a las organizaciones el entendimiento y la capacidad de generar estrategias en pro del cumplimiento de objetivos y metas, para finalmente lograr el éxito organizacional.

Finalmente, la relevancia que ha tomado las diferentes maneras de gestionar las organizaciones junto todas las estrategias y herramientas existentes, se ha ido actualizando a medida que la competitividad entre las mismas va aumentando, todo con el fin de obtener una ventaja competitiva que logre generar un valor agregado para la compañía y que finalmente pueda posicionarla como una organización reconocida a nivel nacional e internacional.

REFERENCIAS

- (1) Álvarez Torres, M. G. (2006). *Manual de planeación estratégica: la metodología de consultoría más práctica para crecer en un ambiente competitivo*. Panorama editorial.
- (2) Ávila Cifuentes, O., Félix Antonio, C. A., & Andrés Yesid, R. A. (2008). UNbizplanner: herramienta de software para preparar planes de negocios. *Ingeniería e Investigación*, 28(1), 154–161.
- (3) Blanco Gracia, S., & Segovia Vargas, M. de J. (2014). *Praxis del cálculo financiero*. Madrid.

- (4) Botello peñaloza, H. A. (2016). Las certificaciones de calidad y la internacionalización de las firmas industriales colombianas. *Suma de Negocios*, 7(2), 73–81. [En línea] Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.009>
- (5) Calvo Vérguez, J. (2011). *La experiencia de los presupuestos participativos en los entes locales*. Madrid.
- (6) Cárdenas, M., & Rozo, S. (2009). Informalidad empresarial en Colombia: problemas y soluciones. *Desarrollo y Sociedad*, (63), 211–243.
- (7) Escandon-Barbosa, D. M., & Hurtado-Ayala, A. (2016). Influencia de los estilos de liderazgo en el desempeño de las empresas exportadoras colombianas. *Estudios Gerenciales*, 32(139), 137–145. [En línea] Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.estger.2016.04.001>
- (8) Fernandez Hurtado, S. R., & Martinez Martinez, L. A. (2017). Internationalization of Colombian Firms: Competitive and Productivity as a Problem to Enter the Asian Market. *Asian Social Science*, 14(1), 183-192. [En línea] Disponible en: <http://doi.org/10.5539/ass.v14n1p183>
- (9) Fernandez, S. R. (2013). It Takes Two to Tango : Commercial Relation Beyond Of Bilateral Agreement , China and Colombia to Sign a Free Trade Agreement. *American Journal of Business and Management*, 2(4), 275–295. [En línea] Disponible en: <http://doi.org/10.11634/216796061302426>
- (10) González-Campo, C. H., & Hurtado Ayala, A. (2014). Influencia de la capacidad de absorción sobre la innovación: un análisis empírico en las mipymes colombianas. *Estudios Gerenciales*, 30(132), 277–286. [En línea] Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.estger.2014.02.015>
- (11) González Ramírez, M. de los R. (2001). *Sistemas de información para la empresa*. Universidad de Alicante.
- (12) Hernández y Rodríguez, S. J. (2011). *Introducción a la administración* (Quinta). México.
- (13) Hurtado, R. F. (2013). Initiative Analysis to Enter into Potential and Restricted Market : Small , Medium and Largest Enterprises Having Chance into a Virgin Market : Latin American (CELAC) and China (Practical , China Case). *International Journal of Business and Management*, 8(3), 103–122. [En línea] Disponible en: <http://doi.org/10.5539/ijbm.v8n3p103>
- (14) Lerma González, H. D. (2009). *Metodología de la investigación : propuesta, anteproyecto y proyecto* (Vol. Cuarta edi). Bogotá, D.C.: Ecoe ediciones.
- (15) Martín Armario, J., Ángeles Rastrollo Horriilo, M., & González Robles, E. M. (2009). La internacionalización de la empresa: El conocimiento experimental como determinante del resultado en mercados exteriores. *Cuadernos de Economía y Dirección de La Empresa*, 12(39), 123–149. [En línea] Disponible en: [http://doi.org/10.1016/S1138-5758\(09\)70037-4](http://doi.org/10.1016/S1138-5758(09)70037-4)

- (16) Martínez Carazo, P. C. (2010). *Pyme. Estrategia para su internacionalización.: EBSCOhost* (Primera). Barranquilla, Colombia: Ecoe Ediciones-Ediciones Uninorte.
- (17) Martínez Martínez, L. A., & Fernández Hurtado, S. R. (2018). Internal Communication Issues in the Firms: Does It Affect the Productivity? *Review of European Studies*, 10(2), 1-13. [En línea] Disponible en: <http://doi.org/10.5539/res.v10n2p1>
- (18) Mejía Argueta, C., Agudelo, I., & Soto Cardona, O. C. (2016). Planeación por escenarios: un caso de estudio en una empresa de consultoría logística en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 32(138), 96–107. [En línea] Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.estger.2015.12.004>
- (19) Mendoza, J. M. (2012). *Decisiones estratégicas : macroadministración*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- (20) Meza Orozco, J. de J. (2010). *Evaluación financiera de proyectos*.
- (21) Mintzberg, H. (1994, January). The Fall and Rise of Strategic Planning.
- (22) Ochoa Díaz, H., & Ríos Millán, A. M. (2011). Liderazgo, la competencia esencial que transformó una empresa colombiana en un gigante internacional: el caso de cementos Argos. *Estudios Gerenciales*, 27(121), 39-58.
- (23) Porter, M. E. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*.
- (24) Prieto Herrera, J. E. (2009). *Investigación de mercados*. Bogotá: Ecoe ediciones. [En línea] Disponible en: <http://doi.org/9789586486200>
- (25) Rozas Gutiérrez, S., Corredor Velandia, C., Lombana Coy, J., Silva Guerra, H., Castellanos Ramírez, A., González Ortiz, J., & O. (2013). Negocios internacionales : fundamentos y estrategias: EBSCOhost. : : 2 Edition, Revised Aumen. Barranquilla, Col : Universidad Del Norte, 404. [En línea] Disponible en: <http://doi.org/9789587413564>
- (26) S. Rick, F. (2014). Empirical Result on Firms' Cluster Integration: Should Firms Evolve beyond Their Region? *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(3), 204–211. [En línea] Disponible en: <http://doi.org/10.7763/IJTEF.2014.V5.372>
- (27) Sánchez, J. C. (2012). *Los métodos de investigación*. Ediciones Díaz de Santos.
- (28) Torres, M. G. A. (2006). *Manual De Planeacion Estrategica/ Manual of Strategic Planning*. Panorama Editorial.