



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**  
**DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:**  
**“PENSAMIENTO ESTRATÉGICO”**

**PRESENTADO POR:**

<b>CASTILLO ALEGRIA, GABRIEL ANTONIO</b>	<b>CA19040</b>
<b>MERLOS SANDOVAL, AZUCENA ELETICIA</b>	<b>MS19038</b>
<b>AGUILAR MATA, ALEJANDRA CLAIRE</b>	<b>AM 19089</b>

**CATEDRÁTICO:**  
**ING. ANTONIO ORELLANA**

**CARRERA:**  
**INGENIERÍA EN SISTEMA INFORMÁTICOS.**

San Miguel , El Salvador

Junio 2022

## que es pensamiento estrategico?

En los departamentos de Marketing se suele escuchar la expresión: “el pensamiento estratégico es el campo para planear el futuro sin que estorben las utilidades prácticas.”

Más allá de las barreras culturales y organizacionales que traban el desarrollo de una organización, el pensamiento estratégico se ve alentado por un conjunto de factores que tienden a favorecerlo.

El pensamiento estratégico es aquel que se centra en un enfoque orientado hacia el futuro. Tiene en cuenta una estrategia para conseguir algo en concreto, además de un plan de acción para lograr los objetivos deseados. Este tipo de pensamiento está muy relacionado con el sector empresarial, aunque se puede aplicar a cualquier otro ámbito.

Este tipo de pensamiento suele estar presente en determinados sectores como el marketing y los negocios. Sin embargo, no está únicamente relacionado con estos, sino que puede ponerse en práctica en cualquier área. Por ejemplo, en los deportes también es muy útil, ya que muchas actividades deportivas requieren de una estrategia para poder ganar.

## ¿Cuáles son las características principales del pensamiento estratégico?

Estas son las características más destacadas de este tipo de pensamiento:

**Determinar un objetivo:** Es necesario saber lo que se quiere conseguir para establecer una estrategia eficaz. Tener un propósito es imprescindible en el pensamiento estratégico.

**Punto actual:** Será necesario conocer la situación actual y lo que hace falta todavía para alcanzar la meta deseada.

**Determinar la estrategia:** Tras conocer los datos anteriores, habrá que establecer una estrategia para lograr llegar al objetivo de forma eficaz.

**Plan de acción:** Cuando se tiene clara la estrategia a seguir, habrá que determinar las acciones para llegar al objetivo. Elaborar un plan de acción será el siguiente paso para aproximarse a la meta.

**Monitorización:** Una de las características relacionadas con este pensamiento es la posibilidad de analizar los resultados de manera constante, valorando en todo momento lo que se está consiguiendo. Esto permite hacer cambios y ser flexible durante todo el proceso.

# Factores que favorecen el pensamiento estratégico

Estos **factores** son los siguientes:

- El **pensamiento corporativo** surge de la propia necesidad de la gerencia de coordinar las acciones de toda la compañía
- La **misión empresarial** con su esencial característica de ser global y ordenadora
- La función de **planeamiento y control**
- La **actitud de apertura** mental, de reflexión y participación en la toma de decisiones

Es vital impulsar **entornos favorables** que propicien el **desarrollo**. Los **factores** como aspectos institucionales, condiciones del mercado o el acceso al conocimiento permiten establecer diferencias en el crecimiento empresarial entre industrias, regiones o naciones.

El **pensamiento estratégico** es un **proceso dinámico, flexible**, que **permite** y hasta **fuerza modificaciones** en los planes, a fin de responder a las cambiantes circunstancias.

## Ventajas del pensamiento estratégico para la empresa:

- Obliga a los ejecutivos a ver el **planeamiento** desde una perspectiva macro, señalando los objetivos centrales, de manera que nuestras acciones diarias nos acerquen cada vez más a las metas.
- Mantiene a la vez el **enfoque en el futuro y el presente**, reforzando los principios adquiridos en la visión, misión y estrategias.
- Fomenta el **planeamiento** y la **comunicación**
- **Asigna prioridades** en el destino de los recursos.
- Mejora el **desempeño** de la **organización**.
- Permite a la **empresa enfrentarse** a los principales **problemas** de la organización, al cambio en el entorno y **ver las oportunidades y detectar las amenazas**.
- El **desarrollo** de una **planificación estratégica** produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, liberando recursos humanos y materiales, lo que redundará en la eficiencia productiva y en una mejor calidad de vida y trabajo para todos los miembros.
- Ayuda a mejorar los **niveles de productividad**, conducentes al **logro de la empresa**.
- Contribuye a la **creación y redefinición de valores corporativos**, que se traducen en:
  - Trabajo en Equipo
  - Compromiso con la organización
  - Calidad en el servicio
  - Desarrollo humano (personal y profesional)
  - Innovación y creatividad
  - Comunicación
  - Liderazgo

## ¿Qué factores influyen sobre el bienestar presente y futuro de las organizaciones?

Todo planteamiento estratégico en una organización, tiene que saber dar respuesta a esta pregunta. La organización existe en el contexto de un complejo mundo comercial, económico, político, tecnológico, cultural y social. La comprensión de los efectos del entorno en la empresa es de importancia capital para el análisis estratégico y es una de las tareas fundamentales, por la amplia gama de variables del entorno para las empresas.

## Las influencias del entorno y de los recursos sobre la organización han de interpretarse a través de las expectativas que de ellas tengan las empresas:

1. **Crecimiento interno u orgánico.** La vía más usual para alcanzar el objetivo de crecimiento de una empresa es tratando de obtener la mayor rentabilidad posible de los recursos internos de la empresa, a través del aumento de la productividad.
2. **Crecimiento externo.** Existe la posibilidad de alcanzar un mayor tamaño de la empresa a través de fusiones, concentraciones, absorciones y acuerdos de cooperación o alianzas con terceras empresas.

## El análisis del entorno.

El **entorno** es el conjunto de hechos y factores externos a la empresa relevantes para ella, con los que interacciona y sobre los que puede influir, pero no controlar, que se concretan en un conjunto de normas y relaciones establecidas que condicionan su actividad.

Los **recursos** son objetos, elementos o componentes controlables por la organización, es decir son los factores o activos que ésta posee para llevar a cabo su actividad. Dichos recursos pueden ser físicos, humanos, tecnológicos u organizativos.

Las **capacidades** encarnan la manera de hacer las cosas, de manejar los recursos y representan la habilidad para solventar algunos problemas o hacer bien determinadas actividades.

## La manera en que se emplean los recursos y capacidades depende de cuatro factores genéricos:

1. Eficiencia
2. Calidad
3. Innovación
4. Satisfacción

El microentorno de la empresa lo conforman todos aquellos factores que afectan de una forma más directa a la relación de intercambio. Éstos son:

- Los proveedores
- Los intermediarios
- La competencia
- Otras instituciones comerciales

La **modificación** de las **características demográficas** tales como, los niveles de edad, la distribución geográfica, las tasas de nacimiento y crecimiento de la población, son de particular importancia para las empresas que fabrican productos destinados de una forma directa al consumo.

El **Instituto Nacional de Estadística (INE)**, **organismo oficial de estadísticas del Gobierno español**, tiene una página web bilingüe con acceso directo a datos de los diversos sectores de la industria. Sus fuentes se actualizan mensualmente y se puede obtener información concreta y actual sobre personas, lugares e industrias.

## **Análisis estratégico DAFO.**

Esta **herramienta** ayuda a una organización a encontrar sus factores estratégicos críticos, para una vez identificados, usarlos y apoyar en ellos los **cambios organizacionales**: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades, y eliminando o reduciendo las amenazas.

## **El análisis DAFO tiene dos partes:**

1. **Factores internos (Debilidades y Fortalezas). Puede analizar:**
  1. Personas y habilidades
  2. Recursos
  3. Ideas / Innovación
  4. Marketing
  5. Operaciones
  6. Finanzas
  7. Otros
2. **Factores externos (Amenazas y Oportunidades). Entre ellos:**
  1. Medio Ambiente
  2. Leyes y Gobiernos
  3. Financiamiento
  4. Productos / Servicios
  5. Mercado Internacional
  6. Mercado Interno
  7. Competidores

En la página web de “inghenia” se puede realizar un análisis DAFO.

## **Las fases del análisis DAFO son:**

- **Recolección de datos:**
  - Mercado
  - Competencia
  - Entorno
- **Elaboración preliminar del DAFO por parte del equipo directivo:**
  - Posterior contraste con la opinión e información de los empleados
- **Diseño de los objetivos:**
  - Elaboración de la estrategia para corregir debilidades y aprovechar las fortalezas
  - Puesta en marcha del plan de acción, auditando los progresos

Con los **resultados del análisis DAFO**, la empresa deberá **definir una estrategia**.

## **Existen distintos tipos de estrategia empresariales:**

1. Defensiva
2. Ofensiva
3. Supervivencia
4. Reorientación

Ambos resultados determinan el punto donde está situada la empresa, en función del cual formulamos las siguientes estrategias:

- Valor bajo de ambas variables
- Competitividad alta y atractividad baja
- Competitividad baja y atractividad alta
- Ambas altas

## **Análisis estratégico de la actividad empresarial.**

Podemos definir la estrategia como:

1. La estrategia como plan único, coherente e integrado, diseñado para lograr los objetivos de la
2. La estrategia como táctica para dejar a un lado al competidor.
3. La estrategia como comportamiento o corriente de acciones.
4. La estrategia como forma de situar a la empresa en el
5. La estrategia como perspectiva que representa para la organización lo que la personalidad para el

En los últimos años, se han producido una serie de hechos que están condicionando las estrategias de marketing:

- Aparición de nuevos nichos de mercado

- Cambios de estilo de vida
- Sensibilización hacia el medio ambiente
- Outsourcing
- Innovación I+D tradicional en I+D+i
- Internet, web 2.0 y e-commerce

## **Existen cuatro perfiles generales de empresas según el concepto y la estrategia de clientes que ponen en marcha:**

1. Empresas orientadas a un mercado de masas, o mass marketers
2. Empresas orientadas a un segmento o nicho de mercado
3. Empresa de descuentos
4. Empresas que gestionan a sus clientes individualmente

## **Herramientas de análisis en planificación estratégica.**

La **planificación estratégica** ha potenciado el desarrollo de estrategias en relación y frente al entorno, y básicamente de estrategias competitivas, es decir, que permiten a la empresa mantener y mejorar de forma duradera su posición frente a los competidores.

## **Existen múltiples herramientas para distintos tipos de objeto de análisis:**

1. Enfoque competitivo
2. Enfoque empresarial
3. Enfoque entorno de la empresa
4. Enfoque evolutivo
5. Enfoque estadístico, probabilístico y financiero

Una vez elaborado el análisis de situación de la empresa, se debe optar por la estrategia de marketing más apropiada, asumiendo en todo momento sus recursos y capacidades, así como los objetivos que quiere lograr.

Las **decisiones estratégicas de marketing** son las más trascendentales en un plan de marketing, aunque a corto plazo sean las que menos resultados visibles presenten, igual que ocurre con cualquier decisión estratégica (empresarial, política, personal, social, económica, entre otros.)

## **Agrupamos las estrategias en función de distintos criterios:**

1. Estrategia para lograr una ventaja competitiva
2. Estrategias competitivas
3. Estrategias de crecimiento de mercado
4. Según el ciclo de vida del producto

5. Estrategia de desinversión
6. Estrategias basadas en la imitación



## **bibliografía**

<https://www.ceupe.com/blog/que-es-el-pensamiento-estrategico-en-una-organizacion.html>

<https://economipedia.com/definiciones/pensamiento-estrategico.html>