

MISIÓN:

La misión define el **propósito actual** de una organización. Explica **para qué existe, qué hace, cómo lo hace y a quién sirve**. Se enfoca en el **presente** y establece las bases de la actividad de la organización. Debe ser **clara, concisa** y reflejar los valores fundamentales que guían sus operaciones. (AMPLIA Y ESPECÍFICA)

Ejemplo:

"Brindar productos tecnológicos innovadores que mejoren la calidad de vida de nuestros usuarios, ofreciendo un servicio al cliente excepcional.

Componentes de Misión: Clientes/Productos o servicios/Mercados/Tecnología/Preocupación por la supervivencia/Filosofía

VISIÓN:

La visión expresa el **objetivo a largo plazo de la organización**. Define qué **desea lograr en el futuro** y cómo se visualiza en el largo plazo. La visión **inspira y guía a los miembros de la organización hacia una meta común**, ayudando a enfocar esfuerzos hacia un objetivo concreto.

Ejemplo:

"Ser la empresa líder en soluciones tecnológicas sostenibles a nivel global para 2030."

Diferencia clave:

MISIÓN: Qué hace la organización en el presente.

VISIÓN: Qué desea lograr en el futuro.

LOS 4 CIMIENTOS DE UNA ORGANIZACIÓN:

Misión/ Visión / Propósito / Valores

Empresa tradicional:

El modelo tradicional de la empresa tiene una **estructura de orden jerárquico más estático y de tipo piramidal** con centralización en la toma de decisiones. Se caracteriza por ser de tipo **burocráticas cerradas y monótonas**, tienen procesos establecidos y priorizan la estabilidad y rentabilidad. REGISTRAR / ORGANIZAR / MANTENER / CONTROLAR

Empresa moderna:

El modelo moderno se caracteriza por tener una actitud proactiva, siendo un modelo más flexible al permitir **replantearse los distintos procesos**, lo que permite adaptarse mejor a las distintas situaciones que se presentan. Plantea la **idea de un líder en vez de un jefe** capaz de interpretar dinámicas y necesidades, y generar acciones para afrontar cambios. Son **estratégicas, visionarias e innovadoras**. Por último, fomentan la capacitación técnica, administrativa y funcional de su equipo. ALTA COMPETITIVIDAD / FORMACIÓN TÉCNICA

Comportamiento Tradicional

El comportamiento tradicional en la gestión empresarial se basa en una estructura jerárquica rígida y en el ejercicio de la autoridad. Los líderes tradicionales trabajan muchas horas, enfocándose en la cotidianidad y en mantener el control de los procesos. Su visión suele ser de corto plazo, priorizando los procedimientos y los presupuestos sobre la innovación. Inspiran respeto, pero a menudo critican y se quejan en lugar de buscar soluciones estratégicas. Además, aceptan el status quo y desempeñan su rol como generales clásicos, manteniendo posiciones firmes y reaccionando emocionalmente ante los problemas.

Comportamiento Estratégico-Táctico

Emergente En contraste, el comportamiento estratégico-táctico emergente se enfoca en el poder que irradia el líder, promoviendo la influencia y la funcionalidad sobre el control jerárquico. En lugar de trabajar más horas, se busca trabajar con mayor inteligencia, aplicando estrategias y tácticas efectivas. Este tipo de líder tiene una visión a largo plazo y se enfoca en el cuadro de control estratégico. En lugar de generar temor, inspira confianza y desarrolla nuevos espacios de comunicación y crecimiento. Rompe con el sentido común cuando es necesario para innovar y se convierte en un evangelizador del cambio, basado en principios y en una inteligencia tanto emocional como espiritual.

Start-up

Es un nuevo tipo de empresa emergente la cual se caracteriza por **la innovación y su capacidad de crecimiento acelerado (aunque con alto riesgo)**, tiene una estructura **ágil y flexible**, implementa **tecnologías avanzadas** para el desarrollo del producto o servicio, resolver problemas y cubrir necesidades del mercado y/o de las personas. **Es escalable.**

FODA:

La matriz FODA es una forma de **analizar la situación de la empresa** teniendo como prioridad 4 pilares, que son **Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas**. Esta herramienta te permite conocer el **cuadro de situación** en la que se encuentra el objeto de estudio en un momento y tiempo determinado. Son positivos para alcanzar los objetivos, las fortalezas y las oportunidades, caso contrario de las debilidades y las amenazas. Por otro lado, las **fortalezas y las debilidades tienen un origen interno** y las **oportunidades y amenazas tienen origen externo**.

Proporciona una **visión clara de los ambientes internos y externos** de la empresa para obtener **conclusiones que nos lleven a definir una estrategia** de mercado sobre la forma de que objeto de estudio podría **afrontar los cambios en su contexto** teniendo en cuenta sus fortalezas y debilidades

Fortalezas: Son los aspectos internos de una organización que le otorga una ventaja o aspecto positivo que afecta para bien en su desempeño (interno)

Debilidades: Son limitaciones o carencias que pueden ponernos en desventajas frente a la competencia, ya sea por falta de recursos, habilidades no desarrolladas o dificultades para desempeñarse de la mejor manera (interno)

Oportunidades: Son aquellos factores que resultan favorables o explotables que se deben descubrir al entorno que actúa la empresa y ventajas competitivas (externo)

Amenazas: son factores externos que pueden representar un riesgo para la estabilidad y continuidad del objeto de estudio. (Externo)

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	O1. Auge de la inteligencia artificial O2. Mayor inversión en ciberseguridad O3. Crecimiento de la transformación digital O4. Expansión de servicios en países en desarrollo O5. Alta demanda de automatización empresarial	A1. Competencia fuerte (Globant, Deloitte) A2. Ciberataques que generan desconfianza A3. Avance acelerado de la tecnología A4. Inestabilidad política/económica en algunos mercados A5. Guerra de talento con otras grandes consultoras
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Presencia global en más de 50 países F2. Amplia cartera de clientes internacionales F3. Capacitación y actualización constante de empleados F4. Cultura de innovación y apuesta tecnológica F5. Talento humano con alto nivel profesional	D1. Precarización laboral en algunos sectores D2. Altos costos de contratación D3. Rotación de personal en ciertas áreas D4. Dependencia de contratos con grandes clientes D5. Dificultad de integración tecnológica en proyectos complejos

	POSITIVOS para alcanzar objetivos	NEGATIVOS para alcanzar objetivos
ORIGEN INTERNO	F	D
ORIGEN EXTERNO	O	A

Rankia

ENFOQUES

El enfoque de éxito: Pone el **foco en las fortalezas** con el objetivo de encontrar la forma de **aprovechar las oportunidades** que se le presentan

El enfoque de reacción: También **se basa en las fortalezas** pero con el objetivo de **disminuir las amenazas**

El enfoque de adaptación: **Prioriza las oportunidades** que se le presentan para buscar una estrategia adecuada que **permita disminuir las debilidades** de la organización.

El enfoque de supervivencia: Busca la forma de **afrontar una crisis intentando sortear las amenazas**.

COSTO DE OPORTUNIDAD

Es el valor de lo que dejas de hacer o de conseguir por elegir otra cosa. Si una empresa tiene \$10,000 y decide invertirlo en máquinas en lugar de capacitar a su personal, el costo de oportunidad es lo que se podría haber ganado con un equipo mejor entrenado. Porque **cada decisión tiene un precio oculto**, aunque no siempre se vea. Pensar en el costo de oportunidad te ayuda a tomar decisiones más inteligentes

MATRIZ PORTER

También llamado el **modelo de las 5 fuerzas de Porter** es una herramienta estratégica que te ayuda a **analizar la competencia dentro de una industria**.

Rivalidad entre competidores

- ¿Qué tan intensa es la competencia actual?
- Muchas empresas peleando por lo mismo = menor rentabilidad.

Amenaza de nuevos competidores

- ¿Qué tan fácil es entrar al mercado?
- Si cualquiera puede entrar, las ganancias pueden caer.

Poder de negociación de los proveedores

- ¿Pocos proveedores? Ellos imponen condiciones.
- ¿Muchos proveedores? La empresa tiene más poder.

Poder de negociación de los clientes

- Si los clientes tienen muchas opciones o mucho poder, pueden exigir precios más bajos o mejor calidad.

Amenaza de productos sustitutos

- ¿Hay otras formas de satisfacer la misma necesidad?
- Si sí, la empresa tiene que competir más fuerte para no perder clientes.

MODELOS DE METODOLOGIAS AGILES:

Sociocracia: Modelo basado en la igualdad de voces y la toma de decisiones por consentimiento. Se organiza en círculos que tienen autonomía pero están conectados entre sí.

Holocracia: Derivada de la sociocracia, pero más estructurada. Reemplaza jerarquías tradicionales con una distribución de roles en círculos de trabajo.

Redarquía: Sistema organizativo basado en redes y conexiones informales de colaboración. No hay una estructura fija, sino interacciones dinámicas entre personas con conocimiento y experiencia.

FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

Teal (Paradigma Teal):

Laloux clasifica las organizaciones por colores según su nivel de evolución:

- Rojo: autoritarias (mafias, ejércitos tribales)
- Ámbar: jerárquicas (Ejército tradicional, Iglesia)
- Naranja: orientadas al rendimiento y competencia (empresas modernas)
- Verde: basadas en valores y cultura (ONGs, cooperativas)
- TEAL: el nivel más "evolucionado" según su teoría.

Una empresa TEAL tiene autogestión, plenitud, propósito evolutivo.

VUCA

Es un acrónimo que describe entornos o situaciones de CRISIS, las siglas son:

V – Volatility (Volatilidad):

- Cambios rápidos e impredecibles.
- Ej: Precios del petróleo que suben y bajan sin aviso.

U – Uncertainty (Incertidumbre):

- Falta de información clara o confiable sobre el futuro.
- Ej: No saber si una nueva ley va a aprobarse o no.

C – Complexity (Complejidad):

- Muchas variables y factores interconectados.
- Ej: Una empresa global que opera en 20 países con leyes distintas.

A – Ambiguity (Ambigüedad):

- Situaciones que pueden interpretarse de muchas formas.

- Ej: Un cambio tecnológico nuevo que nadie sabe bien cómo usar todavía.

ESTRATEGIA

Cuanto más difícil es hacer estrategia, más necesaria se vuelve, porque en contextos de crisis o alta incertidumbre (VUCA), las empresas no pueden solamente improvisar o seguir al mercado, sin una estrategia clara, corren el riesgo de perder el rumbo y quedar atrapadas en un bucle que no lleva a ningún lado. En los momentos de crisis es necesario hacer planes a largo plazo cuando todo es cambiante, ya que justamente en esos momentos es cuando más se necesita una visión que oriente las decisiones.

Los tres aspectos que caracteriza a un estratega son:

1-Empresa:

Tiene como foco 4 puntos fundamentales que son MISION ¿Que buscamos y que hacemos? valores ¿Que cualidades tiene nuestra empresa y en qué creemos? Visión ¿Hacia dónde vamos y cuál es nuestra guía? Medios ¿Cuáles es nuestra organización formal e informal y cuales son nuestros recursos físicos y económicos?

2-El entorno externo:

-Microentorno:

Abarca aquellos actores con incidencia directa en el negocio, como competidores, clientes, proveedores, organizaciones empresariales, centros tecnológicos ligados al sector y a grupos de interés como el Estado u organizaciones ambientalistas.

-Macroentorno:

Se representa habitualmente con el marco conceptual PEST, que agrupa este tipo de factores según su naturaleza: políticos, económicos, sociales y tecnológicos. Al igual que en el Microentorno, los comportamientos de ciertos actores afectan fuertemente a la realidad macro de la empresa.

3-La estrategia:

Es el plan que incluye el conjunto de iniciativas desarrolladas por esta para su subsistencia y adaptarse exitosamente al entorno

CRISIS

Una **crisis** es una situación **inesperada, crítica y desequilibrante** que pone en riesgo el funcionamiento normal de una organización o sociedad. Puede surgir y/o afectar **factores internos o externos** (como conflictos, pandemia, quiebras, etc.) y **exige una respuesta rápida** para minimizar sus efectos negativos. No hay que abandonar las estrategias si no adaptarlas.

En momentos de crisis, muchas de las condiciones del entorno cambian bruscamente, y **lo que antes funcionaba puede dejar de hacerlo**. Genera una presión fuerte para **tomar decisiones importantes y rápidas**, y pone a prueba la capacidad de la organización para adaptarse sin perder su rumbo. La empresa tiene tres opciones:

Repliegue: consiste en **reducir la ambición** de la visión, **ajustar los medios disponibles** y enfocarse en lo esencial para **garantizar la supervivencia**. Es útil cuando las **urgencias son tan grandes que no se puede pensar a largo plazo**, o cuando el sector en sí está en fuerte declive.

Resistencia: implica **mantener la visión original, sostener los medios** y aplicar tácticas coyunturales sin alterar el rumbo estratégico. Esta postura es adecuada si se considera que la **crisis es transitoria** y que el sector volverá a operar como antes.

Transformación: se da cuando la **empresa redefine su visión y plan estratégico** para adaptarse a una **nueva realidad**. Requiere medios suficientes y voluntad de liderar el cambio, aprovechando las nuevas oportunidades que surgen del entorno transformado.

CAMBIO

El **cambio** es la **transición de un estado actual a uno nuevo**. En las organizaciones, puede referirse a modificaciones en estructuras, procesos, tecnología o cultura. El cambio puede ser planificado o impuesto por el contexto, no siempre es fácil, pero es necesario para adaptarse y evolucionar frente a nuevos desafíos o contextos pero siempre alinearse con los objetivos estratégicos y evitar el caos.

GESTIÓN DEL CAMBIO

Es el **conjunto de estrategias y acciones** que se aplican para **planificar, implementar y acompañar un cambio**, minimizando la resistencia y asegurando el éxito del proceso.

Cinco funciones clave en la gestión del cambio:

Planificación: implica definir por qué y para qué se va a cambiar, estableciendo objetivos claros.

Organización: se refiere a distribuir recursos, roles y responsabilidades para implementar el cambio.

Dirección: consiste en guiar y motivar a las personas, comunicando el propósito del cambio.

Control: es el seguimiento del proceso para evaluar si se están cumpliendo los objetivos y hacer ajustes si es necesario.

RESISTENCIA AL CAMBIO

Es la **oposición natural de las personas** frente a las transformaciones por la incertidumbre o temor. Puede ser consciente o inconsciente, y se basa en el miedo a lo desconocido o a perder control.

Tres componentes de la resistencia:

-**Cognitivo:** Creencias o pensamientos negativos sobre el cambio relacionadas con la razón u origen del cambio, se presenta como incertidumbre (“esto no va a funcionar”).

-**Emocional:** Miedo, ansiedad, enojo o inseguridad ante lo nuevo. (no quiero porque...).

-**Conductual:** Actos concretos de oposición suele manifestarse en forma de quejas, convenciendo al otro que el cambio es malo y cuestionando si se encuentran en condiciones de hacerlo (no puedo porque...).

ROL DEL LÍDER

Es quien guía a la organización en **momentos de incertidumbre**. Debe **redefinir las prioridades estratégicas** y relacionarlas a los **nuevos objetivos** impulsando una estructura flexible que facilite la adaptación. Además, el líder necesita **empatía, visión moderna y capacidad para inspirar y acompañar** a las personas en el cambio

-Inspirar confianza

-Comunicar el propósito del cambio

-Motivar y acompañar al equipo

-Gestionar la resistencia

-Ser el ejemplo: predicar con el cambio que se busca implementa

JEFE

Suele basarse en la autoridad formal: da órdenes, controla y espera obediencia. Su poder viene del cargo que ocupa y se enfoca más en los resultados que en las personas.

LIDER VS JEFE

LÍDER	JEFE
Inspira, guía y motiva	Ordena y controla
Gana autoridad con el ejemplo	Tiene autoridad por el cargo
Fomenta la participación	Centraliza decisiones
Acompaña el cambio	Puede resistirse o imponerlo
Se enfoca en el desarrollo del equipo	Se enfoca en los resultados