



PLAN ESTRATEGICO COMO ELEMENTO DE DIGNOSTICO EN UNA PYME

claudia gutierrez padilla¹, Ricardo Alejandro Rodríguez Lara¹ y Edgar René Vázquez González¹

¹ Universidad de Guanajuato. padilla@ugto.mx

En los últimos veinticinco años el entorno mundial se ha modificado de manera intensa, el ambiente de mercado ha generado una gran competencia para las empresas que concurren a él. De manera particular, los últimos años han presentado condiciones complicadas para que las organizaciones permanezcan en el medio. Resultado de esto, dichas organizaciones tienen el compromiso de desarrollar capacidades que les permitan responder a esas características ambientales, existe el consenso de que tales entidades deben ser flexibles, ágiles y competitivas, para ello la implementación de un proceso de mejora continua planificado, organizado y sistemático de una manera incremental y gradual puede ser una herramienta de apoyo para el logro de sus objetivos. Este documento presenta un caso de estudio de la empresa Electroredes de Querétaro, S. A. de C. V., una compañía que tiene poco tiempo en el mercado y cuyos directivos tratan de mantenerla en él; partiendo del planteamiento de una situación problemática, se pretende proponer un plan estratégico con la finalidad de que se implemente un programa de mejora continua con el propósito de lograr procesos más eficientes. Dicha propuesta está basada en el análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). La estrategia metodológica utilizada fue bajo el enfoque cualitativo y las técnicas empleadas para recabar la información fueron, la entrevista individual semiestructurada, observación participante y análisis de contenido.

Finalmente se observa que es necesario seguir avanzado sobre procesos de mejora continua, ya que son imprescindibles para permanecer competitivos y sobrevivir en el mercado. Ello implica un aprendizaje continuo de la organización, seguimiento y participación activa de todo el personal.