UNIVERSIDAD DEL PACIFICO

GERENCIA INTEGRAL



Docente:

ANI
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

INTRODUCCIÓN

El gerente de una organización cumple un papel fundamental, pues es el encargado de dirigirla y llevarla al éxito. Por esta razón, su perfil, gestión y características deben estar en constante evolución, al igual que el tema empresarial.

Las tendencias actuales muestran que las organizaciones buscan gerentes con mayores habilidades y capacidades.



ANI
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

GERENCIA INTEGRAL

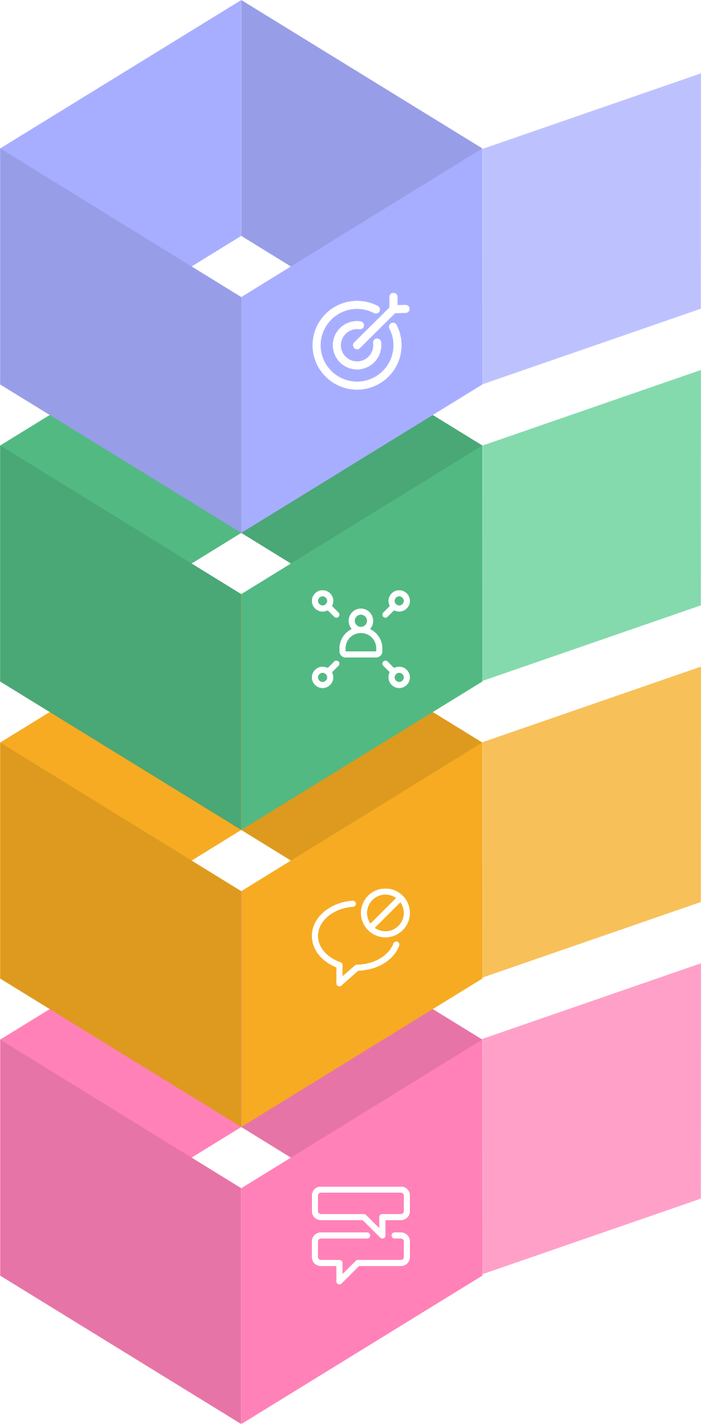
La gerencia integral se define como «el arte de relacionar todas las facetas del manejo de una organización en búsqueda de una mayor competitividad» (Sallenave, 2002).



La gerencia integral se encarga de establecer la competitividad como un fin de la acción empresarial, es decir que el éxito se medirá con respecto al desempeño de otros competidores.

Esta medición se realiza a través de indicadores como:





Participación en el mercado

Indica el porcentaje de ventas que una empresa posee dentro de un mercado específico, en comparación con sus competidores, y refleja su nivel de competitividad.

Rentabilidad comparativa frente a la competencia

Mide la capacidad de la empresa para generar utilidades en relación con otras organizaciones del mismo sector, evidenciando eficiencia financiera y estratégica.

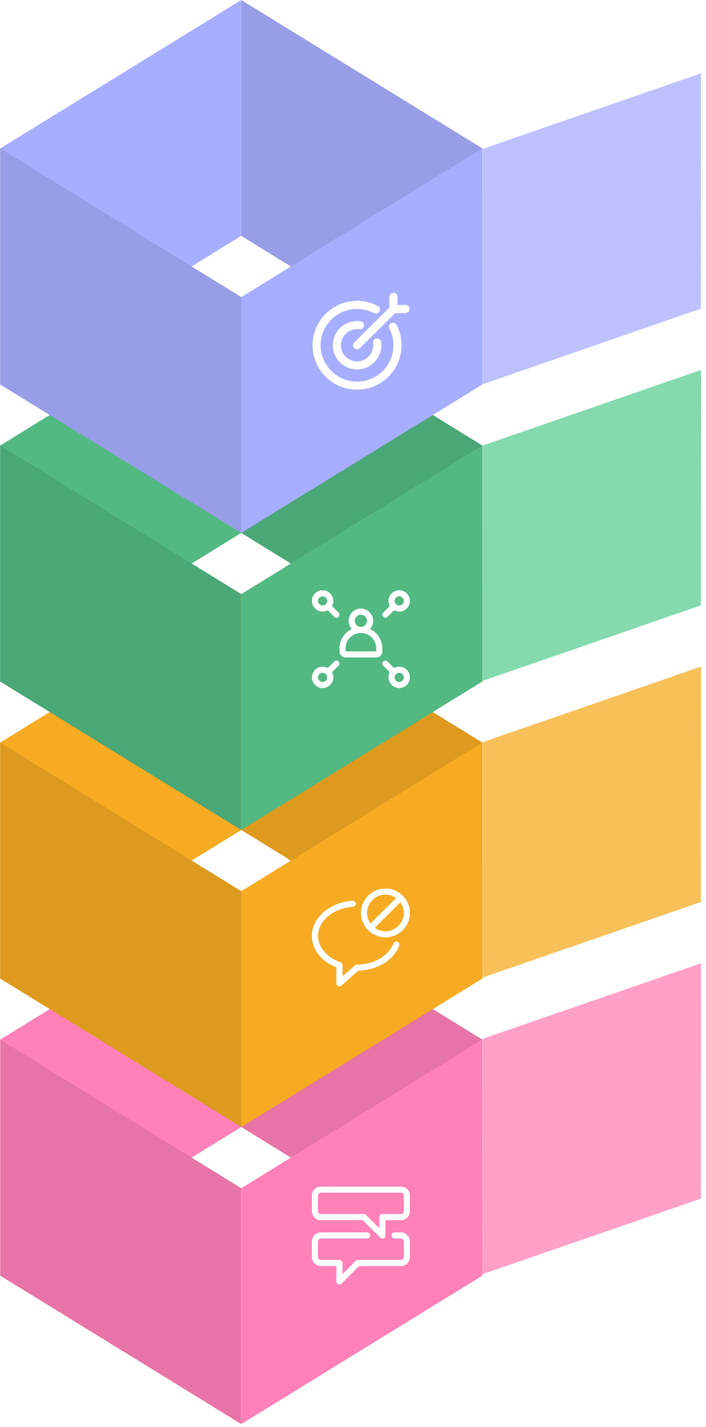
Nivel de preferencia y fidelización del consumidor

Evalúa el grado en que los clientes eligen repetidamente la marca y mantienen una relación a largo plazo con la empresa, influenciado por la calidad, el servicio y la experiencia ofrecida.

Posicionamiento de la marca

Representa el lugar que ocupa la marca en la mente del consumidor frente a la competencia, basado en atributos como valor, calidad, confianza y diferenciación.

ANI
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES



Crecimiento de las ventas

Mide el incremento de los ingresos por ventas en un período determinado, reflejando la aceptación del producto o servicio y la efectividad de las estrategias comerciales

Eficiencia operativa

Evalúa el uso óptimo de los recursos para lograr los resultados esperados, minimizando costos, tiempos y desperdicios sin afectar la calidad.

Satisfacción del cliente

Mide el grado en que los productos o servicios cumplen o superan las expectativas del cliente, influyendo directamente en la lealtad y la reputación de la empresa.

Capacidad de la empresa para sostener ventajas competitivas en el tiempo

Se refiere a la habilidad de la organización para mantener atributos diferenciadores que le permitan competir con éxito de manera continua en mercados dinámicos.

ANI
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Las tres dimensiones de la gerencia integral

Ante la incertidumbre, la organización debe definir una estrategia que le permita diagnosticar su situación, proyectar su futuro y alcanzar sus objetivos (Aldana de Vega, Álvarez & Bernal, 2011).



Definido el rumbo estratégico, la organización desarrolla una cultura orientada a procesos y calidad, basada en la alineación de valores, comportamientos, innovación y tecnología.

Las TIC fortalecen la comunicación organizacional y, junto con las áreas estratégicas como macroprocesos, promueven una gestión integral orientada a la innovación continua.

En otras palabras...

La estrategia: Para saber a dónde vamos y cómo lograrlo.

La organización: ¿Cómo organizamos la empresa para ejecutar la estrategia?

La cultura: Para dinamizar la organización y animar a su gente.



Una empresa colombiana decide ingresar al mercado de México

La Gerencia Integral integra tres facetas clave para lograrlo:
Estrategia + Organización + Cultura



ESTRATEGIA
Define el rumbo

¿Por qué ingresar?
¿Qué mercado atender?
¿Cómo competir?

- **Analiza la oportunidad** del mercado mexicano (tamaño, demanda, competencia).
- Define el portafolio de productos o servicios.
- Establece la propuesta de valor y el plan de entrada (alianzas, distribuidores, canal propio, etc.).



Resultado: un plan claro para ingresar **y competir.**

ORGANIZACIÓN
Hace posible la estrategia

¿Cómo organizamos la empresa para ejecutar la estrategia?

- **Adapta** los procesos internos (producción, calidad, servicio).
- Ajusta la **estructura** organizacional y define responsables.
- Asigna los **recursos financieros,** tecnológicos y humanos.
- Planifica la **logística** y la cadena de suministro.



Resultado: procesos, recursos y responsabilidades alineados.

CULTURA
Moviliza a las personas

¿Cómo preparamos al talento humano para el cambio?

- Fomenta la **adaptación** al nuevo mercado y entorno cultural.
- Impulsa **la innovación** y la apertura internacional.
- Fortalece el trabajo en equipo y la comunicación.
- Desarrolla competencias globales en la organización.

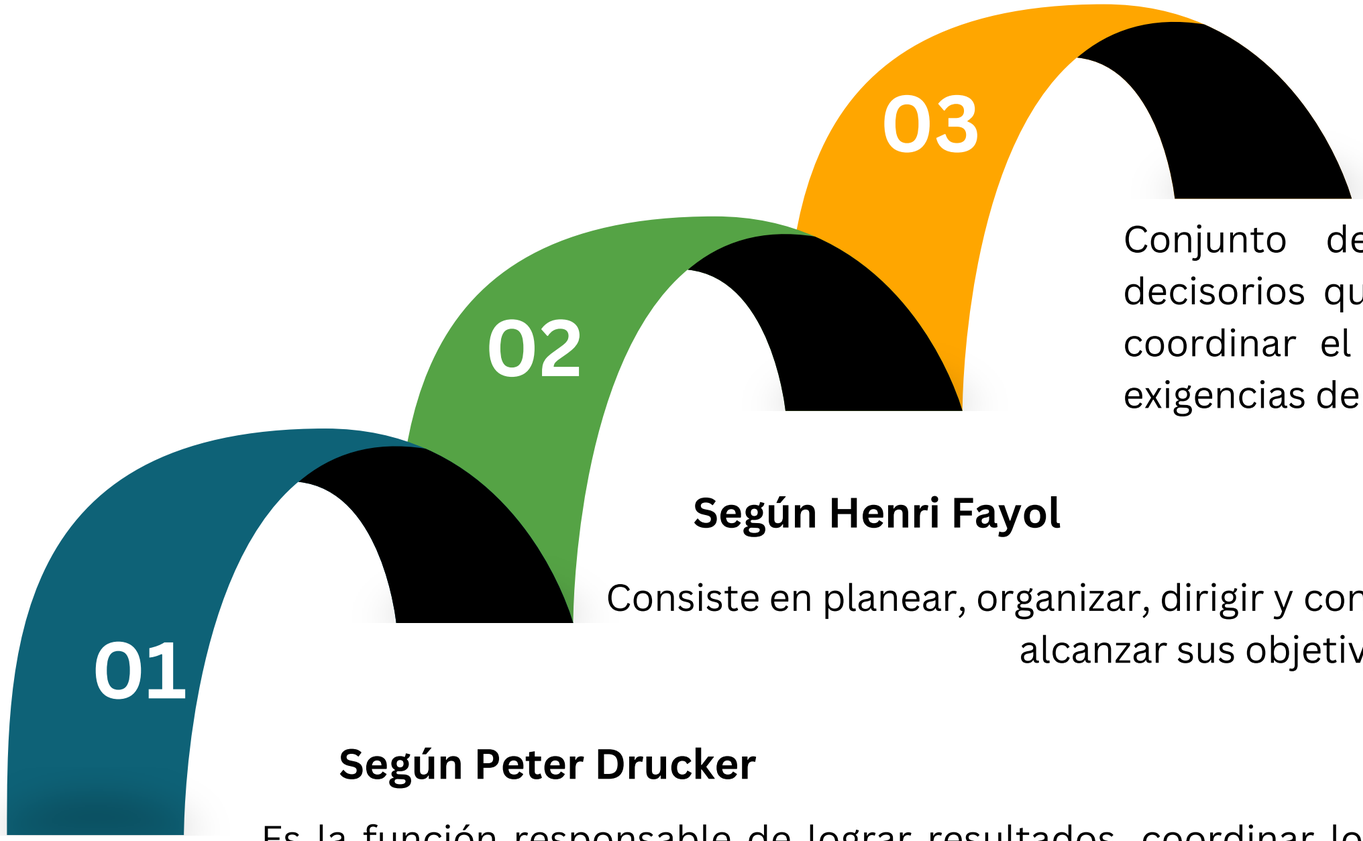


Resultado: un equipo comprometido, adaptable e innovador.

GERENCIA INTEGRAL
La integración de estas tres facetas genera
COMPETITIVIDAD

Una empresa más fuerte, preparada y competitiva en el mercado internacional.

¿Qué es gerencia según los autores?



Según Peter Drucker

Es la función responsable de lograr resultados, coordinar los recursos y dirigir a las personas para alcanzar los objetivos de la organización de manera eficaz y sostenible (Drucker, 2007).

Según Henri Fayol

Consiste en planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa para alcanzar sus objetivos de forma eficiente (Fayol, 1916/2011).

Según Henry Mintzberg

Conjunto de roles interpersonales, informativos y decisorios que el gerente desempeña diariamente para coordinar el trabajo organizacional y responder a las exigencias del entorno (Mintzberg, 1973).

ANI
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Los **factores de supervivencia** de una empresa son aquellos elementos clave que le permiten ***permanecer, adaptarse y crecer en el tiempo***, especialmente en entornos competitivos y cambiantes.

A continuación se presentan algunos factores con enfoque gerencial**:**

Los factores de supervivencia de una empresa

Estrategia clara

- Definición de misión, visión y objetivos.
- Direcciona las decisiones y acciones de la organización.

Capacidad de adaptación al entorno

- Respuesta oportuna a cambios del mercado, la tecnología y la regulación.
- Anticipación de riesgos y aprovechamiento de oportunidades.

Liderazgo y gerencia efectiva

- Toma de decisiones oportunas y coherentes.
- Capacidad para coordinar recursos y personas.

Gestión eficiente de los recursos

- Uso óptimo de recursos financieros, humanos y materiales.
- Control de costos y mejora de la productividad.

Los factores de supervivencia de una empresa

Talento humano comprometido

- Colaboradores motivados, capacitados y alineados con los objetivos.
- Buen clima organizacional y comunicación efectiva.

Innovación y mejora continua

- Desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos.
- Capacidad de diferenciarse de la competencia.

Uso estratégico de la tecnología

- Apoyo a la toma de decisiones y a la eficiencia operativa.
- Integración de las TIC en los procesos empresariales.

Orientación al cliente

- Satisfacción, fidelización y generación de valor.
- Conocimiento de las necesidades del mercado.

ANI
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Los factores de supervivencia de una empresa

Ventaja competitiva sostenible

- Atributos diferenciadores difíciles de imitar.
- Posicionamiento sólido en el mercado.

Gestión del riesgo

- Identificación y control de riesgos financieros, operativos y estratégicos.
- Planeación ante escenarios de incertidumbre.

La supervivencia empresarial no depende de un solo factor, sino de la integración estratégica de liderazgo, innovación, talento humano y adaptación al entorno. Una empresa con gerencia sólida tiene mayores probabilidades de mantenerse y crecer en el tiempo.

Ibercaja

KIT DE SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL

Los cuatro elementos básicos que toda empresa debe cuidar para hacer frente a la incertidumbre.

ENRIQUE BARBERO
Director del Área de Comunicación, Marca y Relaciones Institucionales en Ibercaja

