



Facultad de Ciencias de la Administración

**Carrera en Tecnología Superior en Gestión
Empresarial**

Modelo de Planeación estratégica para la empresa
Bienes Raíces Catedral de la ciudad de Cuenca

**Trabajo de titulación previo a la obtención del
grado de Tecnólogo Superior en Gestión
Empresarial**

Autor:

Damián Patricio Sandoval Pozo

Director:

Pedro Fernando Guerrero Maxi

Cuenca – Ecuador

2024

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor incondicional y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia, a mi esposa, quien con su paciencia, amor y apoyo incondicional me dio la fortaleza para cumplir mis aspiraciones.

A mis profesores y mentores, por guiarme con su sabiduría y apoyo constante. A mis amigos, por estar siempre a mi lado, brindándome ánimo y compañía. Esta tesis es un reflejo de todo lo que he aprendido de ustedes y de su influencia en mi vida.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, deseo expresar mi más sincero agradecimiento a mi director de tesis,

Pedro Guerrero, por su invaluable guía, paciencia y apoyo a lo largo de este proyecto.

Su conocimiento y dedicación han sido fundamentales para la realización de esta investigación.

Agradezco a la Universidad del Azuay, por

brindarme los recursos y el ambiente adecuado para el desarrollo de mi trabajo académico.

A mis compañeros de estudio y amigos, quienes me acompañaron en este viaje con su

camaradería y apoyo incondicional. Sus palabras de aliento y momentos compartidos hicieron más llevadero este camino.

Índice de Contenido

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
Índice de Contenidos.....	iii
Índice de Tablas.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	2
1. MARCO TEÓRICO.....	2
1.1 Análisis Situacional	2
1.2 Definición de la planeación estratégica	8
1.3 Importancia de realizar la planeación estratégica	9
1.4 Características de planeación estratégica.....	10
CAPÍTULO 2	11
2. Direccionamiento Estratégico	11
2.1 Valores estratégicos	12
2.2 Misión.....	12
2.3 Visión.....	12
2.4 Estrategia empresarial	13
CAPÍTULO 3	14
3. Planeación a largo plazo.....	14
3.1 Temas estratégicos.....	14
3.2 Asuntos estratégicos externos e internos.....	15
3.3 Análisis F.O.D.A	15
3.4 Evaluación de los asuntos estratégicos.....	17
3.5 Estrategia de valor F.O.D.A	18
3.6 Objetivos estratégicos.....	20
3.7 Indicadores clave de desempeño.....	24
3.8 Cuadro de mando Integral	25
3.9 Mapa estratégico.	25
3.10 Tablero de control.....	26
CAPÍTULO 4	27
4. RESULTADOS	27

CONCLUSIONES	29
RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS.....	31
Bibliografía	31

Índice de Tablas

Tabla 1 Análisis situacional	2
Tabla 2 Valores estratégicos	11
Tabla 3 Factores estratégicos	13
Tabla 4 Temas estratégicos	14
Tabla 5 Temas críticos	15
Tabla 6: Matriz FODA	16
Tabla 7: Matriz de evaluación	17
Tabla 8: Estrategias de valor	19
Tabla 9: Objetivos estratégicos	20
Tabla 10: Indicadores clave de desempeño	24
Tabla 11: Mapa estratégico	25
Tabla 12: Tablero de control	26

RESUMEN

La planeación estratégica para "Bienes Raíces Catedral" en Cuenca se enfoca en analizar su entorno, definir una visión y misión, desarrollar estrategias específicas y establecer indicadores clave de desempeño. Este proceso busca posicionar a la empresa de manera competitiva, satisfacer las necesidades del mercado y alcanzar objetivos a largo plazo. Implica evaluar el portafolio de propiedades, la demanda del mercado y la competencia, y luego definir una visión y misión que guíen las decisiones estratégicas. Se desarrollan estrategias como diversificación del portafolio, mejora de servicios y expansión a nuevos mercados. Se establecen indicadores clave de desempeño para monitorear el progreso. La adaptabilidad y la continuidad del proceso son fundamentales para mantener la competitividad y el liderazgo de la empresa en el sector inmobiliario de Cuenca.

Palabras clave: Planeación estratégica, bienes raíces, indicadores clave de desempeño, sector inmobiliario, adaptabilidad.

ABSTRACT

Strategic planning for "Bienes Raíces Catedral" in Cuenca focuses on analyzing its environment, defining a vision and mission, developing specific strategies, and establishing key performance indicators. This process aims to position the company competitively, meet market needs, and achieve long-term objectives. It involves evaluating the property portfolio, market demand, and competition, and then defining a vision and mission to guide strategic decisions. Strategies such as portfolio diversification, service improvement, and expansion into new markets are developed. Key performance indicators are established to monitor progress. Adaptability and continuity of the process are crucial to maintaining the competitiveness and leadership of the company in Cuenca's real estate sector.

Keywords: Strategic planning, real estate, key performance indicators, real estate sector, adaptability.

INTRODUCCIÓN

En el dinámico y exigente sector de bienes raíces, la planificación estratégica se convierte en un recurso esencial para las empresas que aspiran a destacar y mantenerse en la vanguardia. Dentro de este marco, Bienes Raíces Catedral, una empresa dedicada a la gestión y comercialización de propiedades en la ciudad de Cuenca, Ecuador, se enfrenta a una serie de desafíos y oportunidades únicas. La ejecución de una estrategia meticulosa y bien estructurada se vuelve imperativa para asegurar su éxito a largo plazo.

La planificación estratégica, concebida como un proceso metódico para definir los objetivos de una organización y trazar planes y acciones para alcanzarlos, adquiere una relevancia crucial en el contexto de Bienes Raíces Catedral. Tal como sostiene Michael Porter, un experto renombrado en estrategia empresarial, "la esencia de la estrategia radica en decidir qué no hacer", subrayando así la importancia de la claridad y la focalización en las decisiones estratégicas (Porter, 1980).

Además, Peter Drucker, un pionero en la gestión empresarial moderna, resalta la importancia de la adaptación estratégica al afirmar que "la mejor manera de predecir el futuro es crearlo" (Drucker, 1954). Esta cita enfatiza la necesidad de anticipación y proactividad en la planificación estratégica de Bienes Raíces Catedral para hacer frente a los cambiantes desafíos del entorno empresarial.

En este contexto, el propósito de este trabajo es desarrollar un plan estratégico integral para Bienes Raíces Catedral, que abarque desde la definición de su visión y misión hasta la identificación de objetivos estratégicos específicos y la formulación de acciones concretas para su implementación. Esta planificación estratégica se erige como un fundamento fundamental para dirigir a Bienes Raíces Catedral hacia un crecimiento sostenible y una posición competitiva sólida en el sector de bienes raíces de Cuenca.

CAPÍTULO 1

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Análisis Situacional

A continuación, se presenta una lista de elementos que sirven como referencia dentro de la empresa para obtener la información necesaria en este análisis inicial.

Tabla 1 Análisis situacional

ANÁLISIS SITUACIONAL INICIAL
Mercado
1. ¿Qué mercado(s) atendemos y quiénes son nuestros clientes? Bienes raíces cathedral, atiende a todos los ciudadanos de la ciudad de Cuenca que estén buscando de alguna manera, negociar algún bien inmueble dentro de la zona.
2. ¿Quiénes son nuestros proveedores? Empresas constructoras, agentes y corredores
3. ¿Quiénes son nuestros competidores? Inmobiliarias locales, constructores locales e informales, inversionistas inmobiliarios.
4. ¿Qué percepción tienen nuestros clientes y competidores de nuestros productos/servicios? Los clientes perciben el servicio de bienes raíces Cathedral como una de las mejores en la ciudad de Cuenca por su nivel de negociación.
5. ¿Cuál es nuestro nivel de competitividad y participación de mercado? Según los datos de la última encuesta, mantenemos un 30% de los clientes potenciales dentro del sector inmobiliario.
Personal

<p>6. ¿Disponemos del personal necesario e idóneo en todos los niveles de la organización?</p> <p>Disponemos de todo el personal calificado, para ventas, compras y negociación inmobiliaria.</p>
<p>7. ¿Nuestras prestaciones cumplen con la ley y son comparables con las de nuestros competidores?</p> <p>Se cumple al 100% con la legislación y normativas legales tanto a nivel nacional y local.</p>
<p>8. ¿Qué percepción tiene nuestro personal de nuestras prestaciones?</p> <p>Se tiene una percepción muy satisfactoria sobre los planes de carrera que se lleva internamente.</p>
<p>9. ¿Existen planes de incentivos, reconocimiento y/o promoción?</p> <p>Planes de carrera, según el nivel de experiencia de cada colaborador</p>
<p>10. ¿Cómo logramos nuestro desarrollo organizacional?</p> <p>Logramos a través de planes financieros y de reinversión</p>
<p>Productos / Servicios</p>
<p>11. ¿Cuáles son nuestros productos/servicios preferidos por nuestros clientes?</p> <p>El servicio preferido por nuestros clientes, es el acompañamiento desde la búsqueda hasta la decisión final de adquirir un bien inmueble.</p>
<p>12. ¿Cuál es la proporción de nuevos productos/servicios en nuestra cartera de productos/servicios?</p> <p>Tenemos un 70% de servicio y 30% de productos.</p>
<p>13. ¿Cuál es la frecuencia de innovación de nuestros productos/servicios?</p>

<p>Se hace un análisis anualmente, para verificar el nivel de servicio y satisfacción del cliente con respecto al servicio.</p>
<p>14. ¿Qué valor agregamos a nuestros productos/servicios?</p> <p>No se ha analizado actualmente.</p>
<p>15. ¿Cuáles son los niveles de productividad y calidad de nuestros productos/servicios?</p> <p>No se lleva a cabo un sistema de rendimientos.</p>
<p>Precios o retribuciones</p>
<p>16. ¿Con qué criterios establecemos y revisamos nuestros precios de venta o retribuciones?</p> <p>Se revisa con respecto a las ratios financieros proporcionados por los análisis del sector.</p>
<p>17. ¿Qué condiciones y facilidades de negociación ofrecemos a nuestros clientes?</p> <p>Ofrecemos una gama de facilidades, desde el aspecto financiero, préstamos, e hipotecario.</p>
<p>18. ¿Cómo se comparan nuestros precios de venta o retribuciones con los de nuestros competidores?</p> <p>Actualmente la empresa no ha visto necesario realizar dicho análisis.</p>
<p>19. ¿Qué relación tienen nuestros precios de venta o retribuciones con la calidad de nuestros productos?</p> <p>Tenemos pequeñas diferencias, la mayoría de casos oscilamos en precios semejantes al mercado.</p>
<p>Instalaciones y recursos</p>
<p>20. ¿Disponemos de la infraestructura física e instalaciones necesarias y adecuadas?</p> <p>Disponemos de oficinas adecuadas tanto para nuestros clientes internos y externos.</p>
<p>21. ¿Tenemos los equipos y la tecnología disponibles para nuestro sector empresarial?</p>

<p>Disponemos del software adecuado para el manejo de los procesos internos de la empresa.</p>
<p>22. ¿Tenemos procesos y métodos actualizados, efectivos y amigables con el ambiente?</p> <p>Manejamos procesos eficientes, si bien no se ha analizado que tan amigables al medio ambiente representan, pero su eficiencia en actividades es más del 80</p>
<p>23. ¿Gestionamos nuestro capital intelectual y la inteligencia del negocio que requerimos?</p> <p>Se maneja el capital humano según los procesos internos, pero no la inteligencia de negocio.</p>
<p>24. ¿Innovamos nuestra infraestructura, instalaciones y recursos con la frecuencia necesaria?</p> <p>No se lo hace</p>
<p>Economía y finanzas o rendimiento</p>
<p>25. ¿Cuál es nuestra capacidad de reacción frente a necesidades de inversión y desinversión?</p> <p>Una reacción de efectividad del 60%</p>
<p>26. ¿Cuál es la naturaleza de nuestra estructura de capital y liquidez?</p> <p>Financiamiento a largo plazo: Las empresas inmobiliarias a menudo dependen de financiamiento a largo plazo, como préstamos hipotecarios comerciales, para adquirir y desarrollar propiedades.</p>
<p>27. ¿A qué riesgos financieros estamos expuestos?</p> <p>Riesgo de mercado: Este riesgo surge de la volatilidad en los precios de las propiedades y las fluctuaciones en las tasas de interés, que pueden afectar el valor de los activos inmobiliarios y los costos de financiamiento.</p>
<p>28. ¿Cómo controlamos nuestra economía y finanzas empresariales?</p>

<p>Análisis de rentabilidad: Realizar análisis periódicos de rentabilidad para evaluar el rendimiento financiero de la empresa, identificar áreas de mejora y tomar medidas correctivas según sea necesario.</p>
<p>29. ¿Cuál es la tendencia de nuestra rentabilidad o rendimiento?</p> <p>Retorno sobre la inversión (ROI): Mide la eficiencia con la que la empresa está utilizando su capital para generar ganancias. Se calcula dividiendo el beneficio neto por el capital invertido.</p>
<p>Información y comunicación</p>
<p>30. ¿Cuáles son nuestras fuentes de información sobre el entorno?</p> <p>Mercado inmobiliario local: Informes y estudios sobre el mercado inmobiliario local proporcionados por organizaciones gubernamentales, asociaciones de agentes inmobiliarios, y empresas de investigación de mercado pueden ofrecer información valiosa sobre tendencias de precios, demanda de propiedades, inventarios disponibles y proyectos en desarrollo.</p>
<p>31. ¿Cómo seleccionamos, priorizamos y optimizamos la información?</p> <p>Mediante la correcta elaboración de encuestas y tabulación de las mismas.</p>
<p>32. ¿Contamos con un sistema estructurado de comunicación interna y externa?</p> <p>No aplica</p>
<p>33. ¿Cuál es la efectividad de nuestros sistemas informáticos?</p> <p>Son 100% efectivos para las necesidades de nuestra organización.</p>
<p>34. ¿Cuál es la efectividad de nuestros sistemas comunicacionales?</p> <p>Se ha respetado de manera general con una eficiencia del 90%.</p>
<p>Toma de decisiones</p>
<p>35. ¿Cómo se estructura nuestro proceso de toma de decisiones?</p> <p>El proceso comienza identificando claramente el problema que necesita ser abordado o la oportunidad que se desea aprovechar. Esto puede involucrar la recopilación de información relevante y la definición de los objetivos que se buscan lograr.</p>
<p>36. ¿Quién(es) toma(n) las decisiones claves para nuestra organización?</p>

Se toma en conceso después de las reuniones de la mesa directiva
<p>37. ¿Con qué criterios tomamos nuestras decisiones claves?</p> <p>De acuerdo a los objetivos estratégicos que se han planteado para la organización.</p>
<p>38. ¿Cómo influye la información con que contamos en las decisiones que tomamos?</p> <p>La información proporciona la base para evaluar alternativas y tomar decisiones informadas. Al tener acceso a datos relevantes y análisis detallados, podemos evaluar el impacto potencial de diferentes opciones y seleccionar el mejor curso de acción.</p>
<p>39. ¿Cuál es el grado de participación de nuestro personal en las decisiones que tomamos?</p> <p>Su grado de participación por ser una empresa inmobiliaria, se considera a la su totalidad.</p>
Contingencias
<p>40. ¿Qué acciones tomaríamos ante cambios imprevistos y críticos en nuestro personal y recursos?</p> <p>Realizar una evaluación rápida y completa de la situación para comprender la naturaleza y la magnitud del cambio imprevisto. Esto puede implicar la identificación de las causas del cambio, la evaluación de su impacto en el personal y los recursos, y la determinación de las posibles implicaciones para las operaciones comerciales.</p>
<p>41. ¿Qué acciones tomaríamos ante cambios imprevistos y críticos en nuestros procesos?</p> <p>Generalmente monitoreamos de cerca la implementación de los cambios en los procesos y realizar un seguimiento regular de su efectividad. Estar atento a cualquier problema o desafío que surja durante la implementación y tomar medidas correctivas de manera oportuna.</p>

42. ¿Qué acciones tomaríamos ante cambios imprevistos y críticos en nuestros productos / servicios?

En la empresa tratamos de identificar soluciones alternativas y de contingencia para mitigar el impacto del cambio en nuestros productos o servicios. Esto puede incluir ofrecer productos o servicios alternativos, proporcionar descuentos o compensaciones, o reprogramar citas o entregas según sea necesario.

43. ¿Qué acciones tomaríamos ante cambios imprevistos y críticos en el mercado?

Una de las estrategias que manejamos dentro de la empresa es mantener una flexibilidad en la fijación de precios de nuestros productos y servicios para responder a los cambios en la demanda y la competencia en el mercado. Considerar estrategias de precios dinámicos y descuentos para atraer a nuevos clientes y retener a los existentes.

44. ¿Qué acciones tomaríamos ante cambios imprevistos y críticos en el macro entorno y *stakeholders*?

Mantenemos un análisis en buscar oportunidades de colaboración y alianzas con otras organizaciones y partes interesadas para enfrentar desafíos comunes y aprovechar oportunidades emergentes.

Fuente: Tomado de Coronel, I 2007

1.2 Definición de la planeación estratégica

La planificación estratégica se posiciona como una herramienta crucial para asegurar el avance y el triunfo en diversas áreas críticas como la rentabilidad, la infraestructura y la fidelización de los clientes. En esencia, involucra un análisis minucioso tanto interno como externo de una organización o empresa, lo que posibilita la formulación de estrategias y la ejecución de acciones para su mejora y expansión. Este proceso estratégico proporciona una dirección clara que guía a la organización hacia el constante logro de sus metas, capacitándola para adaptarse y prosperar en un entorno empresarial en constante cambio. La planificación estratégica se concibe como un

proceso metódico a través del cual una empresa establece su visión a largo plazo y toma decisiones fundamentales para alcanzar sus objetivos y metas. Implica evaluar tanto el entorno interno como externo para identificar oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas. Su propósito es definir el futuro deseado de la empresa basado en información interna, objetivos y estrategias, con el objetivo de tomar decisiones estratégicas que se adapten a las necesidades actuales y proyectadas a un horizonte de 3 a 5 años. Este enfoque contribuye a que la empresa sea más competitiva, sostenible y capaz de satisfacer las expectativas de los diferentes grupos de interés.

1.3 Importancia de realizar la planeación estratégica

Realizar la planificación estratégica es fundamental tanto para empresas grandes, medianas como pequeñas, ya que les proporciona una ventaja competitiva y estratégica sobre aquellas que no la implementan. Esta herramienta estratégica contribuye al desarrollo y definición de la estructura y los procesos internos que influyen positivamente en el desempeño general de la empresa. (Ackoff R. L., 2001)

Las empresas están constantemente buscando innovar en productos o mejorar sus servicios para aumentar su competitividad y garantizar la satisfacción del cliente mediante la entrega de un servicio de alta calidad. Para comprender estas necesidades, es esencial emplear la herramienta de planificación estratégica. (Fernández Sánchez, 2022)

Esta fomenta la mejora continua al proporcionar información sobre lo que el cliente necesita para estar satisfecho. La planificación estratégica es crucial, ya que permite a la empresa optimizar sus recursos y tiempo al simplificar sus procesos y mantenerlos organizados, lo que resulta en mejores resultados. (Hamel, 1999)

Su implementación en la empresa impulsa la productividad de los empleados al brindar una guía clara sobre la relación entre un buen desempeño y resultados exitosos. Además, ayuda a priorizar los recursos necesarios y formaliza la gestión al centrarse en los objetivos principales y cumplir con ellos de manera disciplinada (Hamel, 1999)

1.4 Características de planeación estratégica

La flexibilidad es una característica fundamental de la planificación estratégica, ya que se centra en objetivos a largo plazo y debe permitir adaptaciones ante cambios imprevistos en el entorno empresarial. Esto implica la capacidad de ajustar estrategias y tácticas según sea necesario. Además, la comunicación clara y comprensible a todos los miembros de la organización es esencial para garantizar que estén alineados con los objetivos estratégicos y trabajen hacia metas comunes. (Thompson, 2008)

La evaluación continua es crucial en la planificación estratégica, ya que esta no es una herramienta estática. Se requiere un seguimiento constante para medir el progreso hacia las metas establecidas, identificar áreas de mejora y ajustar la estrategia según sea necesario para satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores. (Ackoff R. L., 2000)

La planificación estratégica es fundamental para definir la dirección y los objetivos de una organización a largo, mediano y corto plazo. Algunas de sus características más destacadas son:

- Se enfoca en una visión a largo plazo, que generalmente abarca de 3 a 5 años o más. Su objetivo es proporcionar una guía para la organización mediante el establecimiento de metas y objetivos realistas y medibles a lo largo del tiempo, lo que permite evaluar la posición de la organización en relación con ellos.
- Se caracteriza por su orientación hacia el logro de objetivos, definiendo metas específicas y cuantificables que la organización busca alcanzar. Estos objetivos deben ser desafiantes pero alcanzables, brindando una dirección clara para todas las actividades de la organización.
- El análisis ambiental es fundamental, ya que permite monitorear tanto el entorno interno como externo de la organización. Internamente, se examinan las fortalezas y debilidades, mientras que externamente se analizan las oportunidades y amenazas que pueden impactar a la organización. Este análisis, comúnmente conocido como FODA, proporciona una visión integral de la situación actual de la organización y ayuda a identificar áreas de mejora y potenciales riesgos.
- La toma de decisiones informada es esencial, ya que se basa en información sólida y un análisis cuidadoso. Los líderes utilizan datos, tendencias y proyecciones para

fundamentar sus decisiones estratégicas en todas las áreas de la empresa. Es importante destacar que la planificación estratégica no es exclusiva de un departamento o nivel jerárquico; implica la participación de la alta gerencia y empleados de todas las áreas de la organización para garantizar una implementación efectiva y una comprensión compartida de los objetivos. (Ackoff R. L., 2001)

CAPÍTULO 2

2. Direccionamiento Estratégico

Tabla 2 Valores estratégicos

DEFINICIÓN DE LOS VALORES ESTRATÉGICOS						
DIMENSIONES	1	2	3	4	5	CARACTERIZACIONES
Honestidad						Ofrecemos a nuestros clientes honestidad en todos los procesos de compra y venta de los productos inmobiliarios.
Responsabilidad de ventas						
Compromiso con el cliente						Nos esforzamos para que el servicio brindado sea de total satisfacción para nuestros clientes.
Profesionalismo en los procesos inmobiliarios.						Priorizamos el cumplimiento estricto de los procedimientos de todos los procesos que se manejan en las negociaciones del mercado.

Fuente: Tomado Coronel, I 2007

2.1 Valores estratégicos

Se realizó una sesión de lluvia de ideas con los propietarios de la empresa y representantes de la sede principal para establecer los valores estratégicos del negocio. Los valores examinados están enumerados en la siguiente matriz.

VALORES ESTRATÉGICOS

Declaratoria:

- Ofrecemos a nuestros clientes honestidad en todos los procesos de compra y venta de los productos inmobiliarios.
- Nos esforzamos para que el servicio brindado sea de total satisfacción para nuestros clientes.
- Priorizamos el cumplimiento estricto de los procedimientos de todos los procesos que se manejan en las negociaciones del mercado.

2.2 Misión

Después de examinar los valores fundamentales de la empresa y establecer su identidad corporativa, así como los productos y servicios que ofrecerá, en conjunto con la alta dirección se formuló la siguiente declaración de misión para la empresa.

Declaratoria de la Misión

En Bienes Catedral nos comprometemos a ser líderes en el mercado inmobiliario de Cuenca, Ecuador, ofreciendo servicios de alta calidad que superen las expectativas de nuestros clientes. Nos esforzamos por brindar soluciones integrales y personalizadas, basadas en principios de transparencia, profesionalismo e innovación. Nuestro objetivo es contribuir al desarrollo y bienestar de la comunidad, proporcionando un ambiente de confianza y excelencia en cada transacción inmobiliaria.

2.3 Visión

Después de examinar los valores fundamentales y definir la esencia y el propósito de la empresa, la alta dirección ha creado la siguiente visión para la empresa:

Declaratoria de la Visión

Nos visualizamos como la principal opción en el mercado inmobiliario de Cuenca, siendo reconocidos por nuestra excelencia en el servicio al cliente, nuestra innovación constante y nuestro compromiso con la comunidad. Buscamos ser líderes en la industria, creando un impacto positivo en el desarrollo urbano y en la calidad de vida de nuestros clientes y la comunidad en general.

2.4 Estrategia empresarial

Basándonos en el análisis de la situación actual, el objetivo es identificar el propósito fundamental de crear valor y reforzar las ventajas competitivas de la empresa. Esta metodología se fundamentó en la utilización de una matriz especializada.

Tabla 3 Factores estratégicos

MATRIZ DE DECISIÓN DE FACTORES ESTRATÉGICOS						
	Servicio de calidad	Gama de productos de la inmobiliaria	Requerimientos de nuestros clientes	Condiciones de negociación con proveedores	Política de precios	Horizontales (unos)
Servicio de calidad		1		1	1	3
Gama de productos de la inmobiliaria				1	1	2
Requerimientos de nuestros clientes				1	1	2
Condiciones de negociación con proveedores						0
Política de precios						0
Verticales (blancos)	0	0	2	0	1	
Horizontales (unos)	3	2	2	0	0	
Total	3	2	4	0	1	
Orden de importancia	2	3	1	5	4	

Declaratoria:

Con base en los requerimientos de nuestros clientes, nos comprometemos a ofrecer un servicio de calidad excepcional que se refleje en nuestra amplia gama de productos inmobiliarios. Mantenemos una política de precios competitivos y transparentes, respaldada por flexibles condiciones de negociación.

CAPÍTULO 3

3. Planeación a largo plazo

3.1 Temas estratégicos

Siguiendo con el proceso estratégico, el equipo de alta gerencia encargado de la planificación estratégica de la empresa empezó a identificar y definir los aspectos fundamentales del negocio que sustentan la estrategia empresarial y que deben ser gestionados a largo plazo.

En la siguiente matriz se detallan los temas estratégicos que fueron analizados:

Tabla 4 Temas estratégicos

TEMAS ESTRATÉGICOS	PONDERACIÓN			OBSERVACIONES
	A	B	C	
EXPANSIÓN DEL MERCADO	■			Implementación de nuevas estrategias de negociación
GESTIÓN DE SERVICIOS		■		
RELACIONES CON LOS CLIENTES	■			Estrategia de comunicación y servicio al cliente, fomentando la lealtad.
GESTIÓN DEL TALENTO	■			Desarrollar programas de capacitación y retención del talento humano.
ADMINISTRACIÓN	■			Estructurar todo el ámbito organizacional de la empresa

Fuente: Tomado de Coronel, I 2007

TEMAS CRÍTICOS

- Expansión de mercado: implementación de nuevas estrategias de negociación.
- Relaciones con los clientes: Estrategia de comunicación y servicio al cliente, fomentando la lealtad.
- Gestión del talento: Desarrollar programas de capacitación y retención del talento humano.
- Administración: Estructurar todo el ámbito organizacional de la empresa.

3.2 Asuntos estratégicos externos e internos

A continuación, se presenta el análisis FODA de la empresa ‘Catedral’

Tabla 5 Temas críticos

TEMAS CRÍTICOS	ASUNTOS ESTRATÉGICOS
	FORTALEZAS:
Expansión de mercado	Somos una empresa que identifica nuevas oportunidades de crecimiento para aumentar su alcance geográfico captando un nuevo número de clientes.
Relaciones con los clientes	Construimos relaciones y conexiones sólidas para aumentar la lealtad de nuestros clientes y cumpliendo sus necesidades con una calidad alta.
	DEBILIDADES:
Gestión del talento	Es primordial implementar programas efectivos de reclutamiento y desarrollo del personal
Administración	Es necesario ejecutar la planificación y control de todas las actividades que se desarrolla internamente en la organización
	OPORTUNIDADES:
Expansión de mercado	Nuestro mercado demográfico es muy dinámico en lo referente a gustos y preferencias, se puede explorar un gran nicho de mercado que no se alcanzado aún.
Relaciones con los clientes	Comprender las necesidades de los clientes de manera clara y técnica permitirá a la empresa adaptar los servicios a sus requerimientos.
	AMENAZAS:
Gestión del talento	Si no se abordan adecuadamente con la retención y desarrollo del personal podría afectar negativamente a los servicios brindados por la empresa.
Administración	La falta de una administración efectiva podría resultar en una falta de coordinación, errores en la toma de decisiones, pérdida de oportunidades y falta de cumplimiento de objetivos empresariales.

3.3 Análisis F.O.D.A

Los resultados significativos derivados del análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas se presentan detalladamente en la siguiente tabla:

Tabla 6: Matriz FODA

MATRIZ FO-FA-DO-DA							
		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		TOTAL	ORDEN DE IMPORTANCIA
		1	2	1	2		
FORTALEZAS	1	1	1	1	0	3	1
	2	1	1	0	0	2	2
DEBILIDADES	1	1	1	1	1	4	1
	2	1	0	0	1	2	2

ASUNTOS CRÍTICOS

- Somos una empresa que identifica nuevas oportunidades de crecimiento para aumentar su alcance geográfico captando un nuevo número de clientes.
- Construimos relaciones y conexiones sólidas para aumentar la lealtad de nuestros clientes y cumpliendo sus necesidades con una calidad alta.
- Es primordial implementar programas efectivos de reclutamiento y desarrollo del personal
- Es necesario ejecutar la planificación y control de todas las actividades que se desarrolla internamente en la organización

3.4 Evaluación de los asuntos estratégicos

Los resultados sugieren que los temas críticos tienen un nivel de influencia estratégica ligeramente más alto que los temas estratégicos externos. Esto nos ofrece la oportunidad de elaborar estrategias que aprovechen esta fortaleza interna.

Tabla 7: Matriz de evaluación

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE ASUNTOS ESTRATÉGICOS			
ASUNTOS CRÍTICOS	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
FORTALEZAS:			
1	30%	4	1.20
2	30%	3	0.90
DEBILIDADES:			
1	20%	2	0.40
2	20%	2	0.40
TOTAL	100%		2.90
ASUNTOS ESTRATEGICOS EXTERNOS	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	CALIFICACION PONDERADA
OPORTUNIDADES:			
1	30%	3	0.90
2	30%	4	1.20
AMENAZAS:			
1	20%	1	0.20
2	20%	1	0.20
TOTAL	100%		2.50

Fuente: Tomado de Coronel, I 2017

Dado que los temas estratégicos internos tienen una importancia significativa, sería más beneficioso enfocarnos en estrategias que saquen provecho de esta situación.

3.5 Estrategia de valor F.O.D.A

Después de finalizar la evaluación, se sugirieron las estrategias de valor requeridas para mejorar el desempeño de los temas críticos en contraste con los temas estratégicos externos. Las estrategias propuestas:

Tabla 8: Estrategias de valor

ESTRATEGIAS DE VALOR		
ESTRATEGIAS FC	F1O1	Es necesario aprovechar el crecimiento del mercado demográfico dinámico mediante la identificación temprana de nuevas oportunidades de expansión geográfica y la captación de clientes adicionales.
	F1O2	Es fundamental, utilizar el entendimiento profundo de las necesidades del cliente para adaptar los servicios de la empresa, aumentando así la satisfacción del cliente y consolidando relaciones duraderas.
	F2O1	Hay que mantener la exploración del nicho de mercado no alcanzado mediante la construcción de relaciones sólidas y confiables con los clientes, lo que podría resultar en un aumento significativo de la lealtad del cliente.
	F2O2	Es fundamental, adaptar los servicios de la empresa para satisfacer las necesidades técnicas y claras de los clientes, lo que podría generar un crecimiento significativo al abordar sus requisitos específicos de manera eficiente.
ESTRATEGIAS FA	F1A1	Es necesario implementar programas efectivos de reclutamiento y desarrollo del personal para abordar adecuadamente la retención y el crecimiento del talento, lo que garantizará la calidad y consistencia de los servicios ofrecidos.
	F1A2	Establecer sistemas robustos de planificación y control para todas las actividades internas de la organización, lo que permitirá una gestión más eficaz y una toma de decisiones informada.
	F2A1	Priorizar la retención y el desarrollo del personal como una estrategia clave para contrarrestar los posibles impactos negativos en la calidad de los servicios, asegurando así la satisfacción del cliente.
	F2A2	Implementar prácticas de administración efectivas para garantizar la coordinación adecuada, la toma de decisiones precisa y el cumplimiento de los objetivos empresariales, minimizando así los riesgos asociados con una gestión ineficiente.
ESTRATEGIAS DO	D1O1	Desarrollar estrategias de reclutamiento y capacitación específicas para aprovechar el dinamismo del mercado demográfico y alcanzar nuevos segmentos de clientes.
	D1O2	Establecer un sistema de seguimiento y análisis de las necesidades del cliente para identificar oportunidades de mejora y adaptación de servicios, maximizando así el potencial de crecimiento.
	D2O1	Implementar programas de retención de personal y desarrollo de habilidades para capitalizar el conocimiento interno y aprovechar las oportunidades del mercado de manera más efectiva.
	D2O2	Crear mecanismos de control y supervisión para garantizar una adaptación ágil y eficiente a las demandas cambiantes del mercado, minimizando así el impacto de las amenazas externas.
ESTRATEGIAS DA	D1A1	Implementar estrategias de reclutamiento proactivo y programas de capacitación continua para contrarrestar los posibles impactos negativos de una falta de retención y desarrollo del personal en la calidad de los servicios.
	D1A2	Establecer procedimientos claros y eficientes para la planificación y control de todas las actividades internas, lo que permitirá abordar las debilidades en la ejecución de las operaciones y mejorar la efectividad de la empresa.
	D2A1	Priorizar la retención del personal clave y la mejora de las habilidades de gestión para mitigar los riesgos asociados con una gestión ineficiente, asegurando así la estabilidad y el crecimiento sostenible de la empresa.
	D2A2	Implementar sistemas de gestión de riesgos integrales para identificar, evaluar y mitigar los posibles impactos negativos de una administración deficiente en la calidad de los servicios y la competitividad de la empresa.

Fuente: Tomado de Coronel, I 2007

3.6 Objetivos estratégicos

Al haber realizado esta matriz se puede conocer cuáles son los objetivos estratégicos de la empresa.

Tabla 9: *Objetivos estratégicos*

ASUNTOS CRÍTICOS	ESTRATEGIAS DE VALOR	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Somos una empresa que identifica nuevas oportunidades de crecimiento para aumentar su alcance geográfico captando un nuevo número de clientes.	Es necesario aprovechar el crecimiento del mercado demográfico dinámico mediante la identificación temprana de nuevas oportunidades de expansión geográfica y la captación de clientes adicionales.	Desarrollar e implementar un plan de expansión de mercado que incluya la investigación detallada de las preferencias y necesidades del cliente en diferentes segmentos demográficos. Utilizar estos conocimientos para adaptar y personalizar nuestros servicios, asegurando así una oferta que satisfaga las demandas específicas de cada cliente potencial.
	Es fundamental, utilizar el entendimiento profundo de las necesidades del cliente para adaptar los servicios de la empresa, aumentando así la satisfacción del cliente y consolidando relaciones duraderas.	
	Hay que mantener la exploración del nicho de mercado no alcanzado mediante la construcción de relaciones sólidas y confiables con los clientes, lo que podría resultar en un aumento significativo de la lealtad del cliente.	
	Es fundamental, adaptar los servicios de la empresa para satisfacer las necesidades técnicas y claras de los clientes, lo que podría generar un crecimiento significativo al abordar sus requisitos específicos de manera eficiente.	

<p>Construimos relaciones y conexiones sólidas para aumentar la lealtad de nuestros clientes y cumpliendo sus necesidades con una calidad alta.</p>	<p>Es necesario implementar programas efectivos de reclutamiento y desarrollo del personal para abordar adecuadamente la retención y el crecimiento del talento, lo que garantizará la calidad y consistencia de los servicios ofrecidos.</p>	<p>Implementar un sistema integral de gestión del talento que incluya programas de reclutamiento innovadores y efectivos para atraer y retener el personal más calificado. Desarrollar e implementar sistemas de planificación y control robustos para todas las actividades internas de la organización.</p>
	<p>Establecer sistemas robustos de planificación y control para todas las actividades internas de la organización, lo que permitirá una gestión más eficaz y una toma de decisiones informada.</p>	
	<p>Priorizar la retención y el desarrollo del personal como una estrategia clave para contrarrestar los posibles impactos negativos en la calidad de los servicios, asegurando así la satisfacción del cliente.</p>	
	<p>Implementar prácticas de administración efectivas para garantizar la coordinación adecuada, la toma de decisiones precisa y el cumplimiento de los objetivos empresariales, minimizando así los riesgos asociados con una gestión ineficiente.</p>	

<p>Es primordial implementar programas efectivos de reclutamiento y desarrollo del personal</p>	<p>Desarrollar estrategias de reclutamiento y capacitación específicas para aprovechar el dinamismo del mercado demográfico y alcanzar nuevos segmentos de clientes.</p>	<p>Establecer e implementar programas de reclutamiento estratégico destinados a identificar y atraer talento altamente calificado y comprometido con la filosofía de la empresa. Desarrollar y mantener un sistema continuo de seguimiento y análisis de las necesidades del cliente para comprender sus expectativas y preferencias.</p>
	<p>Establecer un sistema de seguimiento y análisis de las necesidades del cliente para identificar oportunidades de mejora y adaptación de servicios, maximizando así el potencial de crecimiento.</p>	
	<p>Implementar programas de retención de personal y desarrollo de habilidades para capitalizar el conocimiento interno y aprovechar las oportunidades del mercado de manera más efectiva.</p>	
	<p>Crear mecanismos de control y supervisión para garantizar una adaptación ágil y eficiente a las demandas cambiantes del mercado, minimizando así el impacto de las amenazas externas.</p>	

Es necesario ejecutar la planificación y control de todas las actividades que se desarrolla internamente en la organización.	Implementar estrategias de reclutamiento proactivo y programas de capacitación continua para contrarrestar los posibles impactos negativos de una falta de retención y desarrollo del personal en la calidad de los servicios.	Fortalecer la eficiencia operativa de la empresa mediante la implementación de sistemas integrales de planificación y control para todas las actividades internas, asegurando así una ejecución efectiva y eficiente de los procesos.
	Establecer procedimientos claros y eficientes para la planificación y control de todas las actividades internas, lo que permitirá abordar las debilidades en la ejecución de las operaciones y mejorar la efectividad de la empresa.	
	Priorizar la retención del personal clave y la mejora de las habilidades de gestión para mitigar los riesgos asociados con una gestión ineficiente, asegurando así la estabilidad y el crecimiento sostenible de la empresa.	
	Implementar sistemas de gestión de riesgos integrales para identificar, evaluar y mitigar los posibles impactos negativos de una administración deficiente en la calidad de los servicios y la competitividad de la empresa.	

Fuente: Tomado de Coronel, I 2007

3.7 Indicadores clave de desempeño

En este cuadro, junto con los objetivos estratégicos, vamos a reconocer los indicadores clave de rendimiento que facilitarán una supervisión adecuada.

Tabla 10: Indicadores clave de desempeño

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO
Desarrollar e implementar un plan de expansión de mercado que incluya la investigación detallada de las preferencias y necesidades del cliente en diferentes segmentos demográficos. Utilizar estos conocimientos para adaptar y personalizar nuestros servicios, asegurando así una oferta que satisfaga las demandas específicas de cada cliente potencial.	Proporción de clientes obtenidos en la cartera de la empresa con la implementación del plan de expansión.
Implementar un sistema integral de gestión del talento que incluya programas de reclutamiento innovadores y efectivos para atraer y retener el personal más calificado. Desarrollar e implementar sistemas de planificación y control robustos para todas las actividades internas de la organización.	Proporción de personal que se mantiene en la empresa sin rotación en el último periodo fiscal de la empresa
Establecer e implementar programas de reclutamiento estratégico destinados a identificar y atraer talento altamente calificado y comprometido con la filosofía de la empresa. Desarrollar y mantener un sistema continuo de seguimiento y análisis de las necesidades del cliente para comprender sus expectativas y preferencias.	Número de programas creados para reclutamiento estratégico del personal y sistemas de seguimiento al cliente eficientes.
Fortalecer la eficiencia operativa de la empresa mediante la implementación de sistemas integrales de planificación y control para todas las actividades internas, asegurando así una ejecución efectiva y eficiente de los procesos.	Proporción de actividades controladas mediante sistemas integrales implementados por la empresa

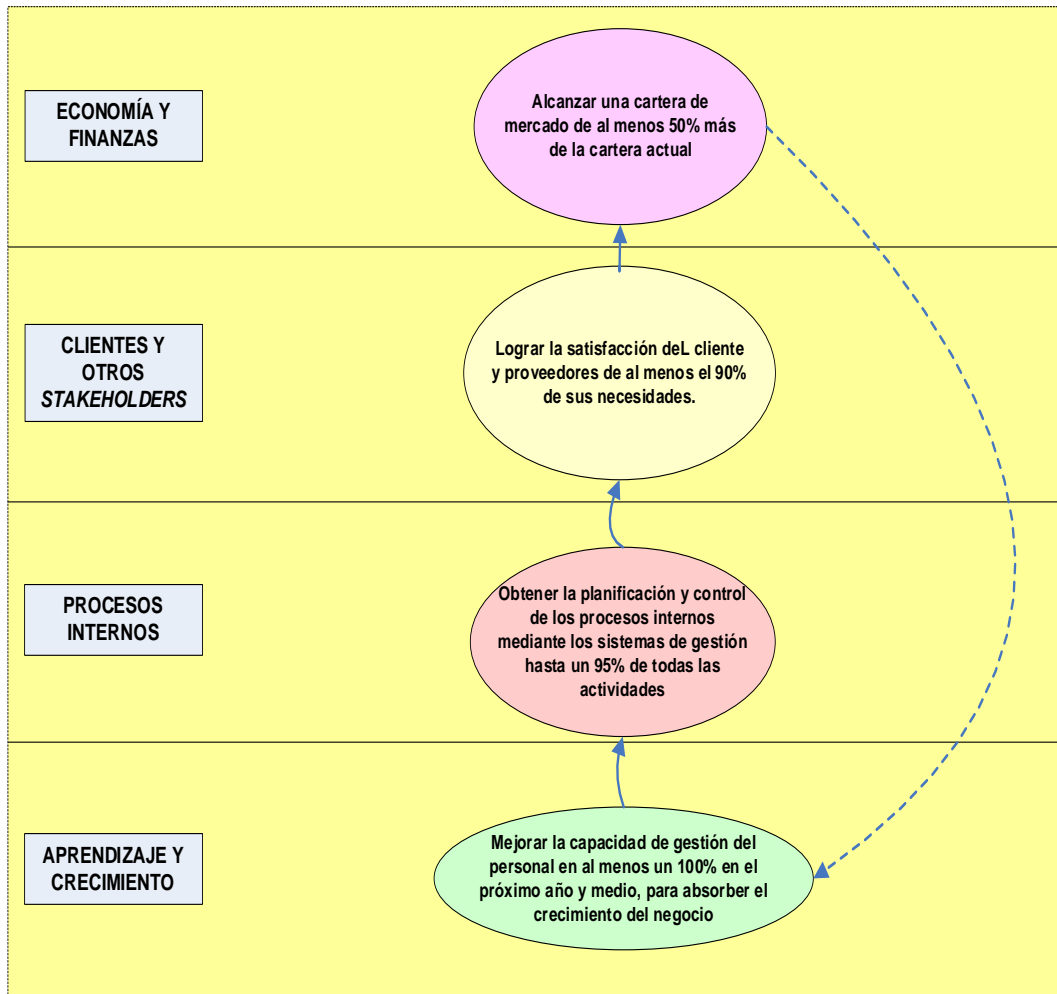
Fuente: Tomado de Coronel, I 2017

3.8 Cuadro de mando Integral

El CMI (Cuadro de Mando Integral) es un sistema de gestión estratégica que ayuda a las organizaciones a traducir su visión y estrategia en acciones concretas y medidas de desempeño. Se utiliza para alinear las actividades de la organización con sus objetivos estratégicos y monitorear su progreso hacia el logro de los mismos.

3.9 Mapa estratégico.

Tabla 11: Mapa estratégico



Fuente: Tomado de Coronel, I 2007

3.10 Tablero de control

Tabla 12: Tablero de control

TABLERO DE CONTROL						
	PROCESO O ÁREA CRÍTICOS	ASUNTO CRÍTICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR CLAVE DE DESEMPEÑO	ESTRATEGIA INTEGRAL DE VALOR	PRESUPUESTO REFERENCIAL
ECONOMÍA Y FINANZAS	Adquisición de cartera	Somos una empresa que identifica nuevas oportunidades de crecimiento para aumentar su alcance geográfico captando un nuevo número de clientes.	Desarrollar e implementar un plan de expansión de mercado que incluya la investigación detallada de las preferencias y necesidades del cliente en diferentes segmentos demográficos. Utilizar estos conocimientos para adaptar y personalizar nuestros servicios, asegurando así una oferta que satisfaga las demandas específicas de cada cliente potencial.	Proporción de clientes obtenidos en la cartera de la empresa con la implementación del plan de expansión.	Implementar estrategias de análisis de mercado y captación de clientes	2500
CLIENTES, OTROS STAKEHOLDERS Y AMBIENTE	Planificación	Es necesario ejecutar la planificación y control de todas las actividades que se desarrolla internamente en la organización.	Desarrollar e implementar sistemas de planificación y control robustos para todas las actividades internas de la organización.	Número de actividades controlados por sistemas integrales de gestión	Implementar sistemas de gestión integral, administrativos e informativos para el control de actividades.	2000
PROCESOS INTERNOS	Administración	Es necesario ejecutar la planificación y control de todas las actividades que se desarrolla internamente en la organización.	Desarrollar e implementar sistemas de planificación y control robustos para todas las actividades internas de la organización.	Proporción de actividades controladas mediante sistemas integrales implementados por la empresa	Implementar sistemas de gestión integral, administrativos e informativos para el control de actividades.	2000
	Servicio al cliente	Construimos relaciones y conexiones sólidas para aumentar la lealtad de nuestros clientes y cumpliendo sus necesidades con una calidad alta.	Establecer e implementar programas de reclutamiento estratégico destinados a identificar y atraer talento altamente calificado y comprometido con la filosofía de la empresa. Desarrollar y mantener un sistema continuo de seguimiento y análisis de las necesidades del cliente para comprender sus expectativas y preferencias.	Proporción de personal que se mantiene en la empresa sin rotación en el último periodo fiscal de la empresa	Implementar sistemas efectivos para el reclutamiento estratégico que permita mantener la confianza y crecimiento de nuestros clientes	3000
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	Talento Humano	Es primordial implementar programas efectivos de reclutamiento y desarrollo del personal	Establecer e implementar programas de reclutamiento estratégico destinados a identificar y atraer talento altamente calificado y comprometido con la filosofía de la empresa. Desarrollar y mantener un sistema continuo de seguimiento y análisis de las necesidades del cliente para comprender sus expectativas y preferencias.	Número de programas creados para reclutamiento estratégico del personal y sistemas de seguimiento al cliente eficientes.	Mantener estrategias integrales y efectivas para elevar el compromiso del personal y reducir la rotación dentro de la organización	2500

Fuente: Tomado de Coronel, 20017

CAPÍTULO 4

4. RESULTADOS

La planificación estratégica en la empresa Bienes Raíces Catedral ha sido un proceso fundamental para guiar el crecimiento y el desarrollo de la organización. Este capítulo ofrece un análisis detallado de las actividades y estrategias implementadas en el marco de la planeación estratégica, destacando los logros alcanzados y los desafíos enfrentados.

Descripción de la Empresa

Bienes Raíces Catedral es una empresa líder en el sector inmobiliario ubicada en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Con una sólida trayectoria en el mercado, la empresa se ha destacado por su compromiso con la excelencia en el servicio al cliente y su enfoque en la innovación y la calidad.

Proceso de Planeación Estratégica

La empresa ha llevado a cabo un proceso sistemático de planificación estratégica, que ha implicado la definición de su visión, misión y valores fundamentales, así como la identificación de objetivos estratégicos a largo plazo. Este proceso ha sido guiado por la participación activa de la alta dirección y el análisis exhaustivo del entorno empresarial y las tendencias del mercado.

Análisis FODA

Uno de los pilares de la planeación estratégica ha sido el análisis FODA, que ha permitido a la empresa identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Este análisis ha proporcionado información valiosa para la formulación de estrategias que capitalicen las fortalezas internas y mitiguen las amenazas externas.

Definición de Objetivos Estratégicos

Sobre la base del análisis FODA, la empresa ha definido una serie de objetivos estratégicos claros y medibles. Estos objetivos abarcan áreas clave como la expansión del mercado, la mejora de la eficiencia operativa y la innovación en productos y servicios.

Implementación de Estrategias

La empresa ha implementado una variedad de estrategias para alcanzar sus objetivos estratégicos. Esto incluye iniciativas para diversificar su cartera de productos, mejorar la experiencia del cliente, expandir su presencia en nuevos mercados y fortalecer su posición competitiva.

Seguimiento y Evaluación

Se han establecido mecanismos de seguimiento y evaluación para monitorear el progreso hacia los objetivos estratégicos y realizar ajustes según sea necesario. Esto incluye el uso de indicadores clave de desempeño y la realización de revisiones periódicas del plan estratégico.

Conclusiones y Perspectivas Futuras

En conclusión, la planeación estratégica ha sido fundamental para el éxito de Bienes Raíces Catedral, proporcionando una guía clara para el crecimiento y la expansión de la empresa. Mirando hacia el futuro, la empresa continuará adaptando y refinando su estrategia para mantener su posición como líder en el mercado inmobiliario de Cuenca y seguir cumpliendo con las expectativas de sus clientes y partes interesadas.

CONCLUSIONES

La tesis ha demostrado que la planeación estratégica es un componente vital para el éxito sostenible de Bienes Raíces Catedral. Al implementar un proceso estructurado de planificación estratégica, la empresa ha logrado identificar y capitalizar oportunidades de crecimiento, mitigar riesgos y mantenerse adaptable en un entorno empresarial dinámico.

Se ha destacado la prioridad de la empresa en comprender las necesidades y expectativas de sus clientes, así como en ofrecer un servicio de alta calidad. Esta orientación al cliente ha sido fundamental para mantener la lealtad del cliente y fortalecer la reputación de la empresa en el mercado.

Bienes Raíces Catedral ha demostrado una capacidad notable para innovar y adaptarse a los cambios del mercado. Mediante la introducción de nuevos productos y servicios, así como la adopción de tecnologías emergentes, la empresa ha logrado mantenerse relevante y competitiva en un mercado en constante evolución.

La tesis ha resaltado la importancia de una gestión eficaz del talento humano en el éxito de la empresa. Al implementar programas de reclutamiento y desarrollo del personal, Bienes Raíces Catedral ha podido atraer y retener a empleados talentosos, lo que ha contribuido al logro de sus objetivos estratégicos.

Por último, la tesis ha subrayado el compromiso de Bienes Raíces Catedral con la mejora continua. La empresa reconoce la importancia de evaluar regularmente su desempeño, identificar áreas de mejora y tomar medidas correctivas según sea necesario para mantener su posición de liderazgo en el mercado inmobiliario de Cuenca.

RECOMENDACIONES

Aunque la empresa ha demostrado habilidad para diversificar su cartera de productos y servicios, se recomienda realizar una evaluación continua de las necesidades del mercado y las tendencias del sector inmobiliario para identificar oportunidades adicionales de expansión y diferenciación.

Para mantener su ventaja competitiva, Bienes Raíces Catedral debe continuar invirtiendo en programas de reclutamiento, capacitación y desarrollo del personal. Esto asegurará que la empresa cuente con un equipo talentoso y altamente motivado capaz de enfrentar los desafíos futuros.

Mejorar la eficiencia operativa y la agilidad empresarial requiere una revisión exhaustiva de los procesos internos. Se recomienda identificar áreas de redundancia, simplificar los flujos de trabajo y aprovechar la tecnología para automatizar tareas repetitivas y mejorar la productividad general.

La innovación es clave para mantenerse relevante en un mercado competitivo. Bienes Raíces Catedral debería promover una cultura organizacional que fomente la creatividad, el pensamiento crítico y la experimentación. Esto puede implicar la creación de programas de incentivos para la generación de nuevas ideas y la colaboración interdepartamental.

La satisfacción del cliente es fundamental para el éxito a largo plazo. La empresa debería enfocarse en mejorar la comunicación con los clientes, recopilar regularmente comentarios y retroalimentación, y personalizar sus servicios para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente. Esto ayudará a construir relaciones sólidas y fomentar la lealtad del cliente a largo plazo.

REFERENCIAS

Bibliografía

- Ackoff, R. L. (2000). *La planificación estratégica de sistemas*. Editorial Limusa.
- Ackoff, R. L. (2001). *Planeación de la empresa del futuro: El enfoque de la planeación estratégica*. Editorial Limusa.
- Ansoff, H. I. (2007). *Estrategia: dirección de la empresa*. Pirámide.
- Bryson, J. M. (2004). *Planificación estratégica para organizaciones públicas y sin fines de lucro*. Gestión 2000.
- Drucker, P. F. (2003). *La administración en la sociedad del conocimiento*. Sudamericana.
- Fernández Sánchez, J. A. (2022). *Planificación Estratégica: Un enfoque metodológico*. Díaz de Santos.
- Guix, M. (2006). *Estrategia: Planificar, pensar y hacer*. Deusto.
- Hamel, G. &. (1999). *Competir por el futuro*. Deusto.
- Kaplan, R. S. (2000). *El cuadro de mando integral: Cómo convertir la estrategia en acción*. Gestión 2000.
- Kotler, P. &. (2006). *Dirección de Marketing*. Pearson Educación.
- Martínez-Cañas, R. (2002). *La dirección estratégica de la empresa: Teoría y aplicaciones*. Pirámide.
- Mintzberg, H. A. (2001). *Safari de estrategia: Un recorrido por la selva del management estratégico*. Paidós.
- Porter, M. E. (2000). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. CECSA.
- Rumelt, R. P. (2011). *Buenas y malas estrategias: Cómo reconocerlas y aprovecharlas*. Deusto.

Serna, H. (2000). *La planificación estratégica en la práctica*. McGraw-Hill Interamericana.

Serna, H. (2001). *Planeación estratégica: Un enfoque metodológico*. Pearson Educación.

Thompson, A. A. (2008). *Dirección y administración estratégica*. Thomson Learning.

Van der Heijden, K. (2005). *Escenarios: La artesanía de la estrategia*. Deusto.

Wheelen, T. L. (2008). *Conceptos de administración estratégica*. Pearson Educación.

Wheelen, T. L. (2008). *Fundamentos de administración estratégica*. Pearson Educación.