



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN**

EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO I

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR:
JORGE LUIS REAÑO RODRIGUEZ**

IQUITOS, PERÚ

2020



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN

“COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS”



ACTA DE EXAMEN ORAL - VIRTUAL DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
ACTUALIZACIÓN ACADÉMICA N°123-CCGyT-FACEN-UNAP-2020

En la ciudad de Iquitos, a los **27** días del mes de **octubre** del 2020, a horas **04:00 p.m.** se ha constituido en la Plataforma: Zoom, el jurado designado mediante **Resolución Decanal N°0889-2020-FACEN-UNAP**, integrado por el **LIC.ADM. HUGO HENRY RUIZ VASQUEZ, Mg. (Presidente)**, **LIC.ADM. PIO CHUMBES HUILLCA, Dr. (Miembro)** y el **LIC.ADM. VALDEMAR ROSARIO RODRIGUEZ SALVADOR, Dr. (Miembro)**, para proceder al acto del Examen Oral de Suficiencia Profesional - Actualización Académica del Bachiller en Ciencias Administrativas **JORGE LUIS REAÑO RODRIGUEZ**, tendiente a optar el Título Profesional de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**.

De acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos y sustentado en la Ley N°30220, el jurado procedió al examen oral virtual sobre el tema: **"PLANEAMIENTO ESTRATEGICO I"**.

El acto académico virtual fue aperturado por el Presidente del Jurado, dándose lectura a la resolución que fija la realización del examen oral.

De inmediato procedió a invitar al examinado a realizar una breve exposición sobre el tema del examen y posteriormente a los señores del jurado a formular las preguntas que crean convenientes relacionadas al acto. Luego de un amplio debate y a criterio del Presidente del Jurado, se dio por concluido el examen oral pasando el jurado a la evaluación y deliberación correspondiente en privado; concluyendo que el examinado ha sido: **APROBADO POR UNANIMIDAD**

El Jurado dio a conocer el resultado del examen en **ACTO PÚBLICO**, siendo las 5:30 PM se dio por terminado el acto académico.

LIC.ADM. HUGO HENRY RUIZ VASQUEZ, Mg.
Presidente


LIC.ADM. PIO CHUMBES HUILLCA, Dr.
Miembro


LIC.ADM. VALDEMAR ROSARIO RODRIGUEZ SALVADOR, Dr.
Miembro

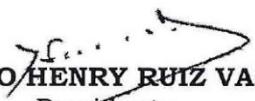
Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: facen@unapiquitos.edu.pe
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



TEMA: "PLANEAMIENTO ESTRATEGICO I"

MIEMBROS DEL JURADO


LIC.ADM. HUGO HENRY RUIZ VASQUEZ, Mg.
Presidente
CLAD-01972


LIC.ADM. PIO CHUMBES HUILLCA, Dr.
Miembro
CLAD-18910


LIC.ADM. VALDEMAR ROSARIO RODRIGUEZ SALVADOR, Dr.
Miembro
Colegiatura N°17-05710713

Índice

	Pág.
Portada	01
Acta de sustentación.....	02
Miembros de jurado	03
Índice	04
Resumen	05
Introducción	06
CAPÍTULO I: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	08
1.1 Planeamiento estratégico	08
1.2 El tiempo	08
1.3. Tiempo pasado	09
1.4. Tiempo presente	09
1.5. Tiempo futuro.....	09
CAPÍTULO II: PARADIGMA DEL PLANEAMIENTO.....	11
2.1 Los criterios del planeamiento	11
2.1.1. El criterio racional	11
2.2.1. Definición de los problemas.....	11
CAPÍTULO III: EL MODELO DE ACKOFF	16
3.1 El planeamiento estratégico	16
3.2. Reactivismo.....	16
3.3. Preactivismo	16
3.4. Proactivismo.....	17
CAPÍTULO IV: LA PROSPECTIVA.....	22
4.1 Reseña histórica.....	22
4.2 Marco conceptual	22
4.3 Tipos de prospectiva	25
4.4 Potencial de la prospectiva en el Perú	25
4.4 Metodología.....	26
Conclusiones	32
Bibliografía	34

Resumen

La planificación estratégica es un concepto surgido a mediados del siglo XX, nace como una herramienta administrativa para orientar una empresa, cuyos resultados se reflejan en la planificación estratégica y así mismo se convierten en el motor de las futuras actividades y acciones que decida la empresa. Hacia sus objetivos. El éxito y el fracaso de una empresa u organización radican en la forma en que aplica la planeación estratégica, que es la forma de analizar y comprender el comportamiento externo e interno de los factores que afectan el desempeño de la organización, para que potencialmente pueda enfrentar estos cambios. , que en la actualidad son impulsados principalmente por el progreso tecnológico.

Introducción

El mundo empresarial actual es significativamente más complicado y diferente de lo que hace unos años; El comercio electrónico continúa cambiando la naturaleza de las empresas en la naturaleza, miles de alianzas estratégicas han sido capacitadas, incluso entre los competidores, muchas compañías han declarado quiebra; Por lo tanto, miles de compañías han dado actividades globales y miles de personas que se han celebrado tanto para la absorción como para la constitución; Miles de personas han crecido con fuerza, pero miles de personas han fallado por esta organización para sobrevivir y mantenerse a sí mismas deberán mantenerse en un proceso de advertencia continuo, adaptable y adaptable. Condiciones de cambios ambientales. El objetivo principal de la planificación estratégica es establecer la base para los ensayos que permitirán a las organizaciones de navegación y mantener incluso antes de cambiar la motivación del contexto, cada vez más desfavorable e impredecible. Actualmente, las organizaciones que triunfan son aquellas que son capaces de adaptarse y aplicar con precisión para el cambio continuo en el mundo de los negocios dinámicos y competitivos. Además, su éxito será más grande porque predecirán estos cambios de manera activa y competitiva. Pero, ¿cómo lo haces? La respuesta es casi siempre en planificación estratégica. Charles Darwin dijo: Existen especies en vivo, no son las más poderosas e inteligentes, pero los gerentes se adaptan y se adaptan a las necesidades y desafíos consistentes del medio ambiente. En el caso de la demencia para organizar el mundo moderno, las organizaciones que existen en los cambios ambientales no solo son adaptables, sino que

también predicen, de manera proactiva y facilitan las fotos cambiantes, disfrute del medio ambiente. Y en otras organizaciones.

CAPÍTULO I: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

1.1 Planeamiento estratégico

La planificación estratégica es un proceso esencial dentro de una organización que es responsable de desarrollar lineamientos para definir planes de acción que crearán una ventaja competitiva y sostenibilidad a largo plazo para la organización. La planificación estratégica identifica recursos potenciales, alinea habilidades, identifica fortalezas y debilidades y establece un conjunto de medidas integradas que se aplicarán para garantizar que la organización logre sus resultados según lo planeado. Sin embargo, sólo alcanzará su máximo efecto cuando sea aceptada, comprendida y aplicada concretamente por todos los que la componen, como grupo permanente y organizado. También podemos decir que la planificación incluye el diseño de metas futuras por las que la empresa tiene que trabajar y los cursos de acción para alcanzarlas. El pensamiento personal, nuestra racionalidad en la elección de alternativas y nuestra actitud mental hacia el futuro, son la base del plan. Por esta razón, creemos que la afirmación anterior es cierta: la planificación es más que una simple planificación; Es construir el futuro que quieres”.

1.2 El tiempo

Uno de los elementos principales que subyace en toda la estructura de planificación es el tiempo y sus formas: pasado, presente y futuro. Como trataremos de explicar, la planificación sólo es posible en el presente, anticipando el yo futuro, a partir de experiencias pasadas.

1.3. Tiempo pasado

Si lo miramos desde cierto ángulo, cuando hablamos del pasado, nos estamos refiriendo a algo que ya no existe, algo que pasó y dejó sus consecuencias, pero lo que pasó ya no se ha ido para siempre.

El pasado sólo puede conservar su valor en los casos en que lo que hemos aprendido allí puede servirnos en el presente o en el futuro.

El pasado vive dentro de nosotros solo a través del reflejo de lo que grabamos en nuestro cerebro y viene a la mente a través de la memoria.

1.4. Tiempo presente

Si tuviéramos que identificar las características presentes, diríamos que la velocidad de cambio parece ser dominante. Hablar del presente casi siempre significa hablar del “momento que vivimos”, el único momento en el que podemos actuar y modificar la realidad.

Es en este mismo momento que nosotros también podemos articular nuestros pensamientos, analizar el pasado y proyectarnos hacia el futuro.

Es en el momento, a través de la interacción social, que podemos influir en las personas y su comportamiento.

1.5. Tiempo futuro

En rigor, hablar del futuro es hablar de cosas que aún no existen. Sin embargo, nuestro idioma está lleno de ella. Es así como solemos esconder frases como “preparar el futuro”, “el futuro está en los niños”, “construir la sociedad del

mañana”, “este producto cambiará nuestro futuro”, etc. Se trata sin duda de frases ideológicas con fines comerciales, pero que logran “apelar y explotar” nuestro interés y dolor en el futuro. Si buscamos la definición de futuro en el diccionario, encontramos "es el futuro". Se dice que los humanos juegan un papel importante en este "futuro". Todo se da. Por el contrario, el futuro es un horizonte amplio y abierto en el que fijamos nuestros ideales y esperanzas, un ámbito que podemos crear e imaginar. El pasado pertenece a la memoria, el futuro pertenece a la voluntad.

CAPÍTULO II: PARADIGMA DEL PLANEAMIENTO

2.1 Los criterios del planeamiento

Tres son los principales criterios que rigen la esencia del Planeamiento:

2.1.1. El criterio racional

La norma establece que a la hora de planificar se debe prestar especial atención a la racionalidad como base del proceso. La racionalidad, el sentido común y los estándares personales basados en la lógica serán las herramientas de mayor apoyo cuando se trata de establecer metas y desarrollar un curso de acción.

Implica una serie de acciones racionales o pasos que según Taylor (1998) describe cinco etapas, de la siguiente manera:

- Definición de los problemas y / o metas;
- La identificación de los planes / políticas alternativas;
- La evaluación de los planes / políticas alternativas;
- Implementación de planes / políticas;
- Vigilancia de los efectos de los planes / políticas.

2.2.1. Definición de los problemas

Examinar, definir y detallar el problema (definir el problema, definir el objetivo, recopilar información). Este paso implica identificar el problema, determinar la solución inicial e iniciar el análisis inicial. Los ejemplos incluyen diseño creativo, ideas creativas, inspiración, trucos y lluvia de ideas.

La identificación de los planes / políticas alternativas

Esta etapa incluye dos o tres soluciones finales al problema y la implementación inicial de la solución al problema. Es mejor hacer esta actividad en grupo, ya que pueden surgir diferentes ideas o soluciones alternativas al problema.

La evaluación de los planes / políticas alternativas.

Los criterios de evaluación son la determinación exitosa y las medidas de falla de las alternativas. Este paso contiene un análisis secundario y final con soluciones secundarias al problema.

Implementación de planes / políticas

Esta etapa comprende una solución final y la aplicación secundaria al problema. Sobre la base de los criterios de evaluación y el análisis realizado en los pasos anteriores, elegir la mejor solución generada. Estos cuatro pasos forman el núcleo de la decisión racional Fabricación modelo.

Este paso incluye la aplicación final para el problema y el monitoreo preliminar de los resultados y los resultados del problema. Este paso es la parte de construcción / renovación del proceso.

Vigilancia de los efectos de los planes / políticas

Este paso incluye una solución final y una implementación menor del problema. Con base en los criterios de evaluación y el análisis realizado en los pasos anteriores, elija la solución que genere la mejor. Estos cuatro pasos

forman el núcleo del modelo de producción de decisiones racionales. Esta etapa comprende la aplicación final del problema y el seguimiento inicial a los resultados y resultados del problema. Este paso es parte del proceso de construcción/renovación.

Requisitos y limitaciones

El modelo asume que poseemos, necesitamos o podemos obtener información completa, tanto en términos de calidad, cantidad y precisión. Esto se aplica tanto a situaciones como a casos de geometría alternativa. Además, se supone que tiene o debe adquirir conocimientos básicos de las relaciones de causa y efecto involucradas en la evaluación de alternativas. En otras palabras, se supone que tiene un conocimiento completo de todas las alternativas y los resultados de las alternativas elegidas. También se puede suponer que puede organizar las alternativas y elegir la mejor entre ellas. Las siguientes son las limitaciones del modelo de decisión racional:

- Requiere una gran cantidad de tiempo
- Requiere una gran cantidad de información
- Asuma los criterios racionales y medibles están disponibles y acordados
- Asume un conocimiento preciso, estable y completa de todas las alternativas, las preferencias, los objetivos y consecuencias
- Asume una, no racional razonable, - mundo político

El criterio normativo

Este estándar hace referencia a que una vez definidos los objetivos y las acciones posteriores a seguir, estos estándares deben convertirse en normas que guíen el trabajo de todos los elementos de la organización. Oficina. Las reglas deben ser bien conocidas y entendidas si es posible.

Originalmente, se le llamó 'plan de desarrollo', y los propios planes describen con precisión las acciones que se deben tomar para lograr los objetivos deseados. Jorge Ahumada dice: “Es un método de toma de decisiones, de elegir entre alternativas cuyas características son que permite verificar la prioridad, factibilidad, compatibilidad con metas y permite seleccionar las herramientas más efectivas.

Características principales

- Ser un método permanente.
- Requerir un sistema de organización social compatible con la conducta racional y un sistema de control.
- Contar con un plan (documento) con las decisiones de la autoridad competente.
- Seguir un proceso de elaboración del plan que tiene como etapas: diagnóstico, programación, ejecución y control y evaluación y revisión.
- Ser relevante para la decisión, la acción y la evaluación.

El criterio participativo

Establece que la planificación debe tener en cuenta la participación de todos los miembros y los recursos disponibles para la organización. Además, dentro del mismo procedimiento de planificación, podrá tener que participar o aportar ideas o sugerencias el mayor número de trabajadores. Esto les permitirá más adelante sentirse conectados con los proyectos de la empresa.

Niveles del proceso participativo

1. Nivel de informática. El nivel de información incluye brindar información a todos los interesados, pero sin recibir aportes.
2. Nivel de orientación. Este nivel de participación representa el nivel básico de influencia que los individuos y grupos pueden tener cuando son invitados a participar en el proceso de consulta. El objetivo del proceso de consulta es recoger las opiniones, sugerencias e intereses de las personas y colectivos implicados.
3. El nivel de toma de decisiones. En este nivel de participación, los individuos y los grupos tienen una influencia directa en la toma de decisiones.
4. Grado de gestión conjunta. -. En este nivel de participación, los ciudadanos y los grupos involucrados en el proceso de toma de decisiones deben participar en la implementación y el seguimiento para garantizar que el proceso de toma de decisiones se desarrolle sin problemas.

CAPÍTULO III: EL MODELO DE ACKOFF

3.1 El planeamiento estratégico

Suele decirse que la misión y visión de las organizaciones tienen sus raíces en la estrategia, la estructura y todo es cultura corporativa.

En palabras de Russell Ackoff, decimos que la planificación pasa por cuatro etapas:

3.2. Reactivismo

Reaccionan como su estado anterior y creen que las cosas van de mal en peor, por lo que no solo se resisten al cambio, sino que intentan deshacer lo que sea necesario para volver a ser como antes. Esto significa que sus acciones se enfocan en aumentar la probabilidad de deshacer los cambios; Hacen todo lo posible para "satisfacer" la perspectiva de mantener viva la organización. Reaccionan en lugar de predecir. En resumen, su enfoque es más un enfoque terapéutico que una modificación estructural. Buscan evitar lo indeseable en lugar de lograr lo deseado. Según Akov, los reaccionarios no "se dejan llevar por la corriente"; Intentan nadar contra ella para llegar a playas más famosas. Su respuesta a la mayoría de los cambios propuestos fue "lo intentamos antes y no funcionó".

3.3. Preactivismo

Los ex activistas creen que el futuro es mejor que el presente y el pasado, y el grado de mejora depende de su preparación adecuada. La previsión y la preparación son las dos etapas básicas de este tipo de planificación. Estos planificadores quieren aumentar la previsibilidad de los cambios que ocurrirán.

Se trata de aprovechar las oportunidades y 'optimizar' los recursos para el desarrollo organizacional. Los activistas anteriores no buscaban cambios en el sistema como un todo o en el medio ambiente, sino en el sistema mismo. Akov afirma que uno no debe esforzarse por ir a favor o en contra de la corriente, sino por avanzar. Piensan que así pueden aprovechar la oportunidad antes de que nadie más se acerque.

3.4. Proactivismo

Está destinado a dominar en el futuro. Los activistas abogan por diseñar el futuro que quieren y crear mecanismos y herramientas para llegar allí. No solo sobreviven o prosperan; Buscan la independencia, el crecimiento personal y la autoconciencia. Su objetivo es mejorar su capacidad para influir o controlar el cambio o sus efectos para responder rápida y eficazmente a los cambios que no pueden controlar. La incidencia consiste en eliminar las amenazas en lugar de aprovechar las oportunidades. Los activistas abogan por tratar de ser mejores en el futuro que en el presente; Quieren alcanzar el nivel ideal, tratan de hacer crecer la organización. Son progresivos. Buscan cambiar los cimientos y superestructuras de la sociedad, así como sus instituciones y organizaciones. No quieren resistir, ni viajar con el presente, ni avanzar. Están tratando de aprovecharlo.

Volviendo a Akov para decir que la planificación de fines, medios y recursos tiene al menos cinco etapas.

La formulación de la problemática: el conjunto de amenazas y oportunidades que encara la organización (Análisis FODA).

1. **El planeamiento de fines:** la especificación de los fines que se van a perseguir. Diseño del futuro deseable.
2. **El planeamiento de medios:** donde se seleccionan o crean los medios con los que se van a alcanzar los fines, aproximándose al futuro deseado.
3. **El planeamiento de recursos:** la determinación de recursos necesarios, disponibles y no disponibles y los medios de su consecución.
4. **Diseño de la implementación y el control:** la determinación de los responsables de la acción, del quehacer a realizar, del tiempo y lugar de realización y de los medios de control y sus consecuencias.

Es importante al hablar de planeamiento se toque el tema de estrategia y para ello citaremos algunas definiciones.

- Nos dice la Real Academia Española: Del latín STRATEGÍA = el arte de dirigir las operaciones militares. Es un proceso modificable, un conjunto de reglas que aseguran una óptima toma de decisiones en cada momento.
- En la literatura sobre gobernanza, encontramos que el conjunto principal de metas, objetivos y políticas define el tipo de trabajo.
- Un plan unificado, completo e integrado.

Frischknecht sugiere que la planificación estratégica siempre tiene lugar en contextos de gran incertidumbre, ya que la empresa busca posicionarse en la estructura de poder del entorno en el que prosperará y tenderá a crear o modificar estas relaciones

de poder para obtener mayor poder o libertad. Este plan suele ser especulativo y prioriza el proceso de aprendizaje, en función de los valores y actitudes de los participantes.

En cualquier plan estratégico se deben tener en cuenta al menos los ocho puntos que explicamos a continuación:

1. Examen ambiental:

Toma las cinco fuerzas sugeridas por Porter en su libro Estrategia y Ventaja Competitiva, que también incluyen macroeconomía, política, sociedad, cultura, tecnología, trabajo, apertura global, financiera, económica, etc.

2. Análisis de capacidad interna:

Valores, equipo directivo, clima laboral, procedimientos internos, gestión de la información, estructura organizativa y esquema social, descripción del puesto, estándares, etc.

3. Análisis de fatiga:

Una visión dinámica que aúna las oportunidades y amenazas del entorno en relación con las fortalezas y debilidades de la empresa.

Desarrollo de la visión y misión estratégica:

¿Qué futuro quiere lograr la organización a largo plazo? Esto creará atracción, energía, entusiasmo, impulso y compromiso con el cambio en el grupo de trabajo. Esta visión necesita ser nutrida por los conceptos y prácticas que aporten todos los integrantes de la empresa, especialmente aquellos que están en contacto con los clientes.

Validación de la visión y misión estratégica:

La Junta Directiva, órgano rector, valida la visión para aceptarla, modificarla o rechazarla.

Propósito y objetivos:

Es la transformación de la visión y la misión en un conjunto organizado de resultados deseables y medibles, claros, específicos y basados en variables medibles de progreso. Elementos clave del éxito:

La empresa debe tratar de identificar un conjunto de capacidades o recursos que la empresa necesita para lograr las metas u objetivos establecidos.

Plan de ACCION:

Teniendo en cuenta todo lo anterior, vale la pena definir lo siguiente:

Un conjunto de políticas sobre la adquisición, uso y distribución de recursos.

- . Un calendario de acciones específicas.
- . Una distribución de responsabilidades entre los miembros de la gerencia.
- . Una primera cuantificación de los recursos necesarios para cumplir con el plan.

Es probable que determinar la estrategia basada en los recursos de una empresa dé como resultado un rendimiento promedio y rendimientos decrecientes. Definir una estrategia basada en los sueños del dueño o del

CEO puede generar frustración y megaproyectos que pueden destruir la organización.

La estrategia debe ser innovadora y revolucionaria, pero al mismo tiempo inteligente, sabia y reflexiva. Algunos dicen que debe ser creado por el personal de contacto con el cliente. Otros argumentan que debería ser iniciado por un líder visionario.

Es importante darse cuenta de que una organización sin estrategia es como un soldado perdido sin un mapa o conexión entre el enemigo y el territorio enemigo.

CAPÍTULO IV: LA PROSPECTIVA

4.1 Reseña histórica

Los primeros estudios prospectivos se realizaron en los Estados Unidos en la década de 1920, pero lamentablemente se abandonaron después de la grave recesión que atravesó el país en 1929 y la Segunda Guerra Mundial que siguió.

Años más tarde, Japón, totalmente devastado, relanzó los estudios futuristas como alternativa, mejora social, industrial, económica, etc. Años de superación permitieron a este país oriental recuperar el tiempo perdido y convertirse en uno de los más poderosos del mundo.

4.2 Marco conceptual

Una definición más profunda de las perspectivas relacionadas con la gestión de ciertas directrices básicas o principios relacionados con el futuro y el papel de los humanos frente a él. Primero, es necesario comprender que el futuro no existe y en lugar de una serie de realidad o scripts se llevará a cabo para el beneficio o la incomodidad de todos, entre esa perspectiva para encontrar maneras de identificar a las personas con muchas personas que se produzcan la capacidad de las personas y, por lo tanto, Coloque un conjunto de acciones que permitan su uso beneficioso. En segundo lugar, aplicar las necesidades futuras para reducir casi en su totalidad del pasado. Aunque es importante aprender de él para obtener experiencia, pero no debe tomar decisiones

futuras basadas en escenarios vividos, porque cambia el tiempo y con sus modelos y modelos y conscientes de que nos agradecemos por el mundo de hoy y será diferente del mañana. La parte potencial del concepto de que el futuro no existe y puede formarse como un hecho de hecho (JOUVENEL, 1968) y "solo depende de las acciones humanas" (Godet, 1987). Por esta razón, el hombre puede construir el mejor futuro posible, que debe tomar la decisión correcta en el momento adecuado. Finalmente, tenemos que olvidar cualquier idea que diseñe las perspectivas como una técnica de pronóstico más técnico. Aunque esto nos ayuda a identificar los escenarios futuros con una probabilidad de suceder más y, por lo tanto, puede manejar la incertidumbre del futuro para tomar mejores decisiones, pero siempre lleve la versión de esta versión. Como resultado, las perspectivas deben entenderse como un proceso participante y de reflexión del edificio de la visión a medio plazo, lo que es sistemático para encontrar el futuro de la ciencia, la tecnología y la sociedad. Para combatir la toma de decisiones de esto y movilizar las fuerzas estadounidenses para implementarlas. De manera similar, desde la perspectiva real, las perspectivas pueden considerarse un proceso para predecir el futuro como una visión, explicando los resultados más altos potenciales y realizando las medidas más apropiadas para lograr o evitar estos resultados. Gracias al uso de métodos ampliamente utilizados en diferentes ciencias, las perspectivas buscan identificar situaciones futuras que tienen más probabilidades de enfermarse y las más deseables que una organización, región o país deba ser el registro. Hay más de 120 métodos diferentes, aunque la más utilizada es:

- **Método Delphi:** incluye un grupo de personas (expertos y expertos sobre el tema del análisis) sobre sus opiniones (juicio, imaginación, conciencia general o intuitiva), sobre el comportamiento futuro de un determinado grupo variable (elementos del cambio o "piloto"), con el objetivo de tener una idea más clara posible en las futuras situaciones en las que producirán estas variables.
- **Método del Golfo:** El método a través del cual se usa la fórmula del teorema de Bayes para obtener la probabilidad de futuros escenarios, que se muestran en supuestos de exclusión mutua.
- **Método de matriz de matriz cruzada:** Los métodos para encontrar el descubrimiento básico sobre el futuro se basan en la interacción de ciertas variables o pilotos.
- **Modo de análisis morfológico:** el método le permite descubrir todas las capacidades en las que puede crecer un sistema específico. Un saldo total en el uso de diferentes métodos le impiden prejuicios y enfoques unilaterales.

La principal barrera para eliminar es tratar de "desaparecer" y no necesariamente tiene que explicar el pasado. Esto permite que la creatividad completa vea oportunidades que el futuro puede crear para nuestra organización. Sin embargo, no debe estar nivelado para deshacerse del pasado porque puede aprender mucho al respecto. Esta es la razón por la que las perspectivas "deben usar el poder de la reminiscencia para transportarnos a un futuro mejor".

4.3 Tipos de prospectiva

- Predicción: intenta moverte por los parámetros científicos. Su premisa básica establece que es posible comprender los mecanismos que provocan la ocurrencia de ciertos eventos y la evitación de otros, abriendo así la posibilidad de conocer el futuro.
- La percepción importa: hace preguntas sobre por qué las cosas son como son y por qué tratamos el estado actual de las cosas como son. La mayor ventaja de la prospectiva crítica es la capacidad de sugerir alternativas, mostrando que nada es inmutable y que debemos mirar hacia el futuro desde una perspectiva amplia e imparcial.

4.4 Potencial de la prospectiva en el Perú

El Perú ha entrado tarde a esta corriente mundial de ejecución de estudios de prospectiva, si bien no contamos aún con un Programa Nacional de Prospectiva, se vienen desarrollando acciones en todo el territorio nacional que permitan aprovechar las ventajas de su empleo en el planeamiento nacional, regional y empresarial. Dentro de estas actividades podemos destacar las que viene ejecutando la Oficina de Innovación y Prospectiva Tecnológica del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONCYTEC), especialmente el desarrollo de una Metodología de Formación de Especialistas en Prospectiva, que ha permitido que más de 300 profesionales de todo el país se hayan ya formado en el empleo de las herramientas metodológicas más usuales en los estudios de prospectiva, y que son recomendadas por el Centro APEC de Prospectiva Tecnológica, como herramientas estándar para hacer comparables los estudios que realicen las

diversas economías de la Región Asia-Pacífico. La formación de especialistas locales está llevando a la constitución de unidades operativas en el campo de la prospectiva, denominadas Observatorios. El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo ha sido la primera Institución del Estado en crear un Observatorio, especializado en el campo Socio Laboral. Varias Universidades del interior del país vienen formulando sus proyectos para constituir sus Observatorios Regionales de Prospectiva, que conjuntamente con los Gobiernos Regionales recientemente creados, puedan diseñar las mejores estrategias de desarrollo, aprovechando las oportunidades que el futuro generará.

4.4 Metodología

Diseño futuro deseado (futuro)

Durante este período se pueden reportar dos momentos principales: el diseño del futuro deseado y las características del futuro plausible. Esto nos permitirá responder a las preguntas: ¿Qué futuro queremos? ¿Y cómo será nuestro futuro si continuamos en la misma dirección en la que estamos ahora?

Estos momentos se analizan a continuación. Diseño de sueños futuros

En él, la formación futura se concibe como un polo único de pensamiento, y en él surgen principalmente nuestras más profundas expectativas y aspiraciones, así como la acción proactiva. En el mismo sentido, Akov en su obra "Rediseñando el futuro" afirma que el "futuro perfecto" comienza "desde cero", eliminando todas las restricciones que son incompatibles con la naturaleza, la viabilidad tecnológica. Se refiere así a algunos de los resultados

involucrados en este proceso, así como a su objeto: la imagen deseada. En primer lugar, permite la participación directa de un gran número de personas involucradas o interesadas en el sistema propuesto.

En segundo lugar, la heterogeneidad de enfoques permite la construcción gradual de acuerdos entre actores y agentes aparentemente antagónicos. El autor señala que el interés por la concordancia focal crea una posterior colaboración en los medios entre personas que no están interesadas en esta colaboración. En tercer lugar, el proceso de idealización obliga a sus participantes a expresar sus opiniones sobre los objetivos de la organización, lo que facilita la reforma gradual y el consenso sobre los objetivos.

Cuarto, el idealismo mejora la “percepción” de las partes interesadas; Si observa las restricciones autoimpuestas, le resultará más fácil eliminarlas. Otro elemento importante de un diseño futuro deseable es el que indica valores. En el diseño, se transforma en una imagen tangible en la que se combina y combina. Sachs afirma que para que la visión del futuro sea dinámica, debe incluir no solo ideales sino también valores estilísticos. Estilo aquí se refiere a cómo se hacen las cosas, no a su existencia. "El diseño de un futuro ideal debe definir la forma deseada en que el objeto central realiza sus acciones y se relaciona con sus partes y con el entorno. No es diseñar un futuro perfecto. Un mundo ideal, un científico que busca el ideal es capaz de mejora continua una imagen de un futuro racional.

Paralelamente al diseño de la imagen deseada, será necesario considerar la necesidad de una interpretación lógica futura. Proviene de extrapolar la realidad al futuro, identificando claramente las propias fortalezas y

debilidades. Se permite que el efectivo actual sirva como caja de resonancia. Exagera en el discurso las contradicciones inherentes al mismo. Para ello, se utilizan diversas técnicas, que se denominan "proyecciones de referencia".

Modelos de la realidad

En esta etapa tratamos de responder a las preguntas: ¿cómo es el presente, cuáles son sus principales características, cuáles son sus propiedades y cómo interactúan? Es decir, incluye la percepción de la realidad. Sachs señala que tal percepción (el modelo) consta de tres componentes: cuál es la preocupación principal (el público objetivo), qué influye en lo que viene primero (el entorno) y qué puede ser controlado por el tomador de decisiones. Al definir el objeto central, es necesario identificar los respectivos atributos o atributos. Por ejemplo, no basta con decir que una determinada empresa es el eje del ejercicio, es necesario definir sus características relevantes en el ámbito político, económico, social, administrativo, etc. Hay que decir que este criterio de pertinencia se desarrolla con el avance del trabajo, ya que el cuadro del futuro deseado y una explicación de las causas y motivos por los que la realidad presente no ha alcanzado el nivel satisfactorio le dan pautas para valorar lo que existe. . Lo que es apropiado y lo que no lo es. .

Escenario de futuros factibles (futable) selección del futuro a lograr

Tras seleccionar el futuro deseado (imagen estándar) y determinar las características relevantes, el camino y la dirección del presente, se comparan los dos polos para conocer y analizar la distancia que los separa.

Esta etapa responderá entonces a las siguientes preguntas: ¿Cuál es la brecha entre el futuro y la realidad? ¿Cómo pueden converger? ¿Cuál debería ser el perfil de afinidad entre probabilidad (ideal) y situación (real) ¿Cuál es la dirección general del futuro para convertirse en realidad?

Como podemos ver, esta etapa es de naturaleza evaluativa; En él, se da un cierto tipo de evaluación, que es un factor clave para determinar el futuro posible, las dificultades y posibilidades para lograr el cuadro establecido. Representa una apreciación del camino entre el futuro y el presente.

Como hemos explicado, proyectar el futuro hacia el presente implica un proceso de convergencia entre la abstracción necesaria para situarse en el horizonte de la hipótesis y la posibilidad, y la materialización del entorno presente. En vista de esto, será necesario conformar un marco intermedio para la orientación futura, conceptualmente más bajo que el cuadro normativo y en un nivel superior de diseño estratégico; Considere perfil, composición, características procesales e impacto para lograr el futuro. Esta etapa consiste en sintetizar imágenes (deseo, lógica y realidad) para brindar una guía de valores para definir la estrategia.

Analisis de medios instrumentos

Para generar conocimiento, debe ir más allá del marco intermedio de la dirección prospectiva, identificada en la etapa anterior, para trazar estrategias o enfoques globales. En rigor, esta etapa enfatiza: ¿Cómo hacemos posible

el futuro?, “¿Cómo construimos ese futuro?”. ¿Cuáles son las principales formas de afrontarlo?

En este punto, es importante señalar la importancia de dos características inherentes al diseño de la estrategia: su naturaleza y su factibilidad. Bajo el primer problema, se trata de mantener la coherencia entre la concepción y el desarrollo futuro. Esto quiere decir que si el futuro se manifiesta en términos de visión integral, variables cualitativas, apertura al futuro y relaciones dinámicas, entre otros, entonces debe ser revisado y actualizado constantemente; Eso sí, sin perder de vista los objetivos marcados. De acuerdo con esto, las estrategias propuestas no deben limitarse a programas autónomos o deterministas, o menos conceptualizados. Por el contrario, estos rasgos comunes deben surgir, al encender la creatividad y el compromiso, y adaptarse al tener la flexibilidad suficiente para adaptarse a los cambios y transformaciones constantes. Esto conducirá al diseño y reingeniería de una amplia gama de alternativas, que dependen de un proceso continuo de enriquecimiento e innovación. Por otro lado, este desarrollo debe necesariamente tener en cuenta la factibilidad. Al respecto, Sachs especifica que el futuro es alcanzable cuando se sigue un posible curso de acción que hace posible el futuro. Esto requiere analizar el conjunto de herramientas - disponibles y potenciales- que, cuando se aplican en la combinación adecuada, lograrán lo que se requiere. Ante esta situación, encontrar nuevos instrumentos musicales es fundamental.

De la misma manera, es necesario estimar la relación entre el futuro potencial y el medio ambiente. La complejidad de estos binomios ilustra una vez más el carácter adaptativo de las estrategias, que no dependerán principalmente del

entorno. Por lo tanto, en esta etapa, solo se seleccionan las opciones principales que nos permiten movernos y crear un nivel superior. Para la estimación de factibilidad existen muchas técnicas cuantitativas que permiten, por ejemplo, permitir intersecciones entre variables básicas; Sin embargo, hay casos en los que no se puede utilizar este tipo de recurso, porque el conocimiento de los hechos no es suficiente para diseñar un modelo en el que se pueda asignar la probabilidad de cada evento.

Así, la participación vuelve a aparecer como un elemento esencial del insight, porque para determinar la factibilidad se pueden considerar las opiniones de un grupo en particular, y se pueden juntar muchas opiniones... y considerarlas.

Conclusiones

- Finalmente, se puede decir que el origen y desarrollo del término planificación es producto de las necesidades del mundo en que vivimos y de las necesidades de las organizaciones que lo ejecutan.
- La planificación es un proceso complejo de articular lo que tenemos, con lo que queremos y lo que debemos lograr en la organización, por lo que comprende toda la estructura de análisis e investigación de soluciones.
 - Planear para lograr algo, ya sean metas y objetivos, e implementar planes y proyectos con otros.
- Si planificamos, reducimos los niveles de incertidumbre, ineficacia e ineficacia y evitamos y eliminamos la distracción.
- Las reglas necesarias para ejercer el control y dar dirección, esta es la importancia de la planificación.
- Se pueden combinar varios tipos de luminarias, lo que permitirá el efecto adicional necesario para romper algunos
- Finalmente, se puede decir que el origen y desarrollo del término planificación es producto de las necesidades del mundo en que vivimos y de las necesidades de las organizaciones que lo ejecutan.
- La planificación es un proceso complejo de articular lo que tenemos, con lo que queremos y lo que debemos lograr en la organización, por lo que comprende toda la estructura de análisis e investigación de soluciones.
 - Planear para lograr algo, ya sean metas y objetivos, e implementar planes y proyectos con otros.

- Si planificamos, reducimos los niveles de incertidumbre, ineficacia e ineficacia y evitamos y eliminamos la distracción.
- Las reglas necesarias para ejercer el control y dar dirección, esta es la importancia de la planificación.
- Se pueden combinar varios tipos de luminarias, lo que permitirá el efecto adicional necesario para romper algunos

Bibliografía

- Bermejo, M.; Rubio, I. y Vega, I. (1996). La creación de la empresa propia. Madrid. McGraw-Hill e Instituto de Empresa, 11-65.
- Drucker, P.F. (1986). La gerencia en tiempos difíciles. Barcelona. Orbis.
- Gibb, S. (1987). «Entreprise Culture: Its Meaning and Implications for Education and Training» in Journal of European Training. MCB. Publications, Spring.
- Kuriloff, A. H.; Hemphill, J. M. (1984). Cómo hacer rentable un negocio desde el principio. Factores básicos de eficacia. Bilbao. Ediciones Deusto.
- Ludevid, M. y Olle, M. (1993). Cómo crear su propia empresa. Factores clave de gestión. Barcelona. Marcombo, Boixareu Editores. 2ª ed.
- Mundet, J. (1991). Creación de empresas. Factores de éxito. Barcelona P.P.U.; S.A. 23-29.
- Schumpeter, J.A. (1934 [1978]). Teoría del Desarrollo Económico. México. Fondo Cultural de Economía. 9-10: 135-139. «The theory of economics development: and inquiry into profits, Capital, Interest and business cycle». En M.C. Entrepreneurship. 1990. Cambridge. Harvard University Press.
- <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>
- <https://concepto.de/planeacion-estrategica/#ixzz6UpLky7mq>
- <https://blog.inmarketing.co/blog/planeacion-estrategica-que-es-como-se-hace>
- <https://blog.hubspot.es/marketing/tecnicas-lluvia-de-ideas-creativas>