



EDITORIAL

Jesús E. García Guiliany
Universidad Simón Bolívar. Colombia
Orcid Id: 0000-0003-3777-3667

Estrategias gerenciales: visionando organizaciones con sentido humano

La dinámica que se presenta en los entornos empresariales demanda la implementación de estrategias gerenciales que den respuestas oportunas a los escenarios que vayan desarrollándose, lo cual implica la adecuación organizacional a las exigencias del entorno. En este sentido, Francés (2010) señala que al plantearse estrategias gerenciales se pretende un plan de acción deliberado, orientado al desarrollo de la ventaja competitiva de una empresa, multiplicando su oportunidad en el mercado.

Al respecto, Serna(2008), comenta que una estrategia gerencial, involucra un plan de acción derivado de un proceso de planeación estratégica, donde quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la empresa hacia el futuro, apalancándose en satisfacer necesidades con productos y servicios de calidad (Arrieta, Gómez, Corrales & Araujo, 2016 y Prieto, Burgos, García & Rincon, 2016).

Es así como al construir la misión, visión, valores y objetivos, y establecer el plan organizacional el criterio decisional debe enfocarse además de los factores económicos, sociales, políticos, culturales, entre otros, en la dimensión humana. Es decir, en considerar el elemento humano realmente un sustento importante dentro de la empresa. Al respecto, Guédez (2006) afirma que en las organizaciones resulta adecuado que el proceso gerencial, donde se cumplen roles administrativos: planificación, organización, dirección y control, sea ejecutado con una visión humana, donde el trabajador se le permita su desarrollo en las dimensiones individuales, personales, como un sujeto que siente y piensa.



Expresado, destaca el hecho de que en los nuevos enfoques gerenciales la valoración significativa de las personas en su ámbito laboral, coadyuva a que las estrategias gerenciales aplicadas contribuyan a una organización con clima organizacional más dialógico, crítico, solidario y humano. Al respecto, Rodríguez y Suárez (2016) plantean que dentro de los factores clave para alcanzar los objetivos, se debe incorporar la gestión para la valoración del aspecto humano como constante en la convivencia humana. Se trata entonces, de diseñar empresas más humanas, con espacios de interacción, reivindicando la esencia integral del carácter humanístico, soportado con premisas del ser, conocer, hacer y convivir en forma armónica, considerando aspectos afectivos, espirituales, cognitivos de los seres humanos que hacen vida en la comunidad empresarial

De esta forma, se concreta el hecho de consolidar organizaciones más humanas, sin perder la perspectiva económico-financiera. Es establecer estrategias gerenciales con personas participativas, comprometidas con la empresa, automotivadas, identificadas con sus procesos personales y laborales, con actitud crítica frente a sus responsabilidades. Esto es, generar con dichas estrategias una disposición de participación activa en los asuntos organizacionales. Lo cual implica, transformar la visión gerencial de los gerentes mediante el desarrollo de competencias humanas en la dirección de la organización.

Referencias

- Aguilera, E. L. Colín, S. M. & Hernández, C.O. (2013). La influencia de las tecnologías de la información en los procesos productivos para una mayor competitividad de la pyme de aguas calientes: Un estudio empírico. *Desarrollo Gerencial*, 5(1), 40-68.
- Arrieta, A. P., Gómez, A. R., Corrales, L. V., & Araujo, E. S. (2017). Calidad de servicios para optimizar la atención en el centro de diagnóstico cardiovascular del magdalena- Colombia. *Desarrollo gerencial*, 8(2). Pp. 161-185.
- Fábregas, C. (2013). Identificación de factores no monetarios asociados a las pymes del sector confecciones que afectan su ingreso a mercados internacionales. *Desarrollo Gerencial*, 5(2), 127-159.
- Francés, A. (2010). Estrategia y planes para la empresa, con el plan de mando integral. México: Pearson educación.
- Guédez, V. (2006). Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial. Caracas: Editorial Planeta.



Prieto, R., Burgos, C., García, J. & Rincón, Y. (2016). Mercadeo interno para optimizar la calidad de servicio en la banca universal. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(73). Pp. 102- 119.

Rodríguez, I. A. J., & Suárez, R. G. (2017). Gestión de valoración como estrategia de reconocimiento laboral del talento clave en empresas sociales del estado. *Desarrollo gerencial*, 9(1), 144-159.

Sanz, D., Crissien, T., García, J. & Patiño, M. (2017). Marketing educativo como estrategia de negocios en universidades privadas. *Desarrollo Gerencial*, 9(1), 160-175. DOI: <https://doi.org/10.17081/dege.9.1.2731>

Serna, H. (2008). Gerencia estratégica: Teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos. Bogotá: 3R editores.

Torres-Salazar, P. & Melamed-Varela, E. (2016). Fundamentos teóricos de la cultura desde la óptica de las organizaciones. *Desarrollo Gerencial*, 8(1), 143-164. DOI: <https://doi.org/10.17081/dege.8.1.1411>



EDITORIAL

Jesús E. García Guiliany
Universidad simón Bolívar Orcid
Id: 0000-0003-3777-3667

Management strategies: viewing organizations with human sense

The dynamics of business environments require the implementation of management strategies that can provide timely responses to scenarios which implies organizational adaptation to environment demands. Accordingly, Francés (2010) claims that when managerial strategies are considered, a deliberate action plan is aimed based on a company's competitive advantage, by multiplying its market opportunity.

In this regard, Serna (2008), claims that a management strategy, involves a plan of action derived from a strategic planning process; where those who make decisions in an organization may obtain, process and analyze relevant internal and external information, in order to evaluate the current company situation, as well as its competitiveness with the main purpose of anticipating and deciding on the company's addressing plans into the future, leveraging on satisfying needs with high quality products and services (Arrieta, Gómez, Corrales and Araujo, 2016 and Prieto, Burgos, García and Rincon, 2016).

That is why, when the organizations' mission, vision, values, objectives, and plans are established, the decision criteria must be focused on human dimensions, in addition to economic, social, political and cultural factors, among others. In other words, to consider the human being as an important support within the company. In this regard, Guédez (2006) states that, the organizations' management process in which administrative roles are fulfilled such as: planning, organization, direction and control executed with a human vision, where the worker can develop his /her individual dimensions, as a subject that feels and thinks, is appropriated.

As it is expressed above, the new managerial approaches highlight that people assessment in their work environment, help the applied management strategies to have an organization with a more dialogical, critical, supportive and human organizational climate. In this regard, Rodríguez and Suárez (2016) say, that within key factors to achieve the organization objectives, management to assess human aspect as a constant in human coexistence must be incorporated.

That means then, it is relevant to design more humane companies, with spaces of interaction, vindicating the integral essence of the humanistic character, supported with premises of being, knowing, doing and coexisting harmoniously, considering affective, spiritual, cognitive aspects of human beings which make life in their business community

In this way, more humane organizations are consolidated, without losing the economic- financial
Desarrollo Gerencial, 9 (2) Pp. 8-12. Julio-Diciembre 2017. ISSN: 2145-5147 (On Line). Universidad Simón Bolívar.
Barranquilla-Colombia. Contactos: desarrollogerencial@unisimonbolivar.edu.co

perspective. It is considered to establish management strategies with people who are involved, committed to the company, self-motivated, identified with their personal and work processes, with a critical attitude towards their responsibilities. That is, being able to generate with these strategies a willingness to participate actively in organizational matters. This implies, a managerial vision transformation of managers, through the development of human competences in the direction of the organization.

Reference

- Aguilera, E. L. Colín, S. M. & Hernández, C.O. (2013). La influencia de las tecnologías de la información en los procesos productivos para una mayor competitividad de la pyme de aguas calientes: Un estudio empírico. *Desarrollo Gerencial*, 5(1), 40-68.
- Arrieta, A. P., Gómez, A. R., Corrales, L. V., & Araujo, E. S. (2017). Calidad de servicios para optimizar la atención en el centro de diagnóstico cardiovascular del magdalena- Colombia. *Desarrollo gerencial*, 8(2). Pp. 161-185.
- Fábregas, C. (2013). Identificación de factores no monetarios asociados a las pymes del sector confecciones que afectan su ingreso a mercados internacionales. *Desarrollo Gerencial*, 5(2), 127-159.
- Francés, A. (2010). Estrategia y planes para la empresa, con el plan de mando integral. México: Pearson educación.
- Guédez, V. (2006). Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial. Caracas: Editorial Planeta.
- Prieto, R., Burgos, C., García, J. & Rincón, Y. (2016). Mercadeo interno para optimizar la calidad de servicio en la banca universal. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(73). Pp. 102- 119.
- Rodríguez, I. A. J., & Suárez, R. G. (2017). Gestión de valoración como estrategia de reconocimiento laboral del talento clave en empresas sociales del estado. *Desarrollo gerencial*, 9(1), 144-159.
- Sanz, D., Crissien, T., García, J. & Patiño, M. (2017). Marketing educativo como estrategia de negocios en universidades privadas. *Desarrollo Gerencial*, 9(1), 160-175. DOI: <https://doi.org/10.17081/dege.9.1.2731>
- Serna, H. (2008). Gerencia estratégica: Teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos. Bogotá: 3R editores.
- Torres-Salazar, P. & Melamed-Varela, E. (2016). Fundamentos teóricos de la cultura desde la óptica de las organizaciones. *Desarrollo Gerencial*, 8(1), 143-164. DOI: <https://doi.org/10.17081/dege.8.1.1411>