



**Licenciatura En Negocios Con Enfoque En Emprendimiento**

***Materia: Planeación y Dirección Personal y Talento Humano***

***Docente: Diego Espinosa Pinto***

***Alumno: Natanael Emiliano Muñoz Ochoa***

***Actividad: Tarea 2 – Gobierno Corporativo***

***Tuxtla Gutiérrez Chiapas***

***06/Marzo/2024***

Investigar herramientas (diagramas, tablas, cronogramas, etc.) que se utilizan para la planeación estratégica en general.

-Mencionar nombre de la herramienta.

- ¿Para qué se utiliza?

-1 ejemplo

- ¿Cómo se podría usar para la planeación estratégica de RH?



OKR («Objectives and Key Results»), u Objetivos y Resultados Clave, es una herramienta de gestión estratégica innovadora que destaca por su sencillez y eficacia. Por esta razón, es ampliamente adoptada por empresas de alto crecimiento como Intel, Google, LinkedIn, Amazon y muchas otras.

Lo que diferencia a OKR de los modelos tradicionales es su enfoque centrado en la colaboración y la alineación. A través de los OKR, los objetivos se establecen de forma clara y objetiva, impulsando la colaboración entre los miembros del equipo. Después, cada objetivo se controla mediante resultados clave, que son indicadores específicos para evaluar el progreso hacia el objetivo.

### ¿Cómo utilizar OKR?

En primer lugar, es importante definir los resultados clave y pensar en las acciones necesarias para alcanzar el objetivo de tu empresa. Por lo general, para cada objetivo se establecen entre 3 y 5 resultados clave, que deben alcanzarse en un plazo definido.

Además, puede ser útil evaluar las tareas necesarias para lograr cada resultado clave. Aunque no es obligatorio, exponer las tareas necesarias proporciona un marco más detallado para lograr los resultados clave.

Por ejemplo, si uno de los resultados clave es «aumentar la base de clientes en un 15%», algunas tareas relacionadas podrían ser hacer llamadas de prospección a diario, enviar correos electrónicos con cupones promocionales y reducir el precio del producto.

También es interesante implicar al personal en la definición de los OKR, pero recuerde: se recomienda que el 60% de los OKR sean definidos por los empleados responsables de sus actividades, mientras que el resto sean establecidos por el consejo de administración y los directivos. Además, es importante que los objetivos principales, que suelen tener un plazo más largo, se dividan en entregables trimestrales para su seguimiento semanal.

Mediante el cumplimiento de estas tareas, se espera lograr resultados clave que conduzcan al cumplimiento del objetivo principal de la empresa. Así se crea en la organización una cultura del logro.

## SMART



SMART son las siglas de Specific (específico), Measurable (medible), Attainable (alcanzable), Relevant (relevante) y Time-bound (limitado en el tiempo). Estos cinco criterios son esenciales para convertir las ideas en objetivos realistas y prácticos, y por este motivo, la metodología se utiliza ampliamente para ayudar a personas y empresas a definir y alcanzar objetivos de forma clara y eficaz.

Utilizando el enfoque SMART, es posible evitar metas poco claras y definir objetivos específicos para alcanzar el resultado esperado por la empresa. Además, la metodología proporciona expectativas, indicadores y acciones que aumentan las posibilidades de alcanzar el objetivo propuesto.

### ¿Cómo utilizar la metodología SMART?

Para aplicar el modelo SMART es necesario seguir cada uno de los aspectos del acrónimo para facilitar la fijación de objetivos:

- Específicos: los objetivos deben ser precisos y bien definidos, evitando generalidades. Esto garantiza que todo el mundo entienda claramente lo que hay que conseguir.

- **Mensurables:** Los objetivos deben ser cuantificables, para que sea posible medir los avances y determinar cuándo se han alcanzado. Además, unos indicadores claros y mensurables son esenciales para seguir los avances hacia el objetivo.
- **Alcanzables:** Los objetivos deben ser realistas. Es importante tener en cuenta los recursos, el tiempo y las capacidades disponibles para determinar si el objetivo puede alcanzarse.
- **Pertinentes:** los objetivos deben estar en consonancia con los objetivos generales de la persona o empresa y ser significativos y pertinentes para impulsar el progreso y el éxito.
- **Limitados en el tiempo:** Los objetivos deben estar limitados en el tiempo, fijando un plazo específico para su consecución. Esto ayuda a mantener la atención y a establecer hitos en el camino.

Para que lo entiendas mejor, vamos a ilustrar lo que sería un objetivo No-SMART y un objetivo SMART:

Objetivo no SMART: «Quiero ganar más dinero».

Meta SMART: «Hasta diciembre de este año, quiero aumentar mi salario actual en un 10% consiguiendo un nuevo puesto en otra empresa o siendo ascendido en mi empresa actual».

En el ejemplo anterior, el objetivo SMART es más específico y alcanzable que el objetivo no SMART. Es específico en el sentido de que establece un objetivo concreto, indicando el porcentaje de aumento salarial deseado y un plazo definido para alcanzar dicho objetivo. Por lo tanto, es preferible utilizarlo.

## **BSC**

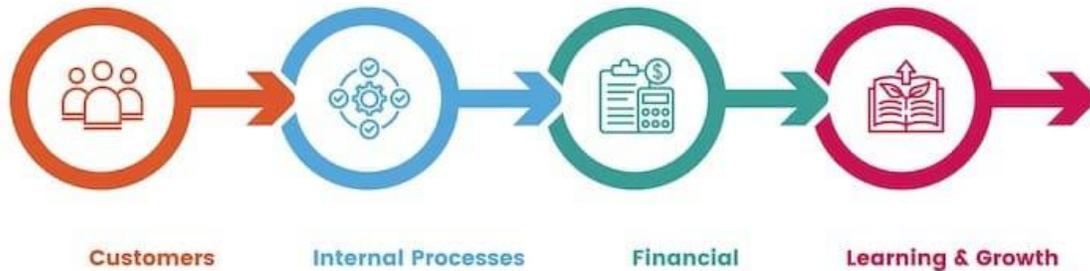
El Balanced Scorecard (BSC) es una herramienta de gestión estratégica ampliamente utilizada para facilitar la ejecución de la planificación estratégica y medir el rendimiento empresarial de forma equilibrada. Desarrollado por los profesores de la Universidad de Harvard Robert Kaplan y David Norton en la década de 1990, el BSC surgió como respuesta a la limitación de los métodos existentes que se centraban principalmente en indicadores financieros.

Lo más destacado del BSC se debe a su enfoque innovador, que permite evaluar y mejorar el rendimiento empresarial de forma integral. Además de ayudar a las organizaciones a alinear su misión, visión y valores, el BSC va más allá del análisis financiero, adoptando una visión completa del negocio desde una perspectiva de 360°.

A diferencia de medir únicamente los beneficios o pérdidas a corto plazo, el BSC evalúa el progreso de la empresa con respecto a las metas a largo plazo, convirtiéndolas en objetivos, indicadores e iniciativas estratégicas. Además, este modelo de gestión permite tolerar algunas pérdidas en el presente mientras se aspira al éxito en el futuro.

## ¿Cómo utilizar el BSC?

### BSC - BALANCED SCORECARD



La herramienta de gestión estratégica, Balanced Scorecard (BSC) se desarrolló sobre la base de **cuatro perspectivas** que le ayudan a analizar el rendimiento de la organización de forma integral. Éstas son:

**Perspectiva financiera:** En esta perspectiva se consideran los objetivos financieros de la empresa a corto, medio y largo plazo, teniendo en cuenta las expectativas de los inversores. Se utilizan métricas como el Retorno de la Inversión (ROI), el Valor de Vida (LTV), el Coste de Adquisición de Clientes (CAC), el Ticket Medio y el Churn Rate, entre otras, que deben estar alineadas con el tipo de negocio y el mercado en el que opera.

**Perspectiva de Clientes:** Esta perspectiva se centra en las relaciones con los clientes y la cuota de mercado. Se definen estrategias para asegurar la retención y captación de clientes, así como su rentabilidad y el Perfil del Cliente Ideal (PCI).

**Perspectiva de los procesos internos:** El objetivo de esta perspectiva es identificar los procesos que más afectan a la empresa y mejorarlos. Además de centrarse en la calidad de los procesos internos, también es importante identificar la necesidad de crear nuevos procesos que hagan más plausible la estrategia.

**Perspectiva de aprendizaje y crecimiento:** Invertir en cualificación y formación, aplicar un Código de Cultura adecuado, promover la satisfacción de los empleados y monitorizar el clima organizacional son algunos de los puntos clave para el crecimiento sostenible de la empresa.

Es importante destacar que estas perspectivas del Cuadro de Mando Integral son interdependientes, es decir, para alcanzar los objetivos financieros es necesario satisfacer las necesidades de los clientes, mejorar los procesos internos e invertir en el aprendizaje y crecimiento del equipo.

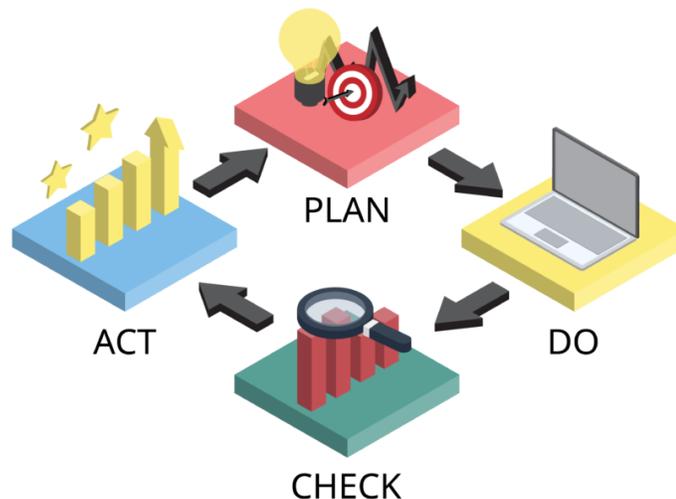
### PDCA

El ciclo PDCA es una herramienta de gestión estratégica que consta de cuatro pasos principales: Planificar, Hacer, Comprobar y Actuar. Su objetivo es promover mejoras continuas en procesos y productos, con el fin de resolver problemas y superar obstáculos.

Inicialmente desarrollado para el área de calidad, el PDCA es aplicable en diferentes sectores de la organización. Cuando una empresa identifica un problema o una necesidad, sigue los pasos del PDCA para buscar soluciones eficaces.

Sin embargo, también es importante dejar claro que la herramienta de gestión estratégica PDCA es un ciclo continuo, que permite hacer una revisión de la planificación al final y reiniciar el ciclo, siempre con el objetivo de mejoras constantes. Por lo tanto, los procesos pueden y deben mejorarse constantemente a lo largo del tiempo.

### ¿Cómo aplicar el ciclo PDCA?



Para aplicar el Ciclo PDCA en las empresas, es fundamental que el equipo comprenda la metodología y sus pasos. Los empleados deben conocer el funcionamiento del PDCA y ser conscientes de la importancia de seguir los pasos para mejorar los procesos. Por lo tanto, en primer lugar, es necesario comprobar cómo funciona cada tema:

- Planificar: Identificar problemas o necesidades, establecer metas y objetivos y definir indicadores de éxito.
- Hacer: Poner en práctica el plan de acción, siguiendo lo definido en el plan.
- Comprobar: Analizar los resultados y aprender de ellos, utilizando los indicadores definidos, y corregir los fallos identificados.
- Actuar: Transformar el aprendizaje en acciones de mejora, normalizando los procesos eficientes y corrigiendo los fallos.

En el momento de la aplicación, es fundamental establecer los responsables y los plazos del Ciclo PDCA de forma clara y precisa. De este modo se garantiza la correcta aplicación de la metodología. Además, el equipo también debe comprender cuáles son los objetivos de la aplicación del PDCA y qué resultados se espera conseguir con ella.

Tal como propone el PDCA, la empresa también debe planificar, ejecutar, verificar y actuar en la aplicación de la propia metodología. Es fundamental monitorear



proyecto. Es el responsable de gestionar las expectativas, establecer prioridades y garantizar que se consigan los entregables de cada Sprint.

- **Determina el Scrum Master:** El Scrum Master es responsable de garantizar la correcta aplicación de la metodología Scrum en el desarrollo del producto. Él/ella planifica los sprints, organiza las reuniones diarias, apoya al Product Owner y al equipo, y elimina los impedimentos que puedan surgir durante el proyecto.
- **Creación de un Product Backlog:** El Product Backlog es una lista que describe todas las actividades necesarias para hacer realidad la idea del producto. Además, el Propietario del Producto es responsable de construir, revisar y complementar esta lista, teniendo en cuenta las expectativas de las partes interesadas y del equipo de desarrollo.
- **Escala tu equipo:** Es esencial que los miembros del equipo tengan las habilidades requeridas y sean capaces de realizar las actividades del proyecto.
- **Planifica Sprints:** Sprints son ciclos de desarrollo de menos de un mes, por lo general dos semanas. Al principio de cada Sprint, el Propietario del Producto, el equipo y el Scrum Master se reúnen para seleccionar las tareas del Backlog del Producto que se llevarán a cabo durante ese ciclo.

### ¿Qué es el gobierno corporativo?

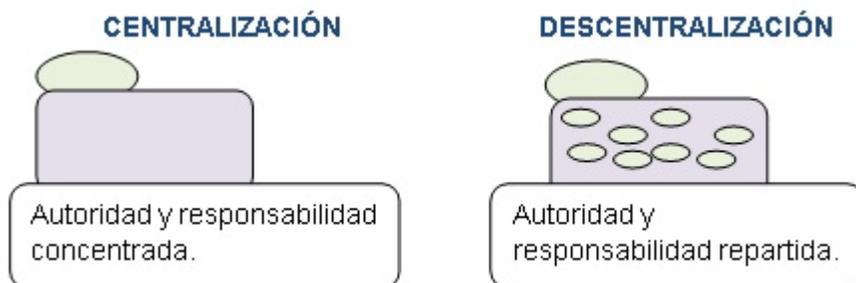
Es el conjunto de normas, principios y procedimientos que regulan la estructura y el funcionamiento de los órganos de gobierno de una empresa.

### ¿Qué es una estructura organizacional?

La estructura organizacional de una empresa consiste en el modelo que define cómo se organiza la empresa y sus empleados, establece el entramado de niveles jerárquicos y es, en definitiva, el esqueleto sobre el que se sostiene la empresa.

### ¿Cuáles son las estructuras organizacionales? Incluir un ejemplo visual que como se conforma.

En términos generales existen dos tipos de estructuras organizativas: las estructuras centralizadas y las descentralizadas.



**Elegir una empresa de renombre, investigar su estructura organizacional, incluir un organigrama visual y colocar los nombres y puestos de su gobierno corporativo.**



Coca-Cola tiene una estructura organizativa divisional geográficamente. Para cada mercado cuenta con una estructura propia lo que le permite estar muy alineada con los objetivos generales de la empresa (Coca Cola Europa, Latinoamérica, Asia...).



## **¿Cuál es la diferencia entre un gobierno corporativo y una estructura organizacional?**

El gobierno corporativo se refiere a las prácticas, políticas y procedimientos que una empresa utiliza para dirigir y controlar sus operaciones. Implica la estructura de toma de decisiones, la asignación de responsabilidades y la supervisión de la administración para garantizar que se cumplan los objetivos de la empresa y se protejan los intereses de los accionistas y otras partes interesadas.

Por otro lado, la estructura organizacional se refiere a cómo se organiza una empresa en términos de autoridad, responsabilidad y comunicación. Esto incluye la división del trabajo, la jerarquía de mando, los canales de comunicación y las relaciones entre los diferentes departamentos y empleados de la organización. En resumen, el gobierno corporativo se ocupa de la gobernanza y la supervisión de la empresa, mientras que la estructura organizativa se refiere a cómo se organiza y opera la empresa en la práctica.