

**EVALUACIÓN DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA COMO HERRAMIENTA  
PARA LA INNOVACIÓN EN LA ENTIDAD HFS INTERAMERICAN BANK.**

**AUTOR**

**HIBETH ALEJANDRA GONZÁLEZ BELTRÁN**

**FAUSTO ALEJANDRO HAWKINS BRITTON**

**JUAN SEBASTIAN CUARTAS BERMUDEZ**

**UNIVERSIDAD EAN**

**ESPECIALIZACIÓN GERENCIA DE PROYECTOS**

**BOGOTÁ, 2021**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN</b> .....	3
<b>1. Objetivo General</b> .....	7
<b>2. Objetivos específicos</b> .....	7
<b>3. Marco Teórico</b> .....	9
<b>3.1 Planeación estratégica</b> .....	9
<b>3.2 Innovación</b> .....	10
<b>3.3 Planeación estratégica e innovación en el sector financiero</b> .....	12
<b>4. Metodología</b> .....	14
<b>5. Definición de Variables</b> .....	14
<b>1. Definición Conceptual</b> .....	15
<b>1. Definición Operacional</b> .....	15
<b>2. Población y muestra</b> .....	15
<b>6. Selección de métodos o instrumentos para recolección de información</b> .....	16
<b>7. Análisis de Resultados</b> .....	16
<b>10. Conclusiones</b> .....	27
<b>11. Bibliografía</b> .....	29

### Lista de Ilustraciones

<b>Ilustración 1. Resultado sobre procesos de capacitación dentro de la entidad con el fin de mejorar sus procesos, productos y servicios.</b> .....	3
<b>Ilustración 2. Resultado actividades que los colaboradores consideran se relacionan con la productividad</b> .....	23
<b>Ilustración 3. Pruebas Chi- Cuadrado: Relación entre el tiempo que se lleva trabajando en la entidad y el reconocimiento de la importancia y beneficios de una efectiva implementación de la planeación estratégica</b> .....	26
<b>Ilustración 4. Pruebas Chi- Cuadrado: relación entre saber la importancia de la planeación estratégica y la participación en los procesos de planeación estratégica</b> .....	26
<b>Ilustración 5. Pruebas Chi- Cuadrado: relación entre la utilización de la tecnología apropiada con respecto a la importante de la tecnología en las actividades diarias</b> .....	27
<b>Ilustración 6. Pruebas Chi- Cuadrado: relevancia de conocer el plan estratégico</b> .....	27
<b>Ilustración 7. Pruebas Chi- Cuadrado: procesos adecuados que favorezcan la innovación en aras de cumplir con las metas propuestas</b> .....	27

## RESUMEN

Teniendo en cuenta que en el sector financiero, estar al vanguardia en el mercado y adquirir ventaja competitiva frente a la competencia, es un factor relevante el cual ha llevado a este sector a adelantar procesos y/o transformaciones que permita tener una efectiva gestión de innovación dentro de la misma; en el análisis del caso de estudio, se identificó que HFS Interamerican Bank requería adelantar procesos de transformación en aras de fortalecer procesos innovadores que le permitan adquirir una ventaja competitiva que le permitan convertirse en la entidad principal para los clientes.

Luego de un profundo estudio y análisis de las diferentes herramientas que permiten identificar los conceptos e importancia de la planeación estratégica como una herramienta para innovación en HFS Interamerican Bank, así como la efectividad y aplicabilidad de los mismos, se dispuso a plantear y exponer dichos conceptos y metodologías generalmente aceptadas para la identificación de los variables que permitan un diagnostico situacional en materia de planeación estratégica dentro de la organización; también se desarrollan los conceptos de la administración estratégica, construyendo los modelos apropiados para un análisis completo que involucra las variables del entorno de la compañía y las metodologías formuladas para el ejercicio en desarrollo.

**Palabras Clave:** planeación estratégica, innovación, misión, visión, estrategias, HFS Interamerican Bank,

## INTRODUCCIÓN

La planeación estratégica es considerada como un factor determinante que permite a las organizaciones adaptarse al entorno dinámico y cambiante, con el objetivo de cumplir con las metas propuestas y de esta forma mantener la participación en el mercado. Adicional a esto, una correcta y efectiva implementación de la misma, permitirá a las organizaciones gestionar de manera eficiente factores de innovación que permita potencializar y mejorar los productos ofrecidos, en ese orden de ideas se pretende con este trabajo investigativo, determinar, si es la planeación estratégica una herramienta para fomentar la innovación en la entidad HFS Interamerican Bank.

El tipo de estudio ejecutado para este trabajo investigativo fue el descriptivo, ya que se analizaron varios componentes respecto al comportamiento de la entidad frente a la implementación de la planeación estratégica como factor innovador.

Para abordar la temática el estudio se basó en el conocimiento y experiencia en el sector financiero, obteniendo así resultados que permitieron identificar la importancia de implementar adecuadamente las herramientas de planeación y control de la planeación estratégica como factor de innovación.

Por último, podemos concluir que la planeación estratégica es un factor importante para dinamizar la innovación en la organización.

## 1. Descripción y el origen del problema de investigación.

Desde finales del siglo XX se observa con preocupación que una cantidad importante de empresas colombianas no se encuentran preparadas para responder a los desafíos de la globalización y a los nuevos retos y exigencias del entorno. De la misma forma, se evidencia un estancamiento de la actividad empresarial del país, con altos niveles de deserción de pequeñas y medianas empresas que son creadas y disueltas rápidamente, por lo que su permanencia en el mercado es muy corta; además, la falta de productividad y competitividad ha impactado negativamente en los índices de desempleo, lo cual ha desencadenado una serie de problemas económicos y sociales.

Las brechas o falencias que se presentan por la no implementación de la planeación estratégica en las organizaciones genera impactos negativos como pérdida de oportunidades, asignación inadecuada de recursos, poco grado de eficiencia en la ejecución de procesos, incumplimiento de las metas, incertidumbre en el equipo de trabajo y desventaja competitiva ocasionado dificultades en la operación interna, afectando así la participación en el mercado.

La adopción de la planeación estratégica en las organizaciones es un factor muy importante ya que permite aumentar la productividad, impulsar la innovación, reestructurar procesos actuales, definir prioridades en ejecución, direccionar el enfoque hacia el alcance de los objetivos, genera compromiso y motivación, minimiza los riesgos, genera proactividad, aumento en eficiencia operativa y ayuda a aumentar la rentabilidad y la eficiencia en la ejecución de procesos de la empresa.

Actualmente la empresa objeto de estudio HFS Interamerican Bank del sector financiero en Colombia representa un papel muy importante para la economía, por lo tanto, requiere definir y establecer guías y lineamientos de orientación para controlar y coordinar sus actividades de planificación, monitoreo y control de tal forma que le permita implementar una Planeación Estratégica eficiente y eficaz para enfrentar y gestionar los cambios en el mercado de manera competitiva que generen valor a la organización, y así mismo definir procesos que estén a la vanguardia del mercado actual, con un grado de innovación lo cual en conjunto permitirá un óptimo desarrollo de la empresa.

La falla en la definición y enfoque en la ejecución de las estrategias en la empresa HFS Interamerican Bank pueden llegar a generar sobrecostos, reprocesos, deficiencia en la ejecución de procesos operativos, ausencia de sistematización de procesos, incremento en tiempos de ejecución de las actividades definidas ocasionando deficiencias en la definición de las metas proyectadas, participación en el mercado y cumplimiento de la misión y visión.

Adicional, la carencia de cultura Innovadora en la empresa genera resistencia a los cambios y transformaciones requeridos para estar a la vanguardia de mejores prácticas en diseño y ejecución de estrategias que generen un valor diferencial, innovador y competitivo en la organización.

En la empresa HFS Interamerican Bank, se evidencia deficiencias en el análisis del entorno y escenarios futuros por desconocimiento de lo que realmente quiere el mercado y los clientes, falta de preparación y enfoque para la identificación de planes y estrategias a nivel tanto técnico como operativo para generar estandarización y eficiencias en la ejecución de los procesos y procedimientos que beneficien el servicio y diversificación de los productos ya existentes o la inclusión de nuevos productos que agreguen valor diferencial a la organización, deficiencias en la gestión de procesos de innovación para la implementación de métodos digitales tecnológicos que permitan responder en el mercado con una celeridad diferencial con servicios ágiles y seguros que permitan generar competitividad y estar a la vanguardia de los movimientos de las tendencias digitales actuales. Del mismo modo, no efectuar mediciones, analizar el diseño y evaluar las estrategias a implementar genera sobrecostos, reprocesos operativos y afectación en tiempo de respuesta.

## 1. Objetivo General

Por lo tanto, se evaluará la planeación estratégica en el sector financiero como una herramienta para gestionar la innovación, partiendo de un diagnóstico inicial de la situación actual de la entidad, a partir de las actividades que se adelantan en el desarrollo de su misión y visión.

## 2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico inicial para identificar el estado actual de la planificación estratégica en el sector financiero.
- Identificar las mejores prácticas y estrategias que permitan gestionar la innovación.
- Destacar cuales son los beneficios de la planeación estratégica en las entidades del sector financiero con un componente de innovación tecnológica.

Realizar la evaluación de como la planeación estratégica puede ser utilizada como una herramienta para la innovación en la empresa HFS Interamerican Bank ya que tiene una alta relevancia partiendo principalmente de la definición de dos conceptos; Primero tenemos la planeación estratégica que se define en (Arrieta Díaz, y otros, 2014) que cita a (Thompson y Strickland, Administración Estratégica, 2003) como un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio, definiendo los objetivos a largo plazo, identificando las metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para llevar a cabo dichas estrategias y por otro lado, tenemos la definición de innovación según (Arrieta Díaz, y otros, 2014) que cita a (Molina y Conca ,2000) como el conjunto de actividades inscritas en un determinado período de tiempo y lugar, que llevan a la introducción con éxito en el mercado, por primera vez, una idea en forma de productos nuevos o mejorados, de procesos, servicios o técnicas de gestión y organización, es decir, la innovación envuelve todo el proceso de introducción de un invento en el conjunto económico.

En relación a lo anterior, identificar nuevas estrategias y prácticas enfocadas a la innovación de la organización aportan al desarrollo de la misma aumentando así la facilidad de adaptación a los cambios, la capacidad de gestión, la capacidad estratégica en general y por supuesto generar innovación en la organización, esto básicamente busca reducir sobrecostos, reprocesos e incremento en tiempos de ejecución, ayudar a priorizar las estrategias actuales, hacer que los colaboradores asignen valor e importancia a sus actividades. También llegar a diagnosticar como la planeación estratégica puede llegar a ser una herramienta que desarrolle innovaciones tecnológicas que consisten en la introducción de nuevos procesos o la modificación de los existentes mediante la incorporación de nuevas tecnologías mejorando la estructura organizativa, el proceso administrativo y productivo (Arrieta Díaz, y otros, 2014) con el fin de optimizar las actividades de cada proceso mejorando la utilización del recurso humano y así mismo facilitando el trabajo para los colaboradores con el involucramiento de las innovaciones anteriormente mencionadas. Finalmente, la evaluación de la planeación estratégica como una herramienta para la innovación en la empresa HFS Interamerican Bank permitirá definir los beneficios que tiene para cualquier empresa del sector financiero enfocado a un componente de innovación tecnológico.



## 3. Marco Teórico

### 3.1 Planeación estratégica

¿Qué es la planeación estratégica? La planeación estratégica se puede definir como una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación (Lozano, 2021). Otro concepto se puede encontrar en la época antigua gracias a Sun Tzu, uno de los estrategas más antiguos que ha influido en los conceptos de militares, este pensador no conocía el concepto de la estrategia, pero sí de la ofensiva militar definida como la capacidad que tiene el general para sacar provecho de las circunstancias del entorno a través de sus habilidades sin la aplicación de procedimientos determinados (Roncancio, 2020), a esto se le puede sumar lo aportado por Von Neuman y Morgenstern quienes fueron los primeros autores que enfocaron la planeación estratégica a los negocios planteando el concepto de la realización de actos por parte de las empresas con base a una situación determinada (Diez Farhat, 2018).

Por otro lado, Peter Druker en 1954, define la estrategia como la capacidad de los gerentes para analizar la situación actual de las unidades empresariales y su capacidad e idoneidad para someterlas al cambio, conociendo los recursos que esta posee al igual aquellos que esta requiere para su óptimo desempeño; adicionalmente, menciona que “la estrategia requiere que los gerentes analicen su situación presente y que la cambien en caso necesario, saber que recursos tiene la empresa y cuáles debería tener” (Pimentel Villalaz, 1999). Pero, la definición más clara la suministra el padre de la estrategia moderna Michael Porter quien contribuyo en la gestión y competitividad del mundo moderno y expone que “las estrategias permiten a las organizaciones obtener ventaja competitiva en tres bases diferentes: liderazgo de costos, diferenciación y enfoque” (Cano del Castillo A., & Cifuentes Salazar, D 2011).

Finalmente, la planeación estratégica es un proceso mediante el cual se toman decisiones en una organización mediante la obtención, procesamiento de datos y análisis de 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 institución hacia el futuro (Amaya Amaya, 2005), en este proceso es fundamental responder las siguientes preguntas:

¿Cuál es nuestra realidad actual? ¿A dónde queremos ir? ¿A dónde debemos ir? ¿Cómo podemos ir? ¿Cómo estamos llegando a nuestras metas?

Existen unos elementos básicos que se deben tener en cuenta al momento de realizar una planeación estratégica:

- ✓ Elementos conceptuales: Misión, Visión, Valores corporativos y Objetivos.
- ✓ Elementos Operativos: Direccionamiento estratégico, Diagnostico estratégico y el estrategia. (Nova Santos & Duque Oliva, 2015).

## 3.2 Innovación

De acuerdo con el Manual de Oslo de la OCDE de 2005, la innovación se refiere a la «introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización, o de un nuevo método organizativo en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores.

Lo anterior se resume en cuatro tipos de innovación (Organización para la Cooperación y el Desarrollo, 2005).

1. **Producto**, implican cambios significativos de las características de los bienes o de los servicios.
2. **Proceso**, son cambios significativos en los métodos de producción y de distribución.
3. **Organizacional**, se refiere a la puesta en práctica de nuevos métodos de organización.
4. **Mercado**, implica utilizar nuevos métodos de comercialización.

Cada uno puede presentarse de diferentes maneras, en diversas áreas y a diferentes ritmos. La innovación puede darse a través de cambios disruptivos, cuyo impacto es significativo en el mercado y en la actividad económica de las empresas, pero también puede tratarse por

medio de un cambio incremental, que es la manera más común de ver mejoras progresivas de productos, servicios o metodologías (Organización para la Cooperación y el Desarrollo, 2005). En la actualidad, el mundo corporativo es cada vez más competitivo, ya no basta con incrementar la eficiencia, tener una idea novedosa o el presupuesto adecuado para ejecutar un proyecto, esto debe ir más allá. Es necesario que las organizaciones entiendan cómo crecer y transformarse al ritmo que lo impone el mundo moderno (Portafolio, 2021).

Para ello, es claro que la innovación juega un papel primordial, ya que es la clave para crear nuevas y mejores soluciones; además de obtener mayores beneficios económicos, sociales o tecnológicos, entre otros. Sin embargo, según los últimos resultados del Índice Mundial de Innovación (GII) liderado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Consejo Privado de la Competitividad y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, Colombia aún está en un desbalance significativo en términos de innovación frente al resto del mundo. El país ocupó el lugar 68 entre 131 economías evaluadas, siendo superado por cuatro pares regionales: Chile, México, Costa Rica y Brasil.

Para gestionar la innovación en la organización, es necesario salir de la zona de confort y romper paradigmas en aras de aprovechar al máximo la capacidad innata que tienen las personas de innovar, a través de procesos de innovación que ofrezcan una respuesta tanto a lo impredecible de los mercados como a las oportunidades existentes en la actualidad.

Existen ahora una serie de factores externos que obligan a las organizaciones a gestionar sus procesos de una forma diferente, de una forma mucho más abierta.

Seguido a esto, las empresas difieren tanto en el tipo y grado de innovación, como en el reflejo que esta tiene en el alcance de sus ventajas competitivas en el mercado (Damanpour F., 2001). Además, el cambio tecnológico y las actividades de innovación no están homogéneamente distribuidos entre los diversos sectores industriales (Hernández, 2003), haciendo que el conocimiento adquirido de estos procesos innovadores sea tácito, es decir, no articulado y no transmisible a toda la organización y al sector en general.

Por otra parte, la naturaleza de las actividades innovadoras varía considerablemente entre una empresa y otra, tal como lo menciona (Pavitt K., 2003) la innovación es contingente y puede variar de organización en organización de acuerdo con el país o la industria en el que se encuentre, el tamaño, la estrategia y su propia experiencia innovadora; en algunas organizaciones, la innovación está asociada a la introducción de un solo y único cambio, mientras que en otras se generan innovaciones a través de cambios progresivos que finalmente hacen parte de un cambio significativo. Pero no se trata solamente de innovar con éxito en contadas ocasiones; la innovación requiere una concienciación constante y disposición de toda la organización, hacia la consecución de mayor eficiencia que le permita transferir, de forma rápida, las nuevas ideas hacia los productos y servicios, y distribuirlos entre los nuevos clientes (Hidalgo, 2011, p. 103).

### **3.3 Planeación estratégica e innovación en el sector financiero**

La estructura del sector financiero está experimentando un proceso transformación bastante acelerado ya que el ritmo e intensidad con que se está produciendo el proceso de cambio-innovación al que estamos asistiendo, se caracteriza por un dato a tener muy presente: la mutación del entorno socio-económico donde se producen las diferentes actividades financieras, lo cual pone en evidencia la importancia y sobre todo la necesidad palpable de elaborar auténticos planes estratégicos con proyección de futuro, encaminados a obtener un buen puesto de partida en un mercado cada día más difícil y excluyente. Espinel en su resumen sobre el sistema financiero colombiano de 2013, plantea: Se estudió la evolución y estructura del sistema financiero colombiano. Su desarrollo ha girado en torno a la banca; mientras que el mercado de capitales sigue incipiente. Las reformas de comienzos de los noventa, la implementación de la multibanca y la unificación de las bolsas, son algunos de los cambios más relevantes; en línea con el planteamiento de Espinel, la historia del sector financiero en un país está siempre ligada a la de su sociedad y su economía.

En relación a lo anteriormente mencionado y en aras de ligar ambos conceptos (planificación estratégica e innovación) en el sector financiero, una planificación

estratégica con un componente innovador efectiva es aquella que provee al sector una buena estructura competitiva mediante la dirección participativa bien enfocado y estructurado desde adentro en aras de modelar el futuro del sector y controlar los resultados (Superfinanciera de Colombia, 2017).

Existen innumerables factores que son bastante influyentes a la hora de una estrategia; es por ello que se destacan los siguientes:

- ✓ La amenaza de una competencia tecnológicamente superior, como consecuencia de la implantación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación lo cual permite mejorar los sistemas de prestación de servicios, en general, y del ahorro de costes, en particular, consiguiendo ofrecer servicios masificados a precios competitivos que anteriormente estaban reservados para los mejores clientes.
- ✓ Una creciente cultura financiera de la clientela, así como su mayor sensibilidad ante los tipos de interés y calidad de los servicios que recibe.
- ✓ La necesidad de atraer los depósitos perdidos ante otros agentes financieros: como pueden ser con creciente intensidad, las compañías de seguros, que aprovechan su gran disponibilidad de recursos, y el mantenimiento de una clientela fija para ofrecer variados servicios financieros.

Adicionalmente, se deberá tener en cuenta los grandes competidores que deberán ser los referentes para diseñar una estrategia eficaz, según cada organización del sector, en un mercado en el que, a ojos del consumidor, los servicios prestados se parecen mucho uno a otro y donde por supuesto, las exigencias de los clientes serán, sin duda, mucho más amplias y complejas, de conformidad con una sociedad con mayor nivel de desarrollo y mejor educación financiera.

Finalmente, es necesario resaltar que la esencia de todo proceso efectivo de planeación estratégica radica en precisar objetivamente todos aquellos elementos esenciales para lograr un desempeño superior en la organización. En el caso de las empresas, el mejor desempeño está directamente vinculado a lograr un crecimiento de las ventas con rentabilidad, lo cual requiere una respectiva identificación de oportunidades concretas de generación de valor para los clientes, es decir, innovar.

En ese orden de ideas, una de las preocupaciones centrales de cualquier organización debe ser conocer la experiencia que sus clientes tienen al consumir sus productos y servicios a través de la expansión de nuevas tecnologías de comunicación e información, que permiten mantener comunicaciones interactivas y tener acceso a un volumen de información mucho mayor, el papel de los clientes en la definición de dichos productos y servicios y en su propia experiencia, con los mismos puede ser mucho más profundo, dando así lugar al concepto de la Co-creación de experiencias como elemento central de la innovación.

#### 4. Metodología

**Enfoque:** Mixto ya que de acuerdo con la investigación de la planeación estratégica como herramienta para fomentar la innovación se podrá encontrar aspectos de medición cualitativa y cuantitativo.

**Diseño:** No Experimental dado que no se realizará ninguna intervención, y Transversal porque hay un solo momento de recolección de datos de acuerdo con el desarrollo del proceso de investigación.

**Tipo de estudio:** Descriptivo ya que se analizará el comportamiento de la entidad frente a la implementación de la planeación estratégica como factor innovador.

#### 5. Definición de Variables

Hipótesis

Las empresas del sector bancario que utilizan la planeación estratégica en sus procesos internos tienen un mayor índice de innovación como factor de éxito.

Si se tiene una adecuada Planeación Estratégica se favorece la innovación.

Con la transformación digital se favorece e impulsa la innovación.

Si se cuenta con adecuadas estrategias de cultura organizacional se favorece la innovación.

Las Variables identificadas en el desarrollo del trabajo investigativo fueron: la innovación como factor de éxito, conocimiento de la planeación estratégica, que tanto las personas se sienten parte de un equipo de cultura organizacional, transformación digital (Tecnología,

Procesos, Personas).

## 1. Definición Conceptual

¿Es la planeación estratégica una herramienta para fomentar la innovación en la entidad HFS Interamerican Bank?

**La innovación como factor de éxito:** Representa un reto para las empresas ya que requieren la generación constante de buenas ideas ya a futuro serán transformados en productos o servicios con una alta probabilidad de éxito; en definitiva, innovar representa emplear una técnica, método, o proceso que deberá ser verificado y controlado de manera constante para su éxito.

**Conocimiento de la planeación estratégica:** Es el proceso de documentar y establecer una dirección para la organización, evaluando dónde se encuentra y hacia dónde va. De esta manera, es posible establecer la misión, visión, valores, los objetivos a largo plazo y los planes de acción que utilizará para alcanzarlos.

**Cultura Organizacional:** Es el conjunto de normas, valores, creencias que define a una organización en la forma de actuar y direccionar el clima y salud organizacional del talento humano que la conforma.

**Transformación Digital:** Es la incorporación y aplicación de nuevas tecnologías digitales en los procesos, productos y estrategias para la mejora de las eficiencias, el valor y servicio para los clientes, cambios en la forma de hacer y cambio en la cultura.

## 1. Definición Operacional

**La innovación como factor de éxito, conocimiento de la planeación estratégica, cultura organizacional y transformación digital:** Se evaluará y aplicará un instrumento tipo encuesta con veinte cinco (25) preguntas a funcionarios del sector financiero.

## 2. Población y muestra

La población a la que se aplicará la encuesta será a los directivos de HFS Interamerican Bank de las diferentes gerencias y la muestra sobre la que se trabajará será de veinte (20) funcionarios de diferentes niveles en el organigrama.

## 6. Selección de métodos o instrumentos para recolección de información

El instrumento para la recolección de datos se efectuará a través de una encuesta con el fin de conocer la percepción de los empleados de la organización del sector financiero: HFS Interamerican Bank en cuanto a ventajas y beneficios de la planeación estratégica con un enfoque innovador dentro de la organización; se hizo un análisis de tres páginas web y/o plataformas donde se realizan encuestas como lo son: Google Forms, Encuestafacil.com y Surveymonkey en donde finalmente fue escogido para la elaboración de la misma la página web: encuestafacil.com ya que consideramos que es una plataforma bastante amigable y cumple con los criterios de evaluación requeridos tanto para el encuestado como para el encuestador.

Teniendo un objetivo claro y alcanzable para la encuesta, se diseñó un modelo de evaluación basado principalmente en preguntas cerradas que utilizan opciones de respuesta escritas previamente, entre las que los encuestados eligen la que más se acerca a su sentir (pueden ser respuestas de opción múltiple o preguntas de casilla de verificación). Estas preguntas son más fáciles de responder y ofrecen datos cuantitativos que son muy útiles para el análisis.

## 7. Análisis de Resultados

A través del siguiente análisis, se podrá conocer los resultados obtenidos del instrumento aplicado a los colaboradores de HFS Interamerican Bank con el fin de conocer su percepción sobre la Planeación Estratégica con un enfoque Innovador dentro de la entidad y su importancia para el desarrollo de sus actividades.

Se evidencia que el género masculino tuvo una mayor participación, a diferencia del género femenino con un porcentaje menor, este indicador determina que probablemente existe un alto número de personas del género masculino laborando en HFS Interamerican Bank.

2 y 3. Los resultados de la pregunta ¿Cuántos años lleva laborando en la entidad? se pueden observar que el 80% de la población encuestada tiene antigüedad mayor a 3 años.



Por otro lado, tenemos los resultados de la pregunta ¿Reconoce la importancia y beneficios de una efectiva implementación de la planeación estratégica en HFS Interamerican Bank? Se puede observar que el 48% está totalmente de acuerdo y un mismo 48% está de acuerdo, tan solo un 4% está en desacuerdo, lo que significa que en términos generales el 96% reconoce la importancia de planeación estratégica.

Así entonces, gracias a este indicador podemos deducir que independientemente a la cantidad de tiempo que estas personas llevan laborando en HFS Interamerican Bank, la gran mayoría tiene claro la importancia y beneficios de una efectiva implementación de la planeación estratégica en la entidad, permitiendo así la determinación de las acciones, estrategias y una mayor visión y control de lo que ocurre al interior.

4. De igual forma, quisimos conocer con qué términos de los mencionados a continuación, los empleados de HFS Interamerican Bank relacionan con el concepto de Planeación Estratégica, obteniendo - así los siguientes resultados:

- Un 12% lo relaciona con la Declaración de la Misión y Visión lo cual consideramos es el primer paso en la planeación estratégica, y precede incluso a la declaración de la misión teniendo en cuenta que esta (misión) es una afirmación perdurable acerca del propósito que distingue a una empresa de otras similares. La declaración de la misión identifica el alcance de las operaciones de una empresa en términos de producto y mercado.
- Un 24% lo relaciona con ventaja competitiva y de este se trata la esencia de la planeación estratégica ya que consiste en alcanzar y conservar una ventaja competitiva lo que finalmente se traduce en hacer algo que las empresas rivales no pueden hacer, o en su defecto tener algo que estos desean lo cual traerá consigo grandes beneficios y representa una ventaja competitiva.
- El 04% lo relaciona con oportunidades y Amenazas Externas lo cual se refiere a las tendencias y acontecimientos económicos, sociales, culturales, demográficos, ambientales, políticos, legales, gubernamentales, tecnológicos y competitivos que podrían beneficiar o perjudicar de manera significativa a una organización en el futuro (fuera del control de una sola empresa).

- Otro 36% relaciona el concepto con Estrategias que son los medios a través de los cuales se alcanzan los objetivos a largo plazo y requieren de decisiones por parte de los altos directivos y de grandes cantidades de recursos de la empresa.
- Un 56% considero que todos los conceptos relacionados anteriormente se relacionan con la planeación estratégica los cuales una vez integrados, permitirán direccionar todas las actividades que ejecuta la organización en aras de conocer de primera mano dónde se encuentra y hacia dónde va, y por supuesto como se piensa lograrlo.

5. Adicionalmente, se quiso conocer que tan relevante era para los empleados de la entidad bancaria conocer el plan estratégico de HFS Interamerican Bank para el desarrollo de sus funciones reflejando que la gran mayoría (84%) de los colaboradores de HFS Interamerican Bank consideran relevante conocer el plan estratégico de la entidad con el fin de dar respuesta a la pregunta de dónde necesita estar la empresa en un momento específico del futuro para desempeñar su visión, misión y estrategias por medio de sus habilidades y compromiso con la organización. El Planeamiento Estratégico es un proceso dinámico lo suficientemente flexible para permitir y hasta forzar modificaciones en los planes, a fin de responder a las cambiantes circunstancias.

Desde el punto de vista conceptual, tener conocimiento del plan estratégico es importante y necesario porque permite a los colaboradores trabajar en pro de las metas establecidas por la organización y adquirir algunas ventajas como los son: Mantener el enfoque en el futuro y el presente mediante el refuerzo de los principios adquiridos en la visión, misión y estrategias; Fomentar el planeamiento y la comunicación interdisciplinarias, asignar prioridades en el destino de los recursos, mejorar el desempeño de la organización.

Como equipo de trabajo y basándonos en investigaciones previas, tenemos la certeza de que la forma correcta de desarrollar e integrar la Planeación Estratégica en las organizaciones es a través de lo Estratégico, táctico y operativo lo cual permite un alto grado de liderazgo hacia el cambio y un correcto ajuste de las estructuras de las estrategias definidas.

6. Es de gran importancia y valor para este proceso investigativo conocer si HFS Interamerican Bank ha adelantado e implementado campañas de divulgación que permitan a sus colaboradores conocer e identificar el plan estratégico de la organización y su importancia. En ese orden de ideas, el 32% manifestó que siempre se han adelantado e

implementado dichas campañas, otro 44% respondió que casi siempre, mientras otro 20% expresó que ocasionalmente, y finalmente el 04% restante de los encuestados dijo que pocas veces.

En relación a los resultados expuestos anteriormente, se considera que la entidad HFS Interamerican Bank deberá fortalecer su plan de comunicación en aras de adelantar campañas de divulgación más agresivas que permitan dar a conocer no solo el plan estratégico, si no todo aquello que apunte al fortalecimiento de su estructura organizacional.

7. La mayoría de los encuestados (60%) estuvieron de acuerdo en que las acciones que adelanta la entidad siempre aportan al cumplimiento de la misión y visión, mientras que otro 32% considera que casi siempre y ocasionalmente se logra dar cumplimiento a la misión y visión de la organización por medio de las acciones adelantadas; por último, un 8% expresó que casi nunca y nunca se logra cumplir con dichas acciones.

Si bien es cierto que HSF Interamerican Bank apunta al cumplimiento de su misión y visión a través de las acciones que adelanta, es importante actualizar algunas estrategias involucrando así a todos los colaboradores en aras de poder determinar más fácilmente las debilidades y/o situaciones que afectan el progreso de la organización.

8. La Perspectiva de aprendizaje y conocimiento es de suma importancia dentro de toda organización, es por ello que para tener más claridad sobre este aspecto quisimos conocer si HFS Interamerican Bank ha adelantado actividades pedagógicas que les permita a sus colaboradores conocer la importancia de la misión, visión y objetivos establecidos.

Dentro de este orden de ideas, podemos concluir que la empresa efectivamente adelanta y promueve dichos espacios de transmisión de información tan necesarios para su desarrollo y fortalecimiento. Así mismo, es evidente el alto grado de aceptación y participación de los colaboradores en estos espacios.

9. Una de las metas claras de HFS Interamerican Bank es convertirse en la entidad principal de los clientes; por esta razón, se le solicitó a los encuestados indicar si consideraban que el banco contaba con la tecnología apropiada para alcanzar dicha meta lo que podríamos resumir a continuación que, para los colaboradores, HFS Interamerican Bank si ha venido implementando la tecnología apropiada para convertirse en la entidad principal de los clientes, pero consideramos que la entidad también deberá tener en cuenta la opinión de sus usuarios ya que ellos son los principales beneficiarios de los servicios ofrecidos por ellos,

determinando así su grado de satisfacción lo cual permitirá detectar áreas en las que se puede mejorar ya que en la mayoría de los casos un cliente demuestra mayor fidelidad hacia una marca cuando encuentra algún problema con el servicio o producto y este es solucionado inmediatamente.

**10.** El 60% de los encuestados considera desde la perspectiva de la planeación estratégica, que HFS Interamerican Bank viene generando y dinamizando de manera frecuente procesos innovadores; otro 28% considera que dichos procesos innovadores se dinamizan ocasionalmente y el 12% restante indicó que raramente desde la perspectiva de planeación estratégica se vienen generando procesos innovadores dentro de la organización.

Es por ello que, como equipo de trabajo, consideramos que HFS Interamerican Bank puede y debe fortalecer sus procesos innovadores a través de una constante búsqueda de oportunidades de mercado que desembocan en ideas para desarrollar nuevos productos y/o servicios, y su posterior gestión sin dejar de lado las oportunidades que las tendencias del mercado nos plantean.

**11.** En el siguiente punto, se pretende conocer si los colaboradores de HFS Interamerican Bank participaron en algún momento en procesos de planeación estratégica dando un buen indicador para HSF Interamerican Bank ya que es claro que el 64% sus colaboradores en algún momento de sus carreras han participado en procesos de planeación estratégica lo cual facilita una gestión más eficiente dentro de la entidad, a través del recurso humano calificado y comprometido, lo que redundará en la eficiencia productiva y en una mejor calidad de vida y trabajo para todos los miembros. Adicionalmente, coadyuva a mejorar los niveles de productividad, conducentes al logro de la rentabilidad de la entidad.

**12.** Dentro de este marco y con el fin de conocer más a fondo y de manera detallada los procesos de planeación estratégica en las que han participado los colaboradores encuestados de HFS Interamerican Bank, se les planteo varios procesos de planeación estratégica para que a su vez escogieran en los que tuvieron participación en algún momento. Se evidencia que la mayoría de los encuestados que representa el 72% de los mismos, han participado en procesos de planeación estratégica más específicamente en objetivos y factores de éxito, lo cual nos hace pensar que debido a las actividades que la grafica nos muestra que la mayoría de los encuestados que representa el 72% de los

mismos, han participado en procesos de planeación estratégica más específicamente en objetivos y factores de éxito, lo cual nos hace pensar que debido a las actividades que ejecuta la entidad bancaria entre los que se destaca canalizar el ahorro y la inversión entre los oferentes y demandantes de capital, adelantar procesos ágiles y ser líderes en la prestación de servicios; estos 2 aspectos o más bien procesos de planeación estratégica (Objetivos – Factores de Éxito) con las que han tenido mayor participación mucho de los colaboradores, pueden ser de gran utilidad así como el puente para cumplir con las metas necesarias para un óptimo desarrollo de la entidad, así como su fortalecimiento y posicionamiento.

**14.** Como se mencionó en otro de los puntos del presente escrito, HFS Interamerican Bank pretende convertirse en la entidad principal de los clientes, otro aspecto muy importante de este instrumento es conocer si en los procesos que se adelantan en el banco, existen algunos (procesos) que apunten a mejorar la experiencia de los usuarios; ante esta pregunta se obtuvo que el 88% de los procesos apuntan a mejorar la experiencia del cliente, lo que nos permite determinar que HFS si tiene muy en cuenta la experiencia de sus clientes, pero consideramos que para alcanzar esa meta de convertirse en la principal de los mismos debe buscar alternativas de procesos teniendo en cuenta que no todos los consumidores son iguales y por ende no todos compran igual, así que lo ideal es tener alternativas en los que cada cliente pueda fluir de acuerdo a sus características. Otra alternativa puede ser darles voz a los clientes, esto se traduce en que el cliente exprese su punto de vista y externé sus quejas o sugerencias lo cual reduce lo mayormente posible el tiempo que pasa entre el servicio y la retroalimentación, esto hará que el cliente se sienta valorado e integrado en los procesos.

**15.** También, a través de este instrumento, se pretende indagar con los encuestados si se evidencia dentro de la cultura de la organización, un desarrollo óptimo del equipo interdisciplinario; con base en el resultado podemos concluir que, dentro de la entidad bancaria, sus colaboradores consideran que hay un 88% de acuerdo con el óptimo desarrollo del equipo interdisciplinario, pero es importante que la entidad se asegure de tener a los integrantes idóneos ya que el personal con el que tiene contacto diario el cliente es un elemento clave para brindar el servicio y realmente cumplir con la promesa de la

marca. Ellos pueden ser la raíz de una mala experiencia o sembrar la semilla de lealtad en los usuarios, por eso, aunque la percepción de los colaboradores es de suma importancia, es indispensable que la entidad evalúe de manera constante el desempeño de estos y faciliten la capacitación necesaria para dar respuestas asertivas a los clientes o manejar situaciones de conflicto.

**16.** De igual forma, para seguir con la recolección de información para el trabajo investigativo, se le solicitó a los encuestados que indicaran si consideran que con una adecuada gerencia del talento Humano y el compromiso de los equipos se podría alcanzar más fácilmente las metas establecidas en el plan estratégico.

En este punto, es claro que los colaboradores encuestados de HFS Interamerican Bank, coinciden en que con una correcta gerencia del talento humano la entidad puede ejecutar de manera organizada su planeación, organización, desarrollo, coordinación y control, tanto de técnicas como de métodos capaces de promover el desempeño eficiente del personal, para alcanzar no solo los objetivos organizacionales si no también los individuales de cada uno de ellos; por consiguiente, consideramos que la empresa debería aprovechar la claridad que tienen los colaboradores frente a la gerencia del talento humano y la voluntad que tienen de trabajar en equipo ya que esto permite tener a los diferentes equipos alineados y convencidos del cambio, y que finalmente todos se sientan involucrados desde el diseño hasta la implementación de los diferentes procesos.

**17.** Según información recolectada anteriormente dentro del respectivo proceso investigativo que se viene adelantado, se pudo determinar que HFS Interamerican Bank adelanta de manera constante procesos de capacitación con el fin de mejorar sus procesos, productos y servicios, por ende, quisimos que las persona encuestadas valoraran de acuerdo a su grado de aceptación varias afirmaciones; a continuación, relacionamos la gráfica con los resultados obtenidos:

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Total
Considera que dicha formación favorece su trabajo diario	22%(5)	70%(16)	9%(2)	0%(0)	0%(0)	23
Considera que dicha formación le permitirá adquirir Nuevas habilidades	40%(10)	48%(12)	12%(3)	0%(0)	0%(0)	25
Con dicha formación tiene la oportunidad de crecer y formar una carrera profesional dentro de la organización	33%(8)	58%(14)	8%(2)	0%(0)	0%(0)	24
Considera que la empresa también le da la oportunidad de tomar la iniciativa de su propio desarrollo profesional	17%(4)	62%(15)	17%(4)	4%(1)	0%(0)	24

Respuestas recogidas: 25  
Preguntas sin contestar: 0

[Gráfico Excel](#)   [Gráficos interactivos](#)

*Ilustración 1*

Para este punto recomendamos que la entidad siga fortaleciendo el esquema de capacitación de los equipos de trabajo garantizando así la gestión del conocimiento, ya que un personal capacitado se traduce en herramientas sólidas para la gestión y ejecución de los planes y procesos de la organización.

**18.** Entendiendo la productividad como el nivel de eficiencia que tienen los gastos invertidos por una empresa para desarrollar su actividad en relación a los ingresos recibidos, en este punto se pretende indagar a través de los encuestados, qué actividades consideran se relacionan con la productividad.

**actividades\_considera\_relacionan\_con\_productividad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Eficiencia	8	32,0	32,0	32,0
	Medición	5	20,0	20,0	52,0
	Trabajo en equipo	3	12,0	12,0	64,0
	Proceso creativo	2	8,0	8,0	72,0
	Metodologías ágiles	1	4,0	4,0	76,0
	Todas las anteriores	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

*Ilustración 2*

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, consideramos que independiente a esas actividades con las que los colaboradores relacionan la productividad, es indispensable que dentro de HFS Interamerican Bank se marquen rutinas de trabajo en aras de mejorar y tener una buena organización interna y así mismo identificar los tiempos y la dificultad de cada tarea; así mismo recomendamos fortalecer la comunicación organizacional ya que el flujo de información y comunicación interna entre los departamentos es imprescindible para mejorar la productividad de la empresa.

**19.** Otro dato importante que arroja este ejercicio es que el 60% de los colaboradores encuestados considera que es muy importante y le da valor a su trabajo la implementación y/o utilización de la tecnología en las actividades que realiza dentro de la entidad; otro 8% considera que es importante, mientras que otros 20% y 12% respectivamente consideran que poco y nada importante el aspecto tecnológico en sus actividades ejecutadas a diario.

Una vez analizado dichos resultados, podemos concluir que en HSF se ha vuelto muy necesario la utilización de las diferentes herramientas tecnológicas existentes y que además tienen un alto grado de aceptación y adopción por parte de sus colaboradores con el fin de dar cumplimiento a los distintos planes de trabajo asignado a los mismos (colaboradores).

**20.** Debe señalarse, que consideramos importante conocer si los colaboradores de HFS Interamerican Bank encuestados creen que la implementación de tecnología mejora las actividades y acciones que realizan y ejecutan a diario dentro de la organización; los resultados arrojados fueron los siguientes: un 68% está totalmente de acuerdo con la pregunta planteada en este punto, otro 20% está de acuerdo y el 12% restante manifestó que están indecisos en cuanto a la efectividad de la implementación de la tecnología como factor de mejoramiento en las actividades y acciones que realiza y ejecuta a diario dentro de la organización.

Partiendo de los resultados descritos anteriormente, consideramos pertinente que la entidad en mención invierta constantemente en recursos tecnológicos lo cual les permitirá como empresa replantear e integrar sus procesos, reducir costos, mejorar las comunicaciones, transformar los procesos de negocio e implementar una cultura sólida y mejorar significativa la atención y servicios a sus clientes.

**21.** En respuesta a la pregunta ¿Con que frecuencia se implementa tecnología en la organización? Los encuestados respondieron: Al conocer la frecuencia con que se implementa tecnología dentro la entidad bancaria, se pudo determinar que, en un 84% implementa tecnologías de manera frecuente, HFS Interamerican Bank ha dado pasos agigantados en pro de la modernización y optimización de recursos tan necesarios para aprovechar las oportunidades del presente y de alguna forma anticiparse a los cambios del futuro y así mismo ser parte del cambio y la innovación en el mundo de los negocios.

**22.** Como parte del proceso investigativo que se viene adelantando, se pudo constatar que HFS Interamerican Bank cuenta con un laboratorio digital lo cual se ha convertido en una herramienta interactiva de mucha utilidad; en ese orden de ideas, se quiso indagar si los colaboradores de la entidad tenían o tienen conocimiento sobre la existencia del mismo (Laboratorio Digital); El 52% de las personas encuestadas manifestaron que la entidad si cuenta con un laboratorio digital, otro 16% manifestó que no tenía conocimiento y el otro 32% dice no saber de la existencia de la misma.



Teniendo en cuenta el resultado anterior, y aunque la mayoría de los colaboradores encuestados manifestaron que el banco si cuenta con un laboratorio digital, consideramos necesario adelantar campañas de socialización de dicho espacio en aras de lograr la transformación digital de sus usuarios a través de sus colaboradores, mediante soluciones que van más allá de la tecnología y que atienden los retos del mercado y se apalancan de las nuevas oportunidades y de esta forma cumplir con la meta de convertirse en la entidad principal de los clientes a través del uso de la tecnología.

**23.** Una vez socializado con los encuestados el concepto de transformación digital como la integración de tecnología digital en todas las áreas de la empresa, cambiando así la forma en que opera, se pretende conocer si como colaboradores del banco consideran que el mismo puede ser más eficiente, flexible e innovador.

Partiendo de dichos resultados, es evidente que, a pesar de contar con un laboratorio digital y las herramientas tecnológicas para adelantar muchos procesos, es evidente que el banco debe redefinir muchos de sus procesos y gestiones adaptando así una capacidad de respuesta rápida, eficiente y variada para adaptarse y/o anticiparse a los distintos tipos de cambio que continuamente están afectando a las organizaciones debido a la evaluación de sus circunstancias internas y externas siendo la tecnología el principal canal.

**24.** Adicionalmente, se quiso conocer si ellos como colaboradores de HFS Interamerican Bank, consideraban que, si se cuenta con innovación y transformación digital, se puede aumentar los productos del portafolio de la organización; los resultados arrojados fueron los siguientes: El 92% de la población está de acuerdo que la colocación del portafolio aumenta, por lo anterior con estos resultados es evidente que la innovación y la transformación digital contribuyen de manera positiva a obtener mayor participación de los productos del portafolio en el mercado que puede lograrse a través de la implementación de procesos ágiles y eficientes.

**25.** Por último y para dar por finalizado el instrumento (encuesta), se consultó si HFS Interamerican Bank cuenta con procesos adecuados que favorezcan la innovación en aras de cumplir con sus metas propuestas; un 28% considera que se cuentan con procesos muy bien adecuados, otros (64%) consideran que hay procesos bien adecuados que favorezcan la innovación, otro 4% considera que dichos procesos son regulares y el 4% restante manifiestan que estos necesitan y pueden mejorar.

Aunque los resultados anteriormente compartidos arrojan cifras positivas en cuanto a la consolidación de procesos adecuados que favorezcan la innovación, consideramos que la entidad debe realizar un análisis profundo de las necesidades de sus clientes y un feedback más directo con ellos; así mismo deberán adelantar algunas rotaciones de varios puestos de trabajo con el fin de fomentar procesos de formación interna que promueva actitudes favorables al cambio; de igual forma deberán dotar de recursos y generar equipos horizontales de proyectos y propiciar la creatividad y la participación. Finalmente, podemos concluir con la sistematización de la información de este sondeo afirmando que HFS Interamerican Bank viene aplicando y ejecutando correctamente la planeación estratégica en el marco de las actividades que realiza, teniendo en cuenta que los colaboradores encuestados dominan en su mayoría los conceptos bajo esta estrategia y modalidad de trabajo.

## Pruebas Chi-cuadrado

Relación entre el tiempo que se lleva trabajando en la entidad y el reconocimiento de la importancia y beneficios de una efectiva implementación de la planeación estratégica, para esto utilizamos el análisis Chi-cuadrado obteniendo los siguientes resultados:

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,792 <sup>a</sup>	6	,003
Razón de verosimilitud	25,632	6	<,001
Asociación lineal por lineal	9,938	1	,002
N de casos válidos	25		

a. 12 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,16.

*Ilustración 3*

También la relación entre saber la importancia de la planeación estratégica y la participación en los procesos de planeación estratégica de la entidad.

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15,320 <sup>a</sup>	4	,004
Razón de verosimilitud	20,969	4	<,001
Asociación lineal por lineal	13,257	1	<,001
N de casos válidos	25		

a. 7 casillas (77,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,20.

*Ilustración 4*

Después la relación entre la utilización de la tecnología apropiada con respecto a la importante de la tecnología en las actividades diarias.

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,513 <sup>a</sup>	4	<,001
Razón de verosimilitud	20,678	4	<,001
Asociación lineal por lineal	12,841	1	<,001
N de casos válidos	25		

a. 8 casillas (88,9%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,48.

*Ilustración 5*

Adicional, la relevancia de conocer el plan estratégico de la empresa para ayudar a cumplir con la misión y visión de la empresa.

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	54,792 <sup>a</sup>	12	<,001
Razón de verosimilitud	37,067	12	<,001
Asociación lineal por lineal	20,010	1	<,001
N de casos válidos	25		

a. 19 casillas (95,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.

*Ilustración 6*

Finalmente, la implementación o divulgación sobre el conocimiento e importancia del plan estratégico con los procesos adecuados que favorezcan la innovación en aras de cumplir con las metas propuestas.

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,583 <sup>a</sup>	6	<,001
Razón de verosimilitud	27,667	6	<,001
Asociación lineal por lineal	4,543	1	,033
N de casos válidos	25		

a. 10 casillas (83,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,20.

*Ilustración 7*

## 10. Conclusiones

Con el desarrollo y resultado del proceso investigativo, se logró identificar y validar que dentro de las principales ventajas que ofrece el contar con un modelo de planeación estratégica definida dentro de la organización HFS Interamerican Bank, es que brinda la

oportunidad de tener una visión amplia de los problemas administrativos y operativos de la organización y a partir de estos dar prioridad a dichas necesidades; así mismo, consideramos que la planeación estratégica si puede ser un factor de éxito para la innovación de la organización ya que la ausencia de un plan estratégico en toda organización es sinónimo de desorientación e incertidumbre en las decisiones y acciones a ejecutar; del cambio en aras de crear o fortalecer un plan estratégico que permita la creación de una visión, una misión y unos valores que apunten a la creación de un escenario futuro para que de esta manera las personas puedan identificar con claridad hacia qué dirección se ha marcado el rumbo del cambio; en ese orden de ideas, he allí la importancia del plan estratégico, como modelo y como instrumento de gestión que responde a los retos organizacionales de estos tiempos como un recurso básico y esencial para la supervivencia y desarrollo de la empresa.

Con base en lo anterior expuesto, la planeación estratégica permite así mismo, controlar eficientemente las actividades que se ejecutan dentro de la organización dinamizando procesos innovadores que den valor a los servicios ofrecidos a los clientes y fomentar de este modo en el equipo tener una actitud positiva al cambio y con esto favorecer el esfuerzo de todos los colaboradores que a su vez reconocen la importancia y beneficios de la planeación estratégica, relacionando este concepto con la misión y visión de la organización debido a las campañas que se adelantan para dar a conocer el plan estratégico de la misma.

Por otro lado, se logró identificar que la tecnología tiene un gran valor en las actividades que se realizan a diario en la organización mejorando así el resultado de las mismas, demostrando que HFS Interamerican Bank tiene un alto grado de innovación resultado de la participación de los funcionarios en los procesos de planeación estratégica y su correcta implementación.

Así mismo, a través de la aplicación del instrumento, se logró validar que efectivamente los colaboradores al tener claro la importancia y relevancia que tiene el conocer el plan estratégico de la entidad independiente al tiempo que llevan laborando en la misma, les permitirá trabajar en pro de las metas establecidas por la organización y adquirir algunas ventajas frente a los competidores; así mismo, se constató que es necesario fortalecer algunas estrategias de

integración e involucramiento de los colaboradores con todas aquellas actividades que apunten a fortalecer las metas del plan estratégico a través de un análisis detallado de cada uno de los aspectos relevantes de su actuar y entorno para la toma de decisiones más acertadas que impacten positivamente sus servicios.

## 11. Bibliografía

Álvarez, M. (2006). Manual De Planeación Estratégica La metodología de consultoría más práctica para crecer en un ambiente competitivo. México: Panorama Editorial. Universidad ICESI, ScienceDirect junio 2016, Estudios Gerenciales, Páginas 170-180

Tomado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S012359231630002X>

Amaya Amaya, J. (2005). Gerencia Planeación & Estrategia . Universidad Santo Tomas de Aquino.

Arrieta Díaz, D., Figueroa González, E. G., Luna Correa, J. E., Rivera Santillán, M. A., Meléndez Guerrero, M. Á., & Sotelo Asef, J. G. (2014). LA IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LA INNOVACIÓN Y PERMANENCIA DE LAS PyMES. *Global Conference on Business and Finance Proceedings* , 378-385.

Thompson Jr., A.A. & Strickland III, A. (2003), “Administración estratégica, textos y casos”. McGraw Hill

Bizneo blog, Cultura organizacional: qué es y cómo definirla correctamente, Tomado de <https://www.bizneo.com/blog/cultura-organizacional/>

Cano del Castillo, A. &. (2011). Universidad de la Salle. Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/2984/T11.11%20C165d.pdf?sequence>

Castillo, I. (2020, 9 abril). *5 Beneficios de la Planeación Estratégica*. Lifeder.

<https://www.lifeder.com/beneficios-planeacion-estrategica/>

Damanpour F., G. S. (2001). The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations. *Journal of Management Studies*, Volume 38, Issue 1, pp. 45-65. Obtenido de:

[https://www.researchgate.net/publication/227907602\\_The\\_Dynamics\\_of\\_the\\_Adoption\\_of\\_Product\\_and\\_Process\\_Innovations\\_in\\_Organizations](https://www.researchgate.net/publication/227907602_The_Dynamics_of_the_Adoption_of_Product_and_Process_Innovations_in_Organizations)

Diez Farhat, S. (2018). Teoría de Juegos y la Administración Estratégica de Empresas. *INNOVA*, 91-98.

Encuestafacil, Create, distribute and analyze your surveys online, Tomado de

<https://www.encuestafacil.com>

- Hernández, G. C. (2003). *Aprendizaje tecnológico y dinámica industrial*. . México: J. Espinel, J. A. (2013). *Evolución del sistema financiero colombiano*. . Bogotá, Cundinamarca,.
- Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Ignius, Fallas Comunes En La Planeación Estratégica De Una Empresa, 2009, Tomado de <http://ignius.com.mx/planeacion-estrategica-de-una-empresa-2/>
- Lozano, A. (2021, 1 abril). *La planificación estratégica*. gestiopolis. <https://www.gestiopolis.com/la-planificacion-estrategica/>
- Molina M.H.; Conca Flor, F.J. (2000), *Innovación Tecnológica y Competitividad Empresarial*. Publicaciones Universidad de Alicante.
- N.A., H. ( 2011). *La gestión de la innovación como proceso*. Costa Rica: . de Rica (Ed.), *Conocimiento, Innovación y Desarrollo*, Impresión Gráfica del Este, pp. 99-122.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo. (2005). *Manual de Oslo, Guía para la recolección e interpretación de datos sobre innovación* . EUROSTAT y OCDE.
- Portafolio. (2021). *Innovación, la apuesta de crecimiento para las empresas en Colombia*. *El tiempo Casa Editorial*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/innovacion/la-apuesta-de-crecimiento-para-las-empresas-en-colombia-549398>
- PowerData, *Transformación digital. Qué es y su importancia y relación con los datos*, Tomado de <https://www.powerdata.es/transformacion-digital>
- RICHARD BRANSON**, Portafolio, 2012, **¿Por qué falla la planeación estratégica?** Tomado de: <https://www.portafolio.co/tendencias/falla-planeacion-estrategica-86464>
- Roncancio, G. (2020, 18 marzo). *Historia de la Estrategia: ¿Cuál es su origen?*
- PENSEMOS. <https://gestion.pensemos.com/historia-de-la-estrategia-cual-es-su-origen>
- Superfinanciera de Colombia. (30 de Junio de 2017). *Superfinanciera de Colombia*. Obtenido de <https://www.superfinanciera.gov.co/descargas?com=institucional&name=pubFile102574&downloadname=comsectorfinanciero062017.pdf>
- Triangle Solutions, *Cultura organizacional: Qué es, elementos y ejemplos reales*, Tomado de <https://www.trianglerrhh.es/culturaorganizacional/>
- Valenzuela Argoti, C. E. (2016). *IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS EMPRESAS*. Bogotá, D.C.