

RESEÑA BIBLIOGRÁFICA



Darwin Villamizar y Cira de Pelekais (2015). **Gestión estratégica de unidades de negocios**. Fundamento prospectivo. Editorial Publicia
Por William Niebles

En esta obra, los autores explican como las industrias petroquímicas, han presentado cambios significativos debido a los efectos de los mercados petroleros y gasíferos, que representan bases sólidas para el fortalecimiento y crecimiento de las empresas de productos industriales, del plástico y fertilizantes, quienes confían en la gran disponibilidad del gas de los distintos países del Asia,

Europa, Norte y Sur América.

Por ello, la importancia de las Unidades de Negocios Petroquímicos, en gestionar sus estrategias como fundamentos prospectivos, a fin de obtener un diagnóstico de su realidad, para proyectar su cadena de valor mediante acciones conjuntas por los tres niveles organizacionales, así como una visión holística que las lleve a varios futuros posibles, para tomar la decisión que las conduzca al logro de sus metas, al establecer estrategias gestionadas con principios de abastecimiento de productos. Desde esta perspectiva, los líderes al hacer uso de la gestión estratégica que los lleva a decisiones para el mediano y largo plazo, aseguran que la empresa siga existiendo en un futuro determinado, bajo la orientación de objetivos estratégicos, tácticos y operativos.

Con respecto a lo planteado, los citados autores agregan que: Hoy en día con la globalización, los mercados se vuelven más competitivos, al tener grandes industrias, las cuales presentan sus productos a los mercados emergentes e industrializados para ser transformados por otras empresas para satisfacer la demanda del consumidor final. Por esta razón, la gestión estratégica juega un papel importante en las organizaciones, a través de ella brinda a la Alta Dirección, acciones que orientan al logro de la misión y visión de la organización, al mismo tiempo, una base sostenible para posicionarse en el mercado de forma competitiva y distintiva.

Es decir, la gestión estratégica vista como un arte y/o ciencia busca anticipar acciones que garanticen al líder un futuro deseado para su negocio, fundamentándose en el hombre, al ser conocida por éste como parte de su filosofía de liderazgo, siendo una herramienta que le permite al gerente proyectar a su organización en un tiempo determinado para el logro de la visión de la empresa.

Por otra parte, las Unidades de Negocios son una estrategia que contribuye a potenciar el desempeño de una organización, la cual está diseñada para producir y comercializar uno o más productos dirigidos a un mercado específico y para posicionar el negocio de manera eficaz, para ello la Alta Dirección, gestiona sus productos bajo lineamientos específicos para cada una de sus unidades de negocios.

En este sentido, las grandes corporaciones han tomado como estrategia, crear Unidades de Negocios para sus diversos productos, cuyo fin es administrar los intereses de sus líneas de productos, por ser estos, de competencia exigentes, que requieren de un manejo especializado para llegar a la demanda de los mercados nacionales e internacionales garantizando los requerimientos de los clientes.

A este respecto, el líder debe comprender la misión de la organización a fin de orientar las Unidades de Negocios a conseguir la productividad, por cuanto conoce la razón de ser de la empresa, y así orientar sus estrategias hacia un horizonte claro para establecer objetivos que motiven al personal a lograr el desarrollo de la industria que se requiere a nivel mundial.