



ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.

6to. CUATRIMESTRE. ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA
DE NEGOCIOS.

MAESTRO: CARLOS RODRIGO GUILLEN.

ALUMNA: VANESSA GUADALUPE SÁNCHEZ PIMENTEL.

PRESENTACION.

El análisis estratégico se basa específicamente en una organización sobre a qué se dedican y que es lo que realmente hacen.

La misión es un punto de inicio para la elaboración de una misión estratégica.

Un nivel estratégico nos dice también sobre las compañías que expresan su misión de negocios en manera de utilidad sobre las utilidades que día con día van generando, las utilidades son el máximo resultado de lo que conlleva a una compañía, una compañía dentro del nivel estratégico se involucra mucho ya que para cada compañía lo importante es generar más utilidades y para ellos es necesario ante el mercado mantener un amplio conocimiento dentro de los cuales qué es lo que el cliente le interesa , que es lo que está tratando de satisfacer.

El análisis estratégico consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización. Una declaración de la misión debe ser lo suficientemente específica para precisar el verdadero ámbito de negocios de una empresa, ya que el análisis estratégico es el proceso que se lleva a cabo para investigar sobre el entorno de negocios dentro del cual opera una organización y el estudio de la propia organización, con el fin de formular una estrategia para la toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos.

Para mejorar, las empresas deben de realizar periódicamente un análisis estratégico el cual servirá para determinar las cosas que se deben mejorar y aquellas que marchan de maravilla. Siempre pensando en incrementar la eficiencia de la organización y eficacia mediante el aumento de la capacidad de la organización para implementar y volver a implementar sus recursos de forma inteligente.

DESARROLLO.

El análisis estratégico sirve principalmente para que la empresa sepa hacia dónde quiere ir y hasta dónde quiere llegar.

La declaración de la misión es un punto de inicio para la elaboración de la visión estratégica y la misión de negocios en términos de obtener una utilidad. Esto es una equivocación; planteado de una manera correcta, las utilidades son más un resultado de lo que hace la compañía. El deseo de obtener una utilidad no dice nada del escenario de negocios en el cual se buscan las utilidades.

Las actividades, las tecnologías y las capacidades de la empresa, o cómo la compañía se ocupa de la creación y suministro de valor, así como de la satisfacción de sus necesidades.

Los retos que implica la búsqueda de objetivos de desempeño temerarios y agresivos impulsan a que una organización sea más inventiva y dé muestras de cierta urgencia para mejorar tanto su desempeño financiero, como su posición de negocios, y a ser más intencional y concentrada en sus acciones. Cada unidad en una compañía necesita objetivos de desempeño concretos y mensurables, que contribuyan de una manera significativa al logro de los objetivos generales de la empresa.

La situación ideal implica un esfuerzo de equipo en el que cada unidad organizacional se preocupa por producir resultados en su área de responsabilidad los cuales habrán de contribuir al logro de los indicadores de desempeño de la compañía y de su visión estratégica.

El logro de resultados financieros aceptables es decisivo: sin ellos pelagra la aspiración de una compañía al logro de su visión, así como su bienestar a largo plazo y su supervivencia. También se debe prestar atención al bienestar estratégico de una compañía a su competitividad y a su posición de negocios general a largo plazo. A menos que el desempeño de una compañía refleje un mejoramiento en sus fortalezas competitivas y una sólida posición de mercado a largo plazo, su progreso será poco alentador y habrá desconfianza en su habilidad de mantener un buen desempeño financiero.

Cuando una compañía implementa estrategias que intentan conformar el entorno externo en el que opera, realiza una administración ambiental.

Los factores dentro del entorno externo que son importantes para los gerentes de marketing pueden clasificarse como sociales, demográficos, económicos, tecnológicos, políticos y legales y competitivos.

Para ello también intervienen diferentes factores como lo que es los factores sociales, los factores demográficos, factores económicos, factores tecnológicos y de recursos, factores políticos y legales y factores competitivos, que cada uno de

ellos intervienen para una mejor estrategia dentro de una compañía u organización, si la compañía requiere de utilidades debe de llevar a cabo cada uno de los factores para que sus ingresos aumenten y sobre todo ver la importancia que se tiene a un cliente, busca una mejora dentro de su compañía.

CONCLUSION.

Sé sincero al señalar todas las fortalezas y debilidades de tu empresa.

Ten en una visión clara del momento en el que pasa tu compañía, no dónde quieres tú que esté. Por ello es importante realizar evaluaciones o auditorías regularmente, por ejemplo, de los procesos que lleves a cabo.

Ten claros tus objetivos, misión y visión. Define tus prioridades.

Una vez que tengas identificados los problemas que aquejan a tu empresa, puedes realizar un análisis FODA o DAFO. Esta es una buena herramienta para enumerar los factores que debes de tomar en cuenta para elaborar un plan efectivo de lo que vas a hacer