

Misión

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

C.P. VÍCTOR TADEO CRUZ RECINOS

PRESENTA EL ALUMNO:

JOSÉ ALBERTO HERRERA VAZQUEZ

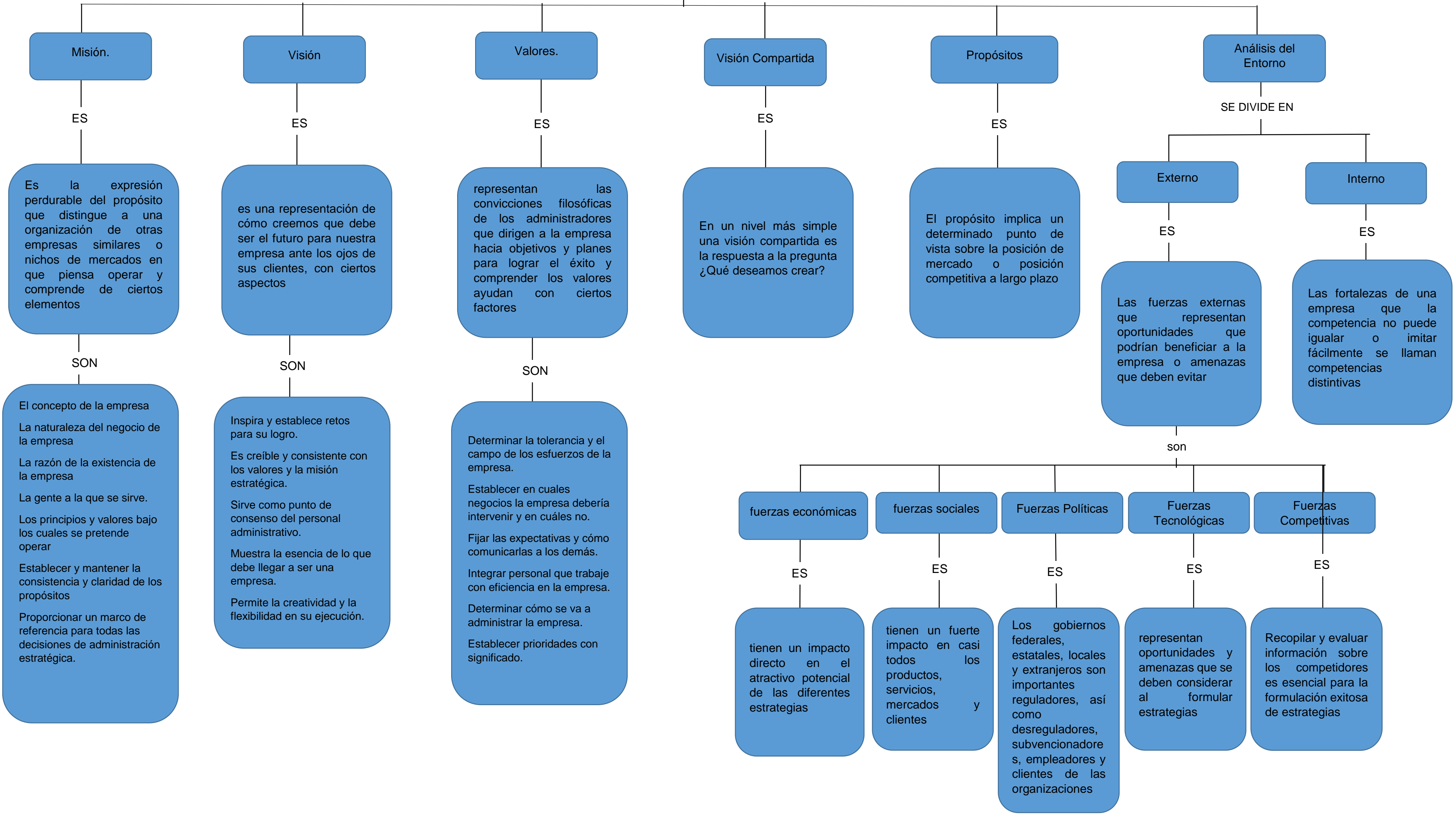
GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

7mo Cuatrimestre “D” LAE Semiescolarizado

Frontera Comalapa, Chiapas

23/Septiembre/2020

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA



Misión.

ES

Es la expresión perdurable del propósito que distingue a una organización de otras empresas similares o nichos de mercados en que piensa operar y comprende de ciertos elementos

SON

El concepto de la empresa
La naturaleza del negocio de la empresa
La razón de la existencia de la empresa
La gente a la que se sirve.
Los principios y valores bajo los cuales se pretende operar
Establecer y mantener la consistencia y claridad de los propósitos
Proporcionar un marco de referencia para todas las decisiones de administración estratégica.

Visión

ES

es una representación de cómo creemos que debe ser el futuro para nuestra empresa ante los ojos de sus clientes, con ciertos aspectos

SON

Inspira y establece retos para su logro.
Es creíble y consistente con los valores y la misión estratégica.
Sirve como punto de consenso del personal administrativo.
Muestra la esencia de lo que debe llegar a ser una empresa.
Permite la creatividad y la flexibilidad en su ejecución.

Valores.

ES

representan las convicciones filosóficas de los administradores que dirigen a la empresa hacia objetivos y planes para lograr el éxito y comprender los valores ayudan con ciertos factores

SON

Determinar la tolerancia y el campo de los esfuerzos de la empresa.
Establecer en cuales negocios la empresa debería intervenir y en cuáles no.
Fijar las expectativas y cómo comunicarlas a los demás.
Integrar personal que trabaje con eficiencia en la empresa.
Determinar cómo se va a administrar la empresa.
Establecer prioridades con significado.

Visión Compartida

ES

En un nivel más simple una visión compartida es la respuesta a la pregunta ¿Qué deseamos crear?

Propósitos

ES

El propósito implica un determinado punto de vista sobre la posición de mercado o posición competitiva a largo plazo

Análisis del Entorno

SE DIVIDE EN

Externo

ES

Las fuerzas externas que representan oportunidades que podrían beneficiar a la empresa o amenazas que deben evitar

son

Interno

ES

Las fortalezas de una empresa que la competencia no puede igualar o imitar fácilmente se llaman competencias distintivas

fuerzas económicas

ES

tienen un impacto directo en el atractivo potencial de las diferentes estrategias

fuerzas sociales

ES

tienen un fuerte impacto en casi todos los productos, servicios, mercados y clientes

Fuerzas Políticas

ES

Los gobiernos federales, estatales, locales y extranjeros son importantes reguladores, así como desreguladores, subvencionadores, empleadores y clientes de las organizaciones

Fuerzas Tecnológicas

ES

representan oportunidades y amenazas que se deben considerar al formular estrategias

Fuerzas Competitivas

ES

Recopilar y evaluar información sobre los competidores es esencial para la formulación exitosa de estrategias