



Nombre de la alumna: Arely Gerónimo Díaz

Nombre del profesor: Cp. Víctor Tadeo Cruz Recinos

Nombre Del trabajo: Cuadro sinóptico del tema formulación e implantación de estrategias para áreas básicas

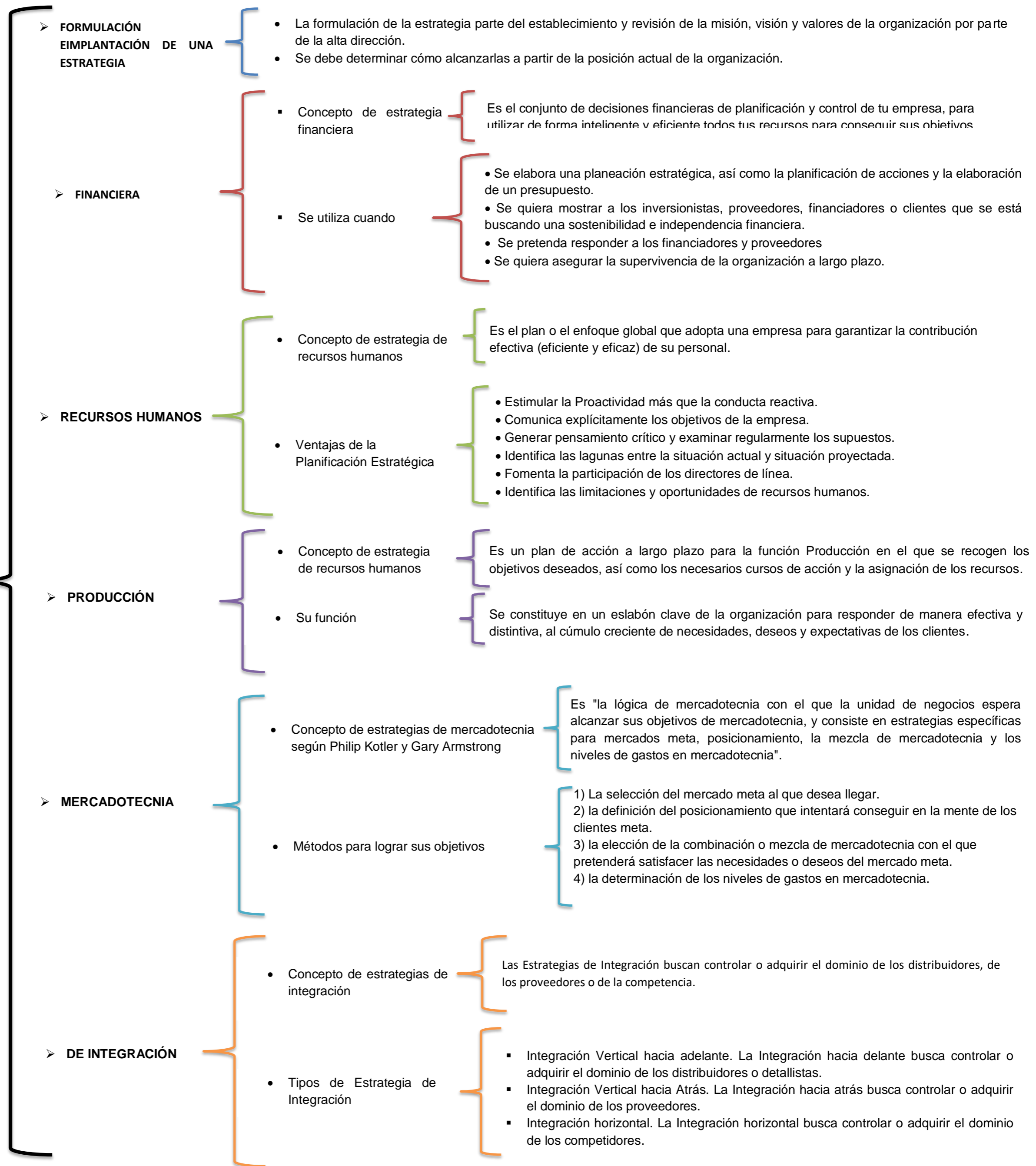
Materia: Administración estratégica

Grado: 7to cuatrimestre

Grupo: Administración de empresas semiescolarizado "D"

Frontera Comalapa, Chiapas a 18 de octubre de 2020

FORMULACIÓN E IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA ÁREAS BÁSICAS



FORMULACIÓN E IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA ÁREAS BÁSICAS

➤ OFENSIVAS

- Concepto de estrategias defensivas

Son básicas en el uso de las fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas.

- Tipos de estrategias defensivas

1.- Atacar puntos fuertes de nuestros rivales

Lanzar un producto de igual calidad pero con menor precio.

2.- Atacar los puntos débiles de nuestros competidores.

- Atacar las áreas donde tenga poca cuota de mercado.
- Atacar en segmentos descuidados por la competencia.
- Lanzar campañas de imagen para fortalecer nuestra competencia y debilitar la del rival.

➤ DEFENSIVAS

- Concepto de estrategias defensivas

Tratan de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Esto no implica que siempre se deba afrontar las amenazas del entorno de una forma tan directa.

- Ejemplo de estrategias defensivas

- 1.- Ampliar gama de productos.
- 2.- Firmar acuerdos de exclusividad con proveedores o distribuidores.
- 3.- Mantener precios reducidos.
- 4.- Conceder a los proveedores y distribuidores facilidades especiales.

➤ INTERNACIONALES

- Concepto de estrategias internacionales

Se las puede catalogar como estrategias globales, y se las usa para empresas que desean entrar en mercados ajenos al actual, y que se distinguen de los presentes por su comportamiento y posición geográfica.

- Ejemplos de estrategias internacionales

- Competencia de precios con los precios locales
- De altos a bajos precios
- De bajos a altos precios

➤ ASIGNACIÓN Y CONTROL DE RECURSOS

Se realiza mediante un procedimiento manual es difícil la reducción del tiempo con la asignación de nuevos recursos, pero cuando se ejecuta mediante un sistema informático como el MS Project u otro similar es posible realizar determinados cálculos que faciliten los análisis y la toma de decisiones, teniendo presente la ruta crítica, el costo y la disponibilidad de recursos del ejecutor.

➤ VENTAJA COMPETITIVA

- Concepto de ventaja competitiva

Consiste en lo que está haciendo una compañía para tratar de desarmar las compañías rivales y obtener una ventaja competitiva. La estrategia de una compañía puede ser básicamente ofensiva o defensiva.

- Fuentes de ventajas competitivas

- Elaboración del producto con la más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes.
- Lograr menores costos en los rivales.
- Tener una mejor ubicación geográfica.
- Diseñar un producto que tenga un mejor rendimiento que las marcas de la competencia.

➤ AUDITORIA DEL DESEMPEÑO

- Concepto de auditoria del desempeño

Es un esfuerzo concentrado que requiere el estudio simultáneo de las fortalezas y de las debilidades internas de la empresa y de las oportunidades y amenazas externas que pueden tener un efecto positivo o negativo en la organización.

- Propósito de esta auditoria

Consiste en proporcionar los datos para el análisis de brechas, determinando el grado en que el modelo de la estrategia del negocio es realista y realizable o practicable.

➤ DIVERSIFICACIÓN

- Concepto de diversificación de

Es la amplitud de productos de la empresa. Con una estrategia de diversificación la empresa llega a nuevos mercados.

- Tipos de estrategias de diversificación

- Diversificación Concéntrica

- La empresa crece en una industria que crece lentamente o casi nada.
- Cuando la venta de otros productos nuevos elevaría notablemente las ventas.
- Cuando los productos de la organización están decayendo en las ventas.

- Diversificación Horizontal

- Cuando la venta de productos nuevos no relacionados incrementan los ingresos de la empresa.
- Cuando la empresa compite en un sector de poco crecimiento donde existen bajos márgenes de ingreso.

- Diversificación conglomerada

Consiste en la incorporación de productos nuevos no relacionados, pero en este caso son destinados a clientes potenciales.