



ADMINISTRACION ESTRATEGICA

Resumen



LIC. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Gibran De Jesus Hernández Aguilar

Interno (recursos, competencias, y capacidad estratégica)

Componente del proceso de planeación estratégica, se concentra en revisar los recursos, la capacidad y las aptitudes de una empresa. El propósito es detectar las fortalezas y las debilidades de la organización.

Cultura

Se fundamenta en los valores, las creencias y los principios que constituyen las raíces del sistema de una empresa. Una cultura adecuada atrae, motiva y retiene a los mayores talentos y prepara a la organización para que pueda adaptarse a las condiciones cambiantes. La Cultura Organizacional se ha convertido en un componente de relevante importancia estratégica y ventaja competitiva para aquellas empresas que buscan un crecimiento significativo. Otro elemento que vale la pena resaltar en la creación de una cultura es la dirección estratégica, la cual se encuentra ligada con la Visión Empresarial y las perspectivas a corto, mediano y largo plazo. El punto clave está en saber hasta donde la Visión y Misión Empresarial coincide con las estrategias para que estas y la cultura no se contrapongan entre sí.

Matriz BCG

Conocida como Matriz de Boston Consulting Group o Matriz BCG, es un método gráfico de análisis de cartera de negocios desarrollado por el Boston Consulting Group en la década de 1970. Esta herramienta consiste en realizar un análisis estratégico del portafolio de la compañía en base a dos factores, la tasa de crecimiento de mercado y la participación de mercado. Debido a la cercana relación que tiene con el mundo del marketing, tiende a considerarse que está exclusivamente relacionada con el marketing estratégico. Su propósito es ayudar en la toma de decisiones sobre los distintos enfoques dirigidos a los diferentes tipos de negocios o sus Unidades Estratégicas (UEN), dicho de otro modo, nos dice en que empresas o áreas debemos invertir, dejar de hacerlo o simplemente desistir del negocio.

Unidades estratégicas de negocios

Podemos decir que una unidad estratégica de negocio (UEN) es un conjunto homogéneo negocios desde el punto de vista estratégico para los que es posible formular una estrategia común y al mismo tiempo diferente a la estrategia adecuada para otras actividades. El origen del concepto unidad estratégica de negocio hay que buscarlo en la década de los años 60 del siglo pasado ante el elevado grado de diversificación que había logrado la empresa General Electric, lo que le llevó a diferenciar áreas dentro de la compañía en las que podía concretar estrategias definidas. Este término surge de la idea de que al combinar diferentes negocios pero vinculados entre sí podría crearse valor a través de la sinergia. Este pensamiento tuvo mucha aceptación y sirvió de alguna manera para justificar la diversificación que experimentó Estados Unidos sobre todo en los años 70.

Matriz de crecimiento producto- mercado

La matriz de crecimiento producto-mercado es un instrumento que ayuda a plantear un estudio de mercado para una región o zona determinada de este modo se configuran en

cuatro situaciones posibles. **Penetración de mercado:** consiste en incrementar las ventas de los productos ya existentes en los mercados habituales.

Desarrollo de mercado: consiste en la identificación y desarrollo de nuevos mercados para los productos que se están vendiendo actualmente.

Desarrollo de producto: se trata de ofrecer productos nuevos o modificación a los mismos demandantes, y se logra básicamente a través de las innovaciones de producto.

Diversificación: consiste en generar nuevos productos para introducirlos en nuevos mercados es la alternativa que presenta mayores riesgos ya que implica el abordaje de más cambios y de nuevas situaciones.

Desarrollo y elección de la estrategia básica

La formulación de la estrategia es la primera de las etapas que constituyen el proceso de dirección estratégica en la empresa. Tiene por objeto determinar la estrategia o estrategias más adecuadas a seguir por la empresa durante un periodo de tiempo, mediante el desarrollo de un diagnóstico estratégico consiste en averiguar cuál es la situación actual de la empresa y cuáles son sus posibilidades de desarrollo. Esta se lleva a cabo mediante un determinado proceso, constituido por una serie de fases o etapas que habrá que desarrollar en su totalidad.

Proceso de formulación estratégica.

La parte de la formulación recoge el planteamiento de la planificación estratégica, ampliándolo al estudio de las variables sociopolíticas y culturales. Dividiéndose en tres elementos principales: las aspiraciones de la alta dirección, las oportunidades y amenazas del entorno y las fortalezas y debilidades del interior de la empresa. Por tanto se trata de proceder al estudio de estos tres aspectos en el ámbito empresarial: el diagnóstico estratégico con su doble análisis interno y externo, el diseño de sistemas de objetivos y el análisis estratégico o evaluación y selección de estrategias, que culmina con la elección más apropiada para la empresa. Este proceso incluye tres dimensiones diferentes: económica, política y organizativa o burocrática.

Formulación e implantación de una estrategia:

Toda empresa diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, esto planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa. Es decir, su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores. También es importante señalar que la empresa debe precisar con exactitud y cuidado la misión que se va regir la empresa, la misión es fundamental, ya que esta representa las funciones operativas que va a ejecutar en el mercado y va a suministrar a los consumidores.

Finanzas: son aquella serie de actividades que se hayan asociadas al intercambio de bienes de capital, ya sea entre individuos, entre empresas, o bien con estados, y sin dudas es una de las ramas de la economía más importantes en todo el mundo.

Recursos humanos:

Se denomina recursos humanos (abreviado RR. HH.) al conjunto de los empleados o colaboradores de una organización, sector económico o de una economía completa. Frecuentemente también se utiliza para referirse al sistema o proceso de gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal que la organización necesita para lograr sus objetivos.