



Nombre de alumnos: OSMAR AGDIMAE SOLIS CARBAJAL

Nombre del profesor: LIC. JOSUE FERNANDEZ

Nombre del trabajo: CUADRO SINOPTICO TEMA: PLANEACION ESTRATEGICA

Materia: DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Grado: 9º CUATRIMESTRE

Grupo: "D"

PLANEACION ESTRATEGICA

La planeación estratégica es una herramienta muy importante para la toma de decisiones de las empresas, especialmente sobre la forma como se está actuando y el camino que se debe seguir en el futuro para lograr alcanzar los objetivos formulados y establecidos.

Misión

La misión puede ser tan vaga como un sueño o tan precisa como una meta o una definición de misión. El punto crítico es que la visión articula un panorama futuro realista, creíble y atractivo para la organización, una condición futura mejor de lo que ahora existe en muchos aspectos importantes. Mientras se entienda que la palabra visión significa algo en lenguaje empresarial, esa cita engloba sus rasgos distintivos, así como su absoluta vaguedad.

La pregunta fundamental que nos debemos formular para establecer la visión es: ¿qué queremos ser? La visión determina el conjunto de valores con los cuáles la empresa justifica sus acciones.

Visión

La misión se centra en la perspectiva actual de la organización, —quiénes somos, qué hacemos—, describe de manera general sus capacidades, su enfoque al cliente y sus actividades. La declaración de la misión es un punto de inicio para la elaboración de la visión estratégica.

La **misión** nos indica cuál es el propósito de la existencia de la empresa, la pregunta que nos haremos en este caso es: ¿cuál es la razón de ser de la empresa? La misión de la empresa justifica su existencia.

Formulación de objetivos

El propósito del establecimiento de objetivos es convertir los lineamientos de la visión estratégica y de la misión del negocio en indicadores de desempeño específicos, en resultados y consecuencias que la organización desea lograr. De los objetivos derivan las metas de desempeño de una empresa: los resultados y los logros que desea alcanzar. Funcionan como parámetros para la evaluación del progreso y el desempeño de la organización.

Apuntan a solucionar el problema general determinado en el planteo del problema. Un claro ejemplo podría ser: El resultado final que quiere alcanzarse con la tesis, es decir, la razón por la que se realiza la investigación.

Análisis competitivo:

En el análisis competitivo ya se determinan concretamente las fortalezas y debilidades que posee la empresa, así como las amenazas y oportunidades que enfrenta en el mercado objetivo que atiende. El uso del análisis **FODA o DAFO** es fundamental en este paso, debido a que ofrece información precisa sobre estos elementos en un mercado concreto.

FODA

Esta es una herramienta de estudio de la situación de una empresa, institución o proyecto, analizando sus características internas (debilidades y fortalezas) y su situación externa (amenazas y oportunidades) en una matriz cuadrada.

DAFO

Se puede **aplicar este análisis a una empresa completa**, a un individuo o a un departamento. Sin embargo, lo más común de los análisis DAFO es que estén realizados a nivel organizacional para comprobar cómo los objetivos de tu plan de negocio se ajustan a la trayectoria de crecimiento y éxito de tu empresa.