



**Nombre de alumno: Félix Bonifacio
Bravo Rodríguez**

**Nombre del profesor: D. E.d José
Manuel Ortiz Sánchez**

**Nombre del trabajo: cuadro sinóptico
sobre la planeación estratégica y sus
etapas**

Materia: Planeación Educativa

Grado: primer cuatrimestre

Grupo: A

Frontera Comalapa, Chiapas a 22 DE OCTUBRE de 2021

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SUS ETAPAS

ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO INTERNO

Tiene como objetivo conocer los recursos y capacidades con las que cuenta una empresa e identifica sus fortalezas y debilidades para establecer objetivos en base a dichos recursos v formular estrategias

El proceso de realizar una auditoría interna

La auditoría interna requiere la recolección y la asimilación de información sobre las operaciones de dirección, mercadotecnia, finanzas y contabilidad, producción y operaciones, investigación y desarrollo (I+D) y sistemas de información de la gerencia de la empresa.

FACTORES EXTERNOS

-El objetivo es identificar las principales variables que ofrezcan respuestas prácticas.

-Las fuerzas externas se dividen en cinco categorías principales: F. económicas, F. sociales, culturales, demográficas y ambientales, F. políticas, gubernamentales y legales, F. tecnológicas, F. competitivas

TIPOS E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS

-ESTRATEGIA DIRECTIVA

Trata sobre el manejo del conjunto de negocios en los que la organización interviene o pudiera intervenir, cuyo propósito central es ganar ciertas ventajas que no se tendrían si cada negocio se manejara por separado.

-ESTRATEGIA OPERATIVA

Su base como dominio competitivo se ubica al interior de las firmas, en especial en el manejo de los procesos productivos y en la administración de la fuerza de trabajo, lo que ha dado lugar a una combinación de calidad, productividad y precio de indudable poder.

-ESTRATEGIA COMPETITIVA

Tiene como propósito definir qué acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la empresa.

Tres partes claves de la estrategia competitiva

- Sector industrial: Naturaleza de los rivales y capacidad competitiva
- Mercado: Necesidades y preferencias del consumidor
- Perfil del producto: Precio, calidad, servicio, etc.

DISEÑO Y JERARQUIZACIÓN DE ESTRATEGIAS

Las matrices estratégicas son representaciones que sintetizan algunos de los factores, parámetros o características más relevantes para seleccionar el tipo de estrategia más apropiada en función de los objetivos perseguidos, las circunstancias del entorno y los recursos y capacidades de la empresa.

-ETAPA 1: DE LOS INSUMOS.

Del marco de la formulación está compuesta por una matriz EFE, una matriz EFI y una matriz del perfil competitivo. La etapa 1, llamada la Etapa de los insumos, resume la información básica que se debe tener para formular estrategias.

ETAPAS

-ETAPA 2: DE LA ADECUACIÓN.

Se concentra en generar estrategias alternativas viables, alineando factores internos y externos clave. Las técnicas de la etapa 2 incluyen la matriz de las amenazas-oportunidades debilidades-fuerzas

-ETAPA 3: DE LA DECISIÓN

Incluye una sola técnica, la matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE). Una MCPE usa la información obtenida en la etapa 1 para evaluar, en forma objetiva, las estrategias alternativas viables identificadas en la etapa 2. Una MCPE revela el atractivo relativo de estrategias alternativas y, por tanto, ofrece una base objetiva para seleccionar estrategias específicas.