Nombre de alumno: ALEKSANDRA PRZEKAZINSKA

Nombre del profesor: CARLOS DE JESUS BARRIOS BERMUDEZ

Nombre del trabajo: CUADRO SINOPTICO

Materia: ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION E INVENTARIOS

Grado: 7°

Grupo: LCF26SDC0120-B

Comitán de Domínguez Chiapas a 6 de Diciembre de 2022.

miMind

ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

- QUE SON?
  - SERIE DE PASOS ORDENADOS O CONJUNTO DE MEDIDAS APLICADAS SEGUN UN CRITERIO, PARA OBTENER UN RESULTADO CONCRETO
  - GUIA EL TRABAJO DE CUALQUIER COMPAÑIA
- ELEMENTOS DE ESTRATEGIA DE NEGOCIOS
  - CULTURA EMPRESARIAL
  - OBJETIVOS
    - PENETRACION EN EL MERCADO
      - COMENZAR A POSICIONARSE
      - INGRESAR EN EL NICHO DEL MERCADO
      - DESARROLLAR UN MVP
    - CRECIMIENTO DE LA MARCA
      - OFRECER CADA VEZ MAS VARIEDAD A SU CATALOGO DE PRODUCTOS
      - AUMENTAR EL TAMAÑO DE LA COMPANIA
      - TENER MAS REPERCUCSON EN EL MERCADO AL QUE PERTENECE
      - MEJORAR LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE OFRECE PARA ESPECIALIZARSE
      - SUPERAR LA COMPETENCIA
      - EXPANDIR LAS FRONTERAS HACIA NUEVOS TERRITORIOS GEOGRAFICOS
    - LIDERAZGO EN EL SECTOR
      - SER EL REFERENTE MAXIMO EN DETERMINADO NICHO
    - SOLIDEZ FINANCIERA
      - ASEGURAR EL BENEFICIO ECONOMICO OBTENIDO
        - CUIDAR LAS GANANCIAS
        - PROMOVER LA ESTABILIDAD ECONOMICA
  - MODELO DE NEGOCIOS
  - RECURSOS
  - PROPUESTA DE VALOR
- TIPOS
  - CORPORATIVAS
    - IMAGEN DE LA EMPRESA
  - FUNCIONALES
    - OPTIMIZACION DE RECURSOS
  - COMPETITIVAS
    - DIFERENCIACION
      - CONSIGUE QUE UNA EMPRESA DESTAQUE DE FORMA SIGNIFICATIVA A TRAVES DE SUS ACCIONES, SERVICIOS O PRODUCTOS
      - CONSIGUE QUE TODO CLIENTE UBIQUE E IDENTIFIQUE UNA EMPRESA DE INMEDIATO, GRACIAS A UN ELEMENTO DIFERENCIADOR QUE LA HACE UNICA
    - LIDER DE COSTES
      - METODOS QUE UNA EMPRESA LLEVA A CABO CON EL OBJETIVO DE CONTAR CON UNOS COSTES DE PRODUCCION MAS BAJOS QUE LOS DE LA COMPETENCIA
    - ENFOQUE DE BAJO COSTE
      - TACTICA DE NEGOCIOS CUYO OBJETIVO ES OBTENER UN NICHO, LANZAR UN PRODUCTO O LLEGAR A UN PUBLICO ESPECIFICO, MEDIANTE ACCIONES COMO OFRECER COSTOS BAJOS EN SUS PRODUCTOS O SERVICIOS
    - DIFERENCIACION DE BAJO COSTE
      - SE CENTRA EN UN SUBCONJUNTO ESPECIFICO DEL MERCADO
      - COMERCIALIZA PRODUCTO COMO UNICO EN RELACION CON ALGUN ASPECTO DEL MISMO
- INCLUYE
  - LA IDEA DE NEGOCIO
    - LA NOCION DE UN PRODUCTO O SERVICIO QUE QUEREMOS OFRECER EN EL MERCADO Y LA FORMA EN QUE LOGRAREMOS QUE SEA RENTABLE
  - LA ORGANIZACION Y LA ESTRUCTURA NECESARIA
    - SISTEMA JERARQUICO ESCOGIDO PARA ORGANIZAR A LOS TRABAJADORES EN UN ORGANIGRAMA DE UNA EMPRESA
    - SE ABORDAN LAS FORMAS DE ORGANIZACION INTERNA Y ADMINISTRATIVAS
    - EL REPARTO DEL TRABAJO EN AREAS O DEPARTAMENTOS SE RAMIFICA EN UN ARBOL
  - LOS RECURSOS ECONOMICOS ADECUADOS
  - LOS PRODUCTOS O SERVICIOS
  - CONOCIMIENTO DEL MERCADO Y COMPETENCIA
- IMPORTANCIA
  - PERMITE LA PLANIFICACION
  - FACILITA LA PREVISION
    - PRONOSTICO DE VENTAS
    - FUENTES Y CANALES DE INFORMACION
      - HISTORICOS DE VENTAS
      - TENDENCIAS DEL MERCADO
      - DATOS SOBRE CLIENTES
  - PROMUEVE LA ESTABILIDAD
  - MEJORA LA COMPRENSIION DE LA EMPRESA
    - IMPLICA ABANDONAR EL ENFOQUE FINANCIERO Y RENTABILISTA QUE HA CARACTERIZADO LA GESTION EMPRESARIAL Y PERMITIR QUE LA ORGANIZACION NAVEGUE A TRAVES DE LOS ESPACIOS DE POSIBILIDADES QUE SURGEN DE LA COMPLEJIDAD DEL ENTORNO (ADAPTACION COEVOLUTIVA)
- ETAPAS DE UNA ESTRATEGIA
  - FORMULAR LA MISION
    - DEFINICION DEL NEGOCIO
    - DEFINICION DE LA VISION
      - COMO LA EMPRESA QUIERE SER VISTA EN UNOS AÑOS
    - DEFINICION DE LAS MACRO METAS
    - DEFINICION DE VALORES
  - ANALISIS FODA
    - ANALISIS EXTERNO
      - OPORTUNIDADES
      - AMENAZAS
        - LAS AMENAZAS DE COMPETIDORES POTENCIALES
        - LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES
        - LA AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS
        - EL PODER NEGOCIADOR DE LOS CLIENTES
        - EL PODER NEGOCIADOR DE LOS PROVEEDORES
    - ANALISIS INTERNO
      - FORTALEZAS
      - DEBILIDADES
      - CADENA DE VALOR DE MICHEL PORTER
        - ACTIVIDADES PRIMARIAS
          - LOGISTICA INTERNA O DE ENTRADA
          - NUCLEO DE OPERACIONES
          - LOGISTICA EXTERNA O DE SALIDA
          - MARKETING Y VENTAS
          - SERVICIO
        - ACTIVIDADES DE APOYO
          - INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA
          - RECURSOS HUMANOS
          - DESARROLLO TECNOLOGICO
          - ABASTECIMIENTO
  - FORMULACION DE ESTRATEGIA

BIBLIOGRAFIA

- Antologia Institucional
- https://www.inf.utfsm.cl/~lhevia/asignaturas/sdeg/topicos/Gestion/cap1pdf.pdf
- https://www.ikusi.com/mx/blog/como-construir-una-estrategia-de-negocios/
- https://edu.gcfglobal.org/es/
- https://blog.hubspot.es/marketing
- https://www.informaticaparatunegocio.com/blog/cuales-los-principales-tipos-estrategias-competitivas/#:~:text=Diferenciaci%C3%B3n%20de%20bajo%20coste,-La%20estrategia%20de&text=Al%20concentrarse%20en%20un%20segmento,necesitan%20para%20todo%20el%20mercado.
- https://www.tiendanube.com/blog/mx/estrategias-de-negocios/