MAPA CONCEPTUAL

Nombre del Alumno HEIDI CASTAÑEDA TRINIDAD
Nombre del tema PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SUS ETAPAS
Parcial 1
Nombre de la Materia TEORÍA DE LA EDUCACIÓN
Nombre del profesor JOSÉ MANUEL ORTÍZ
Nombre de la Maestría MAESTRÍA EN EDUCACIÓN CON FORMACIÓN EN COMPETENCIAS PROFESIONALES
Cuatrimestre 1

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SUS ETAPAS

El concepto de ***estrategia***

Etimología

Palabra griega que significa "jefe de un ejército"

Definición

Arte de formular, implementar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una empresa lograr sus objetivos

El objetivo de la planeación es explorar y crear oportunidades para el futuro

Algunos beneficios

1. Detectar oportunidades, clasificar las prioridades y explotarlas.
2. Visión objetiva de los problemas administrativos.
3. Marco para coordinar y controlar mejor las actividades empresariales.
4. Reduce las consecuencias ante los cambios adversos.
5. Mejor asignación de recursos.
6. Disminuye la cantidad de tiempo y recursos que se dedican a corregir decisiones equivocadas.

Tipos de estratégias

- A nivel personal:dividir el trabajo, asignar tareas concretas a los colaboradores.
- A nivel funcional: acciones y compromisos de los recursos establecidos en cada una de las reas funcionales
- A nivel de negocio: establecer una ventaja frente a la competencia y diferenciarse de ella.
- A Nivel corporativo:cuando la organización quiere diversificarse o expandirse. diferenciar entre monopolio y oligopolio
- A nivel global: darse a conocer en la aldea global

Etapas de la ***planeación estratégica***

¿Qué es?

La planificación estratégica es un proceso en el cual se definen objetivos, las maneras y los medios para lograrlos así como el modo de medir o evaluar los resultados.

Etapas

Análisis del entorno, fijación de objetivos, establecimiento de tácticas o técnicas, ejecución, reporte de resultados y evaluación.

Tiempo

La planificación debe ser a largo plazo, al menos de 10 años

Relación con la globalización

Ha elevado la cantidad y la calidad de competidore

Decisiones estratégicas

¿Para qué se toman?

Para que las organizaciones sobrevivan si logran administrar el cambio.

Pasos para la toma de decisiones estratégicas

- Evaluar los resultados actuales del rendimiento.
- Revisar el gobierno corporativo.
- Analizar y evaluar el entorno externo.
- Analizar y evaluar el entorno empresarial interno.
- Analizar los factores estratégicos FODA.
- General, evaluar y seleccionar la mejor estrategia
- Implementar la estrategia seleccionada.
- Evaluar la estrategia implementada.

Análisis ambiental

Etapas:

El análisis del entorno. Implica la observación, evaluación y recolección de información desde el entorno externo e interno de la organización. Comprende un análisis FODA.

La formulación de estrategias. Es el establecimiento de planes, objetivos a largo plazo para aprovechar las oportunidades mediante las fortalezas, enfrentar las amenazas superando las debilidades.

La implementación de la estrategia. Es el paso mediante el cual se ejecutan los objetivos, estrategias y políticas mediante programas, asignación de presupuesto y ejecución de procedimientos.

La evaluación y control. Es la etapa para supervisar las actividades que se realizan en la implementación de la estrategia, se mide el rendimiento de la estrategia mediante indicadores comparativos antes y después de la implementación.

FODA

¿Qué es?

Es una herramienta de gran utilidad para entender y tomar decisiones en toda clase de situaciones en negocios y empresas.

Factores internos (Fortalezas, debilidades)

Objetivo

El análisis 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 y formular estrategias.

¿Cómo identificar fortalezas y debilidades?

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 y sistemas de información de la gerencia de la empresa.

Fortalezas

Las **fortalezas** de una empresa, que otros competidores no pueden imitar, se denominan **capacidades distintivas**. La creación de ventajas competitivas implica el aprovechamiento de las capacidades distintivas

Debilidades

Las estrategias se diseñan en parte para reducir las **debilidades** de una empresa, convirtiéndolas en fortalezas y quizá incluso en capacidades competitivas.

Factores externos (Riesgos y oportunidades)

Objetivo

Por medio de la formulación de estrategias que aprovechen las **oportunidades** externas o que reduzcan el impacto de las amenazas potenciales (**riesgos**)..

Las fuerzas externas

1. F. económicas
2. F. sociales, culturales, demográficas y ambientales
3. F. políticas, gubernamentales y legales
4. F. tecnológicas
5. F. competitivas

Estos factores son considerados como el macro entorno de las organizaciones, y con ellos se analizan las oportunidades y amenazas de la empresa.

Tipos de estrategias: directiva, operativa y competitiva

¿Para que elegir una estrategia?

La estrategia implica elecciones, tomar unos caminos y descartar otros
El propósito de la estrategia es mejorar la posición respecto a los competidores.

Tipos

Estrategia directiva: La 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: plantea que la base del 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,.

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.

Diseño y jerarquización de estrategias

¿Para qué sirve?

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.

Métodos para seleccionar la estrategia:

1- Listados: recordatorios para encontrar información 2- Estudio de la competencia
3- Autodiagnóstico: FODA
4- Análisis de la actividad: lo que se sabe hacer 5- Análisis de la vocación: lo que se quiere hacer 6- Matrices estratégicas: BCG o McKensey
7- Análisis morfológico: se basa en la dirección de procesos 8- Método de los escenarios: predecir el futuro
9- Método del mantenimiento de la posición
10- Técnicas del ajedrez: busca acciones – reacciones

Etapas:

De los insumos: resume la información básica que se debe tener para formular estrategias.

De la adecuación: se concentra en generar estrategias alternativas viables, alineando factores internos y externos clave

De la decisión: ofrece una base objetiva para seleccionar estrategias específicas.

Heidi Castañeda Trinidad