



# Mi Universidad

## Mapa conceptual

<i>Nombre del Alumno:</i>	<i>Beatriz Adriana Méndez González</i>
<i>Nombre del tema:</i>	<i>Unidad III. Planeación estratégica y sus etapas</i>
<i>Parcial:</i>	<i>I</i>
<i>Nombre de la Materia:</i>	<i>Planeación educativa</i>
<i>Nombre del profesor:</i>	<i>José Manuel Ortiz Sánchez</i>
<i>Nombre de la Maestría:</i>	<i>Maestría en educación con formación en competencias profesionales</i>
<i>Cuatrimestre:</i>	<i>I</i>

*Pichucalco, Chiapas. 15 de octubre de 2022*

Su propósito es:

Explorar y crear oportunidades para el futuro. Es integrar cuidadosamente la intuición y el análisis al preparar un estudio del entorno interno y externo de la empresa.

Los beneficios que brinda son:

1. Permite detectar oportunidades, clasificar las prioridades y explotarlas.
2. Ofrece una visión objetiva de los problemas administrativos.
3. Representa un marco para coordinar y controlar mejor las actividades empresariales.
4. Reduce las consecuencias ante los cambios adversos.
5. Permite mejor asignación de recursos.
6. Permite tomar decisiones importantes que respaldan los objetivos establecidos.
7. Disminuye la cantidad de tiempo y recursos que se dedican a corregir decisiones equivocadas.
8. Constituye un marco para la comunicación interna.

## ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

La palabra estrategia:

Se deriva del campo militar y viene de la palabra griega "strategos" que significa "jefe de un ejército", esto equivale a hablar de un comandante en la jerarquía militar.

Una estrategia es:

Un conjunto de objetivos, metas, planes y políticas que una empresa debe implementar para conseguir dichos propósitos en un plazo de tiempo. Son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo. Son acciones potenciales que requieren decisiones de parte de la gerencia y de recursos de la empresa.

Los tipos de estrategias son:

- a) **Estrategia a nivel personal:** Uno de los principios más importantes es la división del trabajo; es necesario asignar tareas concretas a los colaboradores de la organización.
- b) **Estrategia a nivel funcional:** Son las acciones y compromisos de los recursos establecidos en cada una de las áreas funcionales (mercadotecnia, recursos humanos, finanzas, producción y sistemas). Para lograr que las áreas cumplan sus planes, se requiere que los individuos que las conforman tengan muy claro sus funciones y procedimientos, no sólo por escrito (descripción del puesto), sino también en el ejercicio laboral.
- c) **Estrategia a nivel de negocio:** Las estrategias funcionales deben apoyar a los del nivel de negocios, aplicados para establecer una ventaja frente a la competencia y diferenciarse de ella. Pueden ser liderazgo en costos, diferenciación de los productos y servicios, u otra estrategia que permita una mayor penetración en el mercado.
- d) **Estrategia a nivel corporativo:** Es importante sobre todo cuando la organización quiere diversificarse o expandirse. Es necesario diferenciar entre monopolio (genera competencia desleal) y oligopolio (poder del mercado de unos cuantos).
- e) **Estrategia a nivel global:** la estrategia para darse a conocer en la aldea global es muy importante. La globalización es el intercambio comercial en momento real entre varios países.

Se define como:

El arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una empresa lograr sus objetivos. Se centra en la integración de la gerencia, la mercadotecnia, las finanzas, la contabilidad, la producción, las operaciones, la investigación, el desarrollo y los sistemas de información para lograr el éxito de la empresa.

Se lleva a cabo en 4 etapas:

1. **Análisis del entorno.** Implica la observación, evaluación y recolección de información desde el entorno externo (lo integran los factores externos a la organización y que no están bajo el control dirección de la misma, por ejemplo, el gobierno, los competidores, los recursos, proveedores, accionistas), e interno (comprende las variables propias de la organización misma, por ejemplo, la cultura organizacional, los recursos económicos, la estructura organizacional) de la organización. Comprende un análisis FODA.
2. **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. En esta etapa se establece o reevalúa la misión, los objetivos, se plantean las estrategias corporativas, de negocio y funcionales. De definen las políticas o directrices.
3. **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.
4. **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. Los indicadores pueden ser del tipo cuantitativo y cualitativo.

La planeación estratégica es:

## PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SUS ETAPAS

Sus etapas son:

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. Se ha comprobado que son las empresas que tienen un sistema formal de *planificación de la estrategia*, las que logran los mejores resultados financieros y de ventas, y mejoran en los indicadores del éxito empresarial, entre los cuales se cuentan la eficiencia y la satisfacción del personal.

Una estrategia es:

La configuración de metas a largo plazo, que encierran también pautas para la toma de decisiones fundamentales y para la ejecución de las actividades necesarias; requiere un proceso de revisión continuo y de su socialización entre las partes involucradas.

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

Y se enfocan en:

Implica decisiones estratégicas:

Que revelan ciertas características que la hacen diferente a otras decisiones; son tomadas a largo plazo, son raras o poco frecuentes, son importantes porque comprometen el rumbo de la organización exigen importantes esfuerzos, y prevalecen sobre decisiones menores o anteriores y comprometen acciones futuras.

Emplea la matriz FODA, que es:

Una herramienta de gran utilidad para entender y tomar decisiones en toda clase de situaciones en negocios y empresas. Conocida también como matriz DOFA y SWOT en inglés. DOFA es el acrónimo de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

1. **Análisis del entorno.** Es el momento inicial del proceso en el que se hace una revisión del estado en el que se encuentra la organización en cuestión a lo interno y en relación con su entorno. Es la etapa en la que se realiza la denominada matriz DOFA con la que se hace una identificación precisa de las debilidades que posee la organización, las oportunidades que tiene, las fortalezas que puede aprovechar y las amenazas a las que se enfrentará.
2. **Fijación de objetivos.** Estos deben ser largo plazo. Deben priorizarse de tal modo que permitan orientar todas las tácticas hacia uno en particular a la vez. Esta fase, también ayuda valerse de un direccionamiento estratégico que se apoye en los principios que dicten la filosofía de gestión de la organización en cuestión (misión, visión, valores, creencias y normas). Es durante esta etapa cuando se formula la estrategia, propiamente, considerando: objetivos, tácticas, reporte, evaluación y planes alternos.
3. **Establecimiento de tácticas.** Es el detalle de la planificación operativa. El gran objetivo se vuelve operativo y se determinan tareas, recursos disponibles, plazos, indicadores de gestión y responsables.
4. **Ejecución.** Aquí las tácticas se vuelven acciones; se ponen a prueba las decisiones tomadas hasta el momento. El plan previsto se lleva a cabo y se consumen los recursos estimados a tal fin. Es en esta fase donde se suelen notar las brechas entre lo planificado y la realidad.
5. **Reporte.** Constituye el registro, el testimonio, de cómo se gestionaron las cosas y, por lo tanto, de cómo podrían replicarse o mejorarse en el futuro.

Y se toman en 8 pasos:

1. Evaluar los resultados actuales del rendimiento.
2. Revisar el gobierno corporativo.
3. Analizar y evaluar el entorno externo.
4. Analizar y evaluar el entorno empresarial interno.
5. Analizar los factores estratégicos FODA.
6. General, evaluar y seleccionar la mejor estrategia
7. Implementar la estrategia seleccionada.
8. Evaluar la estrategia implementada.

Según jerarquías, pueden ser de 3 tipos:

1. **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.
2. **Estrategia operativa.** Es la estrategia que ayuda a la empresa a definir cómo usar y administrar los recursos y habilidades de la forma más eficiente en cada una de sus áreas de operación, para poder alcanzar las metas establecidas.
3. **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.



## Bibliografía

Ortiz S., José M. (2022). *Unidad III. Planeación estratégica y sus etapas*. Antología Planeación educativa (pp 35-55). Maestría en educación con formación en competencias profesionales. Universidad del Sureste (UDS).