



Nombre del alumno: Amayrani Lisbeth López Ancheita.

Nombre del profesor: Jhoani Elizabeth Pérez López.

Nombre del trabajo: Super Nota.

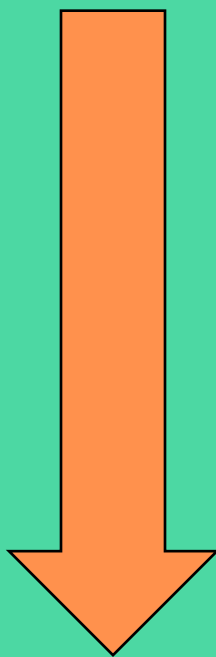
Materia: Administración Estratégica.

Grado: 7^o cuatrimestre.

Grupo: Administración de Empresas.

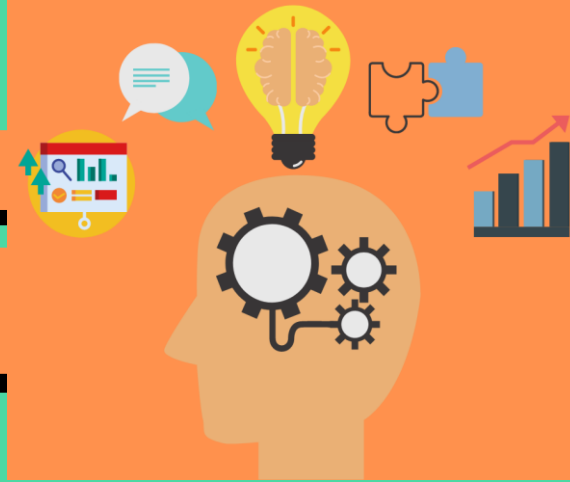
Ocosingo, Chiapas a 13 de noviembre de 2023.

UNIDAD 1



LIDERAZGO

ESTRATÉGICO:



ADMINISTRACIÓN DEL PROCESO DE PREPARACIÓN DE ESTRATEGIAS

Un líder estratégico es un **planificador** que toma decisiones alineadas a las estructuras y procesos de la organización.

Las estrategias que tratan de aplicar los administradores de una compañía tienen una **influencia** importante en su desempeño con respecto a sus competidores.

DESEMPEÑO SUPERIOR

Es la confianza esperada por las empresas a partir de la ejecución de sus estrategias. **La rentabilidad** y **el crecimiento de las utilidades** son los principales impulsores del valor para el accionista.



VENTAJA COMPETITIVA

Es la capacidad de una empresa de sobreponerse a otra u otras de la misma industria o sector mediante **técnicas** no necesariamente definidas. Cada empresa puede **innovar** a su manera.



“ADMINISTRADORES DE ESTRATEGIAS”

Se encargan de ubicar en el presente y futuro oportunidades para aprovecharlas de la mejor forma bajo los principios de **eficiencia** y **eficacia** con los recursos que tiene o puede adquirir.

Administradores generales

Tienen la **responsabilidad** del desempeño total de la Compañía.



Administradores de funciones

Son los responsables de supervisar una función en particular, es decir, una tarea.



“ADMINISTRADORES CORPORATIVOS”

Son los que ocupan el nivel más alto en la toma de decisiones dentro de la organización, se compone del director general o CEO.

proporciona un producto o servicio a un mercado en particular.

Sus funciones se limita a una actividad organizacional.

Administradores de negocio

Administradores de funciones



“MODELO DE PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA”



Seleccionar la misión y las principales **metas** corporativas.



Analizar el ambiente competitivo externo de la organización.

Implantar las estrategias.

PASOS PRINCIPALES

Seleccionar las estrategias de las fortalezas y corregir las debilidades.



Analizar el ambiente operativo de la organización.

“DECLARACIÓN DE LA MISIÓN”

Define de manera clara el negocio de la organización, la cual proporciona la estructura donde se formularán las estrategias.



“VISIÓN”

En un negocio está relacionada con el lugar al que quiere llegar la empresa o el camino que quiere seguir, es decir sus **logros**.



“VALORES”

Se consideran la base de la cultura organizacional de una compañía, que controlan la forma en que los empleados trabajan para alcanzar la misión.



“METAS PRINCIPALES”

Una meta es un estado futuro deseado, **son precisos medibles, desafiantes**, etc; que intenta alcanzar una compañía.



“ANÁLISIS EXTERNO”

Su objetivo es descubrir las **oportunidades** y **amenazas estratégicas** que existen en el ambiente operativo de la organización, en este apartado existen tres tipos de ambientes:

Ambiente de la industria



Ambiente nacional o del país



Microambiente

“ANÁLISIS INTERNO”

Nos permite **detectar las debilidades** y **fortalezas** de nuestra organización, dentro del plan estratégico de la empresa.

Esté análisis trata de identificar la estrategia actual y la posición de la empresa a la competencia.

Análisis FODA

Su propósito es **crear, reforzar o perfeccionar un modelo de negocio** específico de la compañía, que combine mejor sus recursos y capacidades con las demandas del ambiente en el que opera.

“LA PLANEACIÓN ESTRATEGICA EN LA PRÁCTICA”

Planeación de escenarios



Es un conjunto de posibles escenarios futuros, algunos **optimistas** y otros **pesimistas**, los cuales deben desarrollar la competencia de su industria.

Planeación descentralizada



Crean planes estratégicos formulados en el vacío por parte de directores que no entienden correctamente la realidad operativa actual.

Planeación estratégica



Este apartado se caracteriza como el modelo de ajuste de la preparación de estrategias. Debe basarse en establecer una visión y **metas ambiciosas**.

“TOMA ESTRATÉGICA DE DECISIONES”

Tras haber sido lo suficientemente meditadas y estudiadas, permiten que la empresa se aproxime a sus objetivos.

Técnicas para mejorar la toma de decisiones

Abogado de diablo

Requiere la generación de un **plan** y de un **análisis crítico** del mismo.

Indagación dialéctica

Requiere la generación de un **plan** y un **contra plan** que refleje los cursos de acción posibles.

“LIDERAZGO ESTRATÉGICO”

Características fundamentales de los buenos líderes estratégicos que conducen a este tipo de desempeño:

1. **visión, elocuencia y coherencia.**

2. **articulación de un modelo de negocios.**

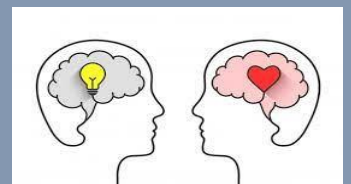
3. **compromiso.**

4. **estar bien informados.**

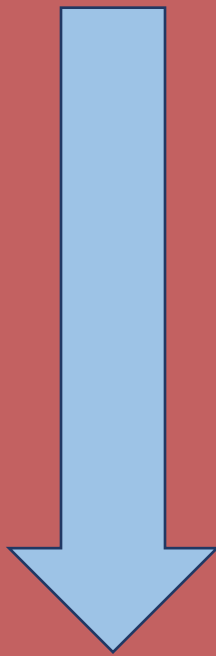
5. **disposición para delegar y facultar.**

6. **ejercicio inteligente del poder.**

7. **inteligencia emocional**



UNIDAD 2



ANÁLISIS EXTERNO: IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

“DEFINICIÓN DE INDUSTRIA”

Se puede definir como un grupo de compañías que ofrecen productos o servicios que implican un **proceso productivo**, empleando una cantidad determinada de **trabajo** y **capital**, basado en la transformación de las materias primas en productos de consumo final o intermedio.



INDUSTRIA

Su propósito es transformar las materias primas en productos elaborados, lleva a cabo un **proceso de compra y venta de productos o servicios** entre empresas.



SECTOR

Es un grupo de industrias muy relacionadas. Son la **división de la actividad económica**.



SEGMENTOS DE MERCADO

Son **diversos grupos de clientes de un mercado** que se pueden diferenciar entre sí con base en sus diferentes atributos y demandas específicas.



“MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER”

1) El riesgo de que entren nuevos competidores.

Representa una **amenaza para la rentabilidad** de las compañías establecidas.



2) La intensidad de la rivalidad entre las compañías establecidas en una industria.

La lucha competitiva se puede basar en precios, diseño del producto, gastos de publicidad, promoción, esfuerzos de ventas directas y servicio y apoyo después de las ventas.



3) El poder de negociación de los compradores.

Capacidad para **negociar** la disminución de los precios y **ofrecer una mejor calidad** de producto y servicio.



4) El poder de negociación de los proveedores.

Capacidad de éstos para aumentar los precios de los insumos o elevar de otro modo los costos de la industria.



5) La cercanía de los sustitutos para los productos que ofrece una industria.

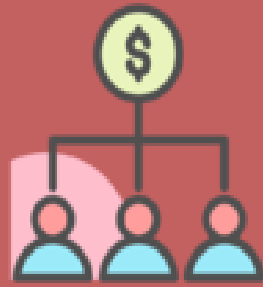
Es una **amenaza competitiva poderosa** porque limita el precio que pueden cobrar las compañías de una industria por su producto y, por consiguiente, la rentabilidad de la industria.



“GRUPO ESTRATÉGICO EN LAS INDUSTRIAS”



Es un grupo de empresas en una industria que **sigue una estrategia similar** o **idéntica** con respecto a dimensiones. Una industria puede tener un solo grupo estratégico si todas las empresas siguen esencialmente la misma estrategia.



“EL MACROAMBIENTE”

FUERZAS POLÍTICAS Y LEGALES



Son el resultado de cambios en las leyes y disposiciones.

FUERZAS MACROECONOMICAS



Afectan la salud y bienestar general de una nación o la economía regional de una organización.

FUERZAS SOCIALES



Son la forma en que las costumbres y valores cambiantes afectan a una industria.



FUERZAS GLOBALES



se han derrumbado las barreras para el comercio internacional y la inversión, y que cada vez más países disfrutan del crecimiento económico sostenido.

FUERZAS DEMOGRAFICAS



Son resultados de cambios en las características de una población, como edad, sexo, origen, etc.

FUERZAS TECNOLÓGICAS



Puede hacer que los productos establecidos se vuelvan obsoletos de la noche a la mañana.

“CICLOS DE VIDA INDUSTRIALES”



Un determinante **importante de la potencia de las fuerzas competitivas** en una industria (y por ende de la naturaleza de las oportunidades y amenazas) son los cambios que ocurren al cabo del tiempo.

Etapas en la evolución de una industria

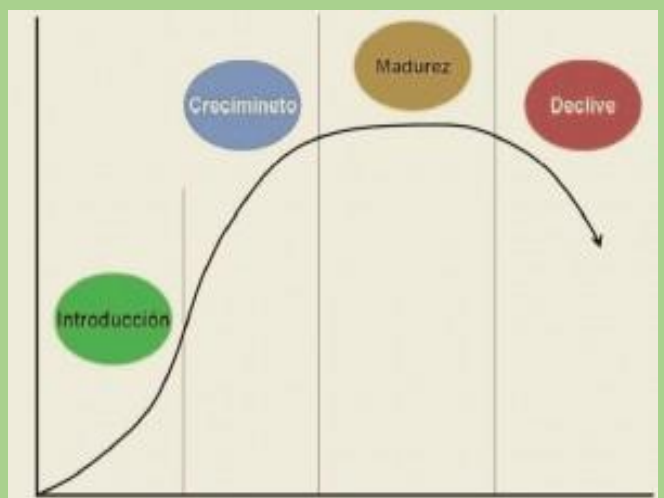
1.- Industrias embrionarias

2.- Industrias en crecimiento

3.- Despliegue de las industrias

4.- Industrias maduras

5.- Industrias en declive



BIBLIOGRAFIA

1. Libro (2023). LC-LAE705. Lugar de publicación:
UDS Administración Estratégica.
<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAE/d4f324d13f198e9905a4514540026898-LC-LAE701.pdf>