UNIDAD 2

ANÁLISIS INTERNO

Por: Emanuel Samayoa

DIAGNÓSTICO Y EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.

Una vez que la ejecución de la estrategia se llevó a cabo, viene el proceso de evaluación de desempeño y resultados.

Es decir

Aquí se analiza si la estrategia en cuestión está funcionando y en caso de que no fuera el caso, se plantea una nueva o se realizan acciones correctivas.

Dicho de otra manera

Se basa en la acreditación de las tres pruebas:

- De ajuste
- De la ventaja competitiva.
- De desempeño.

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA.

El diseño de una estrategia se fundamenta en una serie de cómos:
¿Cómo hacer crecer el negocio? ¿Cómo agradar a los consumidores? ¿Cómo superar a los rivales? ¿Cómo responder a los cambios del mercado? ¿Cómo desarrollar las capacidades necesarias? ¿Cómo alcanzar los objetivos?

Por ello

Formular una estrategia es un proceso en equipo, donde se plantea cómo responder a todas las cuestiones.

De manera holística, la

Estrategia Corporativa

Se encarga de establecer cómo conseguir una ventaja competitiva y de qué manera mejorar el desempeño.

Posteriormente, la

Estrategia de Negocio

Se plasma es una sola línea de negocio para competir en un mercado definido.

Por consiguiente, la

Estrategia Funcional

Planteará enfoques y acciones que se usarán para manejar funciones particulares o la dinámica de un negocio,

Y finalmente, la

Estrategia Operativa

Es la encargada de desarrollar enfoques estratégicos para mantener las unidades operativas de la organización en cada área respectiva.

DIRECCIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO Y EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

Dirección

El objetivo de la dirección es comprometer a la organización a seguir la ruta trazada, y valorar si el camino actual es prometedor.

Por otro lado

El desarrollo de una visión estratégica se constituye a partir de las conclusiones de los administradores sobre la dirección de largo plazo considerada.

Tomando en cuenta:

- El producto
- Consumidor
- Mercado
- Tecnología

Comunicación de la visión estratégica.

El propósito de esto es que el recurso humano se comprometa en las acciones de desarrollo de la organización.

Proceso de Formulación

Se establece mediante

Una visión estratégica de la meta a largo plazo de una organización, una misión que transmita el propósito, y un conjunto de valores que guíen su búsqueda.

Además

La suma de estos tres aspectos facilitan la asimilación de la identidad de la empresa por los colaboradores.

Integrada por:

Misión

Su propósito fundamental es describir el negocio y su propósito actual

¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos? ¿Por qué estamos aquí?

Valores

Refiere a las creencias, rasgos y normas de conducta que deben guiar la persecución de la visión y misión.

Objetivos

Son las metas de desempeño que se esperan de la organización.

Requisitos

- Deben ser cuantificables
- Específicos
- Con fechas límite.

Clases de objetivos

Financieros

Metas de desempeño financiero que la administración establece.

Estratégicos

Indican si una organización está fortaleciéndose en el mercado.

A corto plazo

Usualmente son para satisfacer expectativas de los accionistas y mejorar el desempeño actual.

Largo plazo

Trazan el camino para alcanzar la visión de la organización y la proyectan al futuro.

Importancia de los objetivos

- Centran y alinean a la organización.
- Evalúan el desempeño de la organización.
- Motivan e inspiran a los colaboradores.

ENTREGA Y EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

Posterior al diseño y planteamiento de la estrategia, viene la parte de su aplicación.

Este

Es un proceso operacional de naturaleza práctica, y a la vez, la parte más exigente de tiempo en la administración de la estrategia.

Domínguez, Mabel.
2023 *Antología de Administración Estratégica*, Universidad del Sureste, Comitán de Domínguez, Chiapas, México.
Pp.35-52.