



UNIVERSIDAD DEL SURESTE
CAMPUS COMITÁN
LICENCIATURA EN MEDICINA HUMANA



TALLER DEL EMPRENDEDOR

Ensayo sobre Planeación y Organización empresarial

Docente:

Dr. Fernando López Santiz.

Alumno: Jorge Alberto Hilerio González

Grado: 7to Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas; septiembre 2024.

INTRODUCCION:

La planificación y organización empresarial son procesos que permiten a las empresas organizar sus operaciones diarias y alcanzar sus objetivos de manera más rápida, controlada y eficiente. Así como la planeación es importante en tu vida diaria, debido a que gracias a ella puedes saber cómo lograr tus metas, en una empresa o institución pasa lo mismo. La planeación es la fase del proceso administrativo en la que se establecen la misión, visión, objetivos y estrategias de una empresa, elementos indispensables para que se alcancen los objetivos deseados, pues nos lleva a un mejor funcionamiento de la organización, porque nos ayuda a fijar prioridades adecuadas.

Identificar la importancia de la planeación estratégica, mediante el estudio de los diferentes elementos que ésta integra, a fin de utilizarlos dentro de una empresa.

TIPOS DE PLANEACION ORGANIZACIONAL:

1. Planificación organizacional estratégica.
2. Planificación organizacional táctica.
3. Planificación organizacional operacional.
4. Planificación organizacional de contingencia.

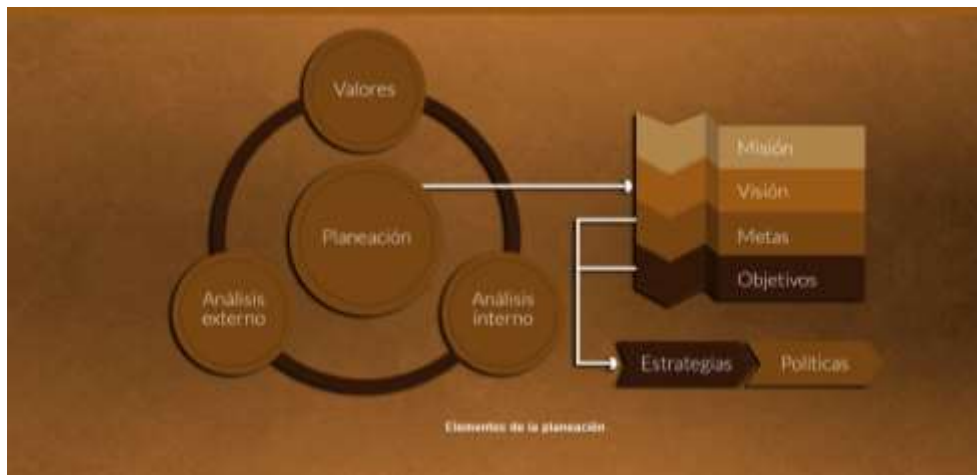


Planeación estratégica y empresa

Cuando se inicia un negocio, es necesario determinar objetivos de largo plazo que, generalmente, son de crecimiento y subsistencia; para ello, se involucra la operación de todas las áreas de una entidad, lo cual nos lleva a hablar del tema de la planeación estratégica.

Las empresas, al ser entidades que agrupan personas, también tienen que planear, lo cual implica tomar decisiones encaminadas a satisfacer las necesidades de todos los participantes, sean clientes, trabajadores, administradores o accionistas.

ELEMENTOS DE LA PLANEACION DE LA EMPRESA



PLANEAR ESTRATEGICAMENTE

Planear estratégicamente consiste en determinar los cursos de acción para lograr los objetivos generales del negocio, relacionados principalmente con su crecimiento, es decir, con sus ventas.

MISION:

Es el objetivo general del negocio que debe cubrir las expectativas de todos sus participantes.

VISION:

Es la situación futura deseada para el negocio.

META:

Objetivo expresado en términos cuantitativos, que se desprende de la misión.

CONTROL:

Evaluación de la realidad contra los planeado

POLITICAS:

Reglas que deben de seguirse para cumplir con los objetivos trazados.

VALORES:

Ética que debe ser impuesta ante todo.

La planeación estratégica implica una administración estratégica o política de negocios, orientada a la satisfacción de los clientes del negocio, así como a abatir la competencia con estrategias específicas.

Este tipo de administración involucra la toma de decisiones de diversa índole. Las características de las decisiones estratégicas son:

- a) Se trata de decisiones a largo plazo.
- b) Involucran los recursos de todas las áreas de la entidad.
- c) Se abocan al desarrollo de nuevos mercados o productos.
- d) Implican una administración enfocada a objetivos.

HERRAMIENTAS DE LA PLANEACION Y ORGANIZACIÓN

► ANALISIS FODA

El análisis FODA es un acrónimo donde sus siglas en español corresponden a las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Ampliamente utilizado para la planificación a corto, mediano y largo plazo y también en las estrategias para crear nuevos proyectos.

CONCLUSIONES:

El diseño de las estrategias depende en gran medida de las necesidades de los participantes en el negocio y, desde luego, éstas deben tomarse en cuenta como necesidades a satisfacer. Algunos ejemplos de lo anterior se encuentran, precisamente, en los requerimientos del mercado o los retornos sobre la inversión.

Otro parámetro para determinar las elecciones estratégicas es la misma necesidad y objetivos de las unidades estratégicas de negocios. Esto requiere la identificación de las bases de la ventaja competitiva, la cual surge de comprender tanto a los mercados como a los clientes.

Cada estrategia que se diseñe o se adopte debe ser evaluada en función de su contribución respecto a la satisfacción de necesidades de los participantes, pero también debe determinarse su riesgo potencial y los escenarios en los que puede ocurrir.

BLIBLIOGRAFIA

-“La planificación estratégica y la empresa” (2024) *UNIDAD DE APOYO PARA EL APRENDIZAJE EMPRESARIAL*; Mexico.