

Administración

fundamentos d planeación

- 1) análisis situacional: proceso q utilizan ls planificadores dentro del tiempo y recursos disponibles , para recabar, interpretar y resumir toda la info relevante para la planeacion q se este considerando.
- 2) Metas y planes alternativos: **Meta**: proposito o fin q la direccion desea alcanzar. // **Planes**: acciones o medidas q los gerentes pretenden utilizar para alcanzar las metas de la organizacion.
- 3) evaluación de metas y planes: quienes toman las decisiones deben evaluar las ventajas y desventajas potenciales de cada meta y plan alternativo. Estas metas se deben jerarquizar.
- 4) Selección de metas y planes.
- 5) Implementación: 1 vez q los gerentes han relacionado las metas y planes, deben implementar los planes diseñados para lograr las metas. Gerentes y empleados deben entender el plan, contar con los recursos necesarios para hacerlo y tener la motivación.
- 6) Monitoreo y control: Se deben desarrollar sistemas d control que permitan a la organizacion ejercer medidas correctivas cuando los planes se implementan de forma incorrecta o cuando la situacion se modifique.

Niveles de planeacion

Planeacion estrategica: conjunto de procedimientos para la toma de decisiones con respecto a las metas y estrategias a largo plazo d la organizacion.

Metas estrategicas: Principales resultados finales q se relacionan con la supervision, valor y crecimiento de la organizacion a largo plazo.

Estrategia: Conjunto de acciones y d distribucion de recursos q se han diseñado para alcanzar las metas.

Planeacion táctica: conjunto de procedimientos para traducir metas y planes estrategicos amplios en metas y planes especificos q sean relevantes para una parte identificada de la organizacion de un area funcional como el marketing.

Planeacion operativa: proceso d identificacion de los procedimientos y procesos especificos q se requieren en los niveles inferiores d la organizacion.

Niveles de estrategia

nivel corporativo ->

Foco de atencion: nuevas empresas, info de recursos, coordinacion de empresa, asuntos legales.

Nivel de negocios: grupos de tv, restaurantes, grupo cine.

Nivel funcional: mercadotecnia, finanzas, contabilidad, recursos humanos.

Estrategia de crecimiento (aumenta nivel de ventas = crecimiento)

a) Integración hacia delante // b) Integración hacia atrás // c) Integración horizontal.

estrategia de negocios

- 1.- Estrategia de diferenciación: se compete ofreciendo un producto q los clientes perciben como unico (BMW) //
- 2.- Estrategia de liderazgo en costos: se compete ofreciendo un bajo costo. //
- 3.- Estrategia de enfoque: se compete sobre la base d un nicho de mercado (automovil porche, ferreri, reloj index, etc)

Planeacion estrategica

*Vision: expresa las aspiraciones y propósitos fundamentales d 1 organizacion apelando a los corazones y las metas de sus miembros. //

*Mision: es el proposito o razon para existir de d 1 organizacion. Una declaracion d mision con frecuencia responde a las interrogantes: *¿en que negocio estamos?, ¿quienes somos?, ¿y d q se trata lo q hacemos?* La declaracion d mision debe

motivar a todos los miembros d la organizacion.

*Metas: son los resultados q los gerentes han seleccionado y estan comprometidos a lograr para la superacion a largo plazo y el crecimiento d la empresa (proporcionar productos y servicios de alta calidad, aumentar ventas, reducir costos, etc) // *Estrategias: son los cursos de accion principales seleccionados y puestos en practica para lograr 1 o + metas. Un reto clave es elaborar estrategias q sean unicas para poder competir en la forma + eficiente en el mercado. // *Asignacion de recursos: Asignar dinero, personas, instalaciones y equipos, inmuebles y otros recursos contra varias oportunidades d negocios, f(x), proyectos y tareas actuales y nuevas.

Porcesos d planeacion estrategica:

T1 desarrollo mision/metras: ¿en q negocio estamos?¿con q estamos comprometidos?¿Q resultados queremos obtener. Las metas generales brindan una direccion amplia para la toma de decisiones. Metas generales, rentabilidad, crecimiento, supervivencia a largo plazo.

T2 diagnostico amenazad oportunidades:

- Amenazas de nuevos competidores:
- Barreras a la entrada
- Grandes utilidades obtenidas x la empresa
- Poder d negociacion d los clientes
- poder d negociacion d los proveedores
- amenaza d bienes sustitutos
- rivalidad entre empresas existentes
- perfil d la industria: principales lineas d productos y segmentos d mercardo
- crecimiento d la industria
- analisis politico regulatorio
- analisis de los recursos humanos
- analisis macroeconomico: factors economicos q influyen en la oferta y la demanda
- analisis tecnologico (innovaciones recientes: areas d nuevos productos)

T3 Diagnostico fortaleza/debilidades:

fortalezas:

Posicion competitiva d la empresa/ proceso d innovacion/ *habilidades d los recursos humanos/ *infraestructura tecnologica/ * recursos financieros/ *imitaciond la calidad (cuando todas las personas q trabajan en 1 empresa se preocupan x la calidad)

debilidades: *falta de compromiso de los empleados *toma de decisiones lentas *lideres indiferentes.

T4 Generacion estrategias alternativas: las estrategias principales deben ser evaluadas en terminos de: 1.- fuerzas ambientales 2.- fortalezas y debilidades de la organizacion 3.- probabilidad q las estrategias contribuyan al cumplimiento de la mision y metas de la organizacion.

estrategia d crecimiento a)estrategia d penetracion de mercado: crecimiento en mercados existentes con productos actuales. aumento participacion de mercado. b) estrategia de desarrollo d mercado: nuevos mercados para productos actuales c) estrategia de desarrollo de productos: tactica q involucran el desarrollo de nuevos y mejores productos y servicios para mercados exsistentes.

T6 implementacion de estrategia: los gerentes deben asegurarse q las nuevas estrategias se implementen con eficacia y eficiencia. los gerentes y consultores, en la actualidad, han prestado mayor atencion a la implementacion. //En la implementacion es fundamental q todos los gerentes , como mandos medios, esten comprometidos con el proceso de planeacion estrategica.// si existe una mala implementacion la empresa puede fracazar.

T6 Control estrategico: chequear q las metas se esten cumpliendo. //Sistema q se ha diseñado para apoyal a los gerentes en la evaluacion del avance d la organizacin con respecto a su estrategia, y para corregir las discrepancias cuando estas se resentan. // Incluye algun tipo de presupuesto para supervisar y controlar los desembolsos finacieros + importantes.

Estructura organizacional: