



Etapas Planeación Estratégica



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE
COAHUILA

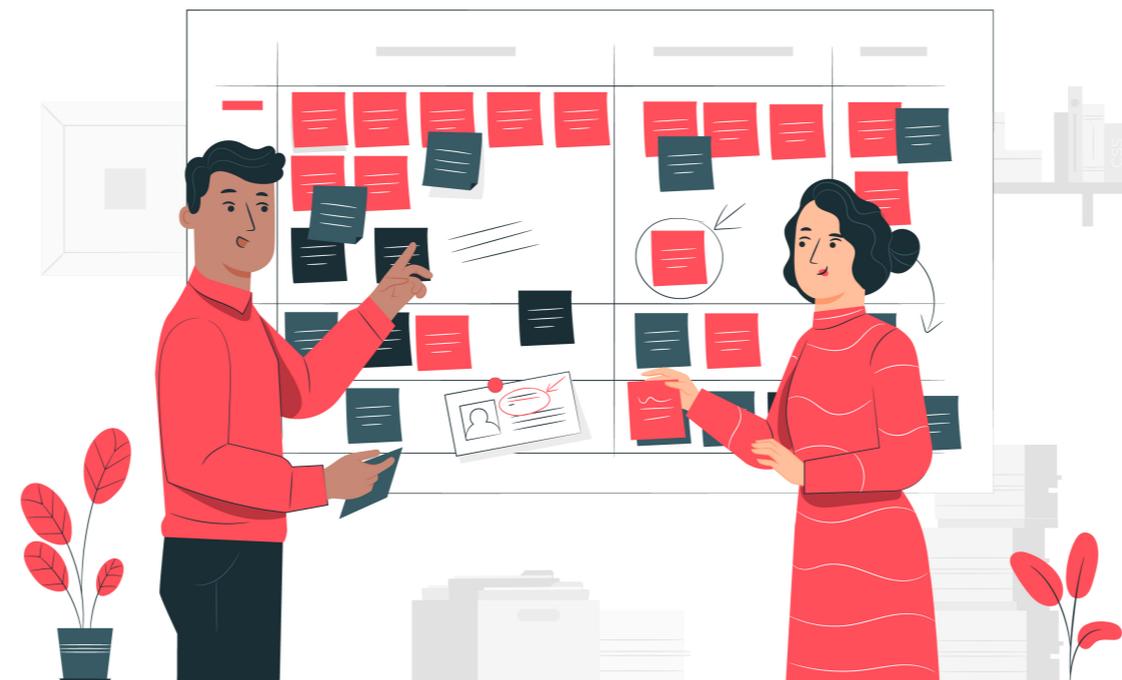
Etapas Planeación Estratégica

Enfocar la **planificación estratégica** en los factores críticos que determinan el éxito o fracaso de una organización y diseñar un proceso realista, son los aspectos claves a considerar para desarrollar la planificación estratégica.



Etapas Planeación Estratégica

El **proceso de planificación estratégica** debe adaptarse a la organización. Hay dos aspectos claves a considerar para desarrollar un proceso de planificación estratégica: La planeación estratégica enfatiza el análisis de las condiciones del entorno en la que la organización se encuentra y en el análisis de sus características internas.



Etapas

Diagnóstico de la situación actual

- Paso 1. Identificación de clientes externos y determinación de sus demandas.
- Paso 2. Identificación de clientes internos y determinación de sus demandas.

Análisis interno de la organización

Análisis externo de la organización

Misión

Visión

Valores corporativos

Objetivos estratégicos, estrategias y políticas

Diagnóstico de la Situación Actual

En la fase de **diagnóstico**, la empresa se reunirá con su equipo para la realización de un análisis completo de la situación con objeto de detectar, tanto las áreas potenciales de mejora, como la capacidad de crecimiento de la empresa.



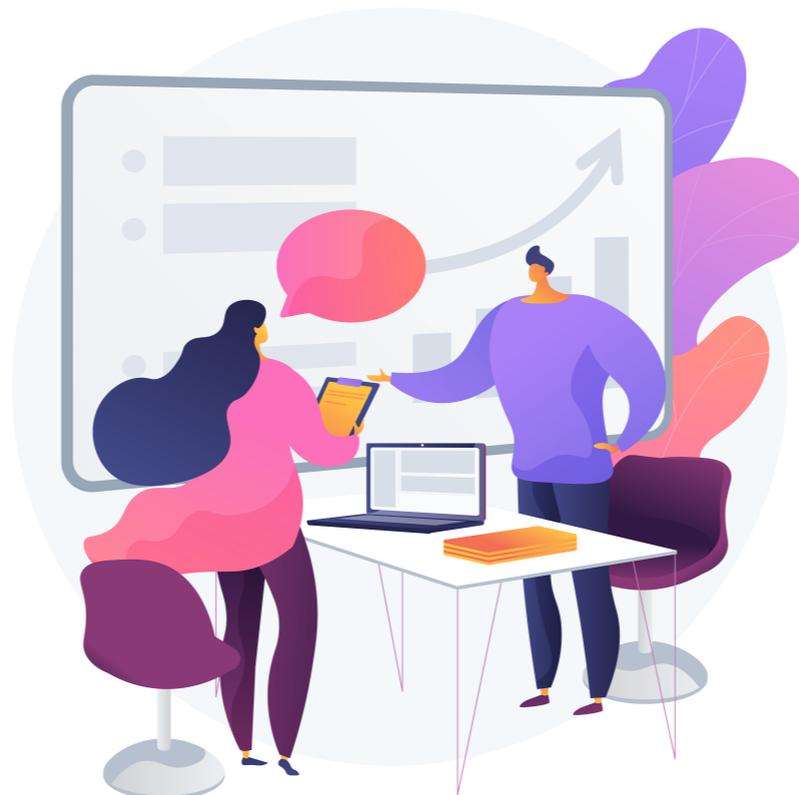
Análisis Interno de la Organización

Realizar un **análisis interno** tiene como objetivo conocer los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa e identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades, y formular estrategias que le permitan potenciar o aprovechar dichas fortalezas, y reducir o superar dichas debilidades.



Análisis Externo de la Organización

Análisis externo: oportunidades y amenazas. El análisis externo, también conocido como análisis del entorno, evaluación externa o auditoría externa, consiste en la identificación y evaluación de acontecimientos, cambios y tendencias que suceden en el entorno de una empresa y que están más allá de su control.



Misión

- * La misión organizacional se define como "una declaración duradera de propósitos que distingue a una institución de otras similares". Es un compendio de la razón de ser de una organización, esencial para determinar objetivos y formular estrategia.
- * Una buena misión institucional debe reflejar las expectativas de sus clientes. Es el cliente y solo el cliente quien decide lo que es una organización.
- * La misión debe ser básicamente amplia en su alcance para que permita el estudio y la generación de una vasta gama de objetivos y estrategias factibles sin frenar la creatividad de la gente.

Visión

- ✱ La visión se define como la razón de ser de la organización. Es un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de lo que una organización es y quiere ser en el futuro.
- ✱ La visión de futuro señala rumbo, da dirección, es la cadena o el lazo que une en la organización el presente y el futuro. Esta describe el carácter y el concepto de las actividades futuras de la organización.
- ✱ La respuesta a la pregunta, ¿qué queremos que sea la organización en los próximos años?, Es la visión de futuro, establece aquello que la organización piensa hacer, y para quién lo hará, así como las premisas filosóficas centrales.

Valores Corporativos

- * Los valores son el conjunto de principios, creencias y reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional.
- * Toda institución implícita o explícitamente tiene un conjunto de valores corporativos, por lo tanto, estos deben ser analizados, ajustados o redefinidos y luego divulgados.
- * El objetivo básico de la definición de valores corporativos es el de tener un marco de referencia que inspire y regule la vida de la organización.

Objetivos Estratégicos

- * Se denominan objetivos estratégicos a los objetivos planteados por una organización para lograr determinadas metas y a largo plazo la posición de la organización en un mercado específico, es decir, son los resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir.
- * También son los objetivos planteados por una organización para lograr determinadas metas y a largo plazo la posición de la organización en un mercado específico, es decir, son los resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión.

Estrategias

* Estrategia es una planificación de algo que se propone un individuo o grupo. Estrategia empresarial o estrategia corporativa, conjunto de acciones que alinean las metas y objetivos de una organización. Estrategia de marketing, proceso que permite definir cómo abordar un mercado.

* Estrategia es un plan para dirigir un asunto. Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación.

- * La **política** es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos. También puede definirse como una manera de ejercer el poder con la intención de resolver o minimizar el choque entre los intereses encontrados que se producen dentro de una sociedad.

- * Definición de **Política empresarial**. La política de una organización es una declaración de principios generales que la empresa u organización se compromete a cumplir.

- * **Política Organizacional**. Es la orientación o directriz que debe ser divulgada, entendida y acatada por todos los miembros de la organización, en ella se contemplan las normas y responsabilidades de cada área de la organización. Las políticas deben ser dictadas desde el nivel jerárquico más alto de la empresa.

Referencias

- * Almuiñas Rivero, José Luis; Galarza López, Judith. EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS UNIVERSIDADES: DESENCUENTROS Y RETOS PARA EL MEJORAMIENTO DE SU CALIDAD. Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL, vol. 5, núm. 2, agosto-, 2012, pp. 72-97. Universidade Federal de Santa Catarina Santa Catarina, Brasil Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=319327515006>
- * Menéndez Ramírez, José Juan; Becerril Sánchez, Teresa. Planeación estratégica: técnica gerencial aplicada en la administración pública. Quivera, vol. 7, núm. 2, julio-diciembre, 2005, pp. 160-178. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México. ISSN: 1405-8626 quivera2012@gmail.com Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40170207>