



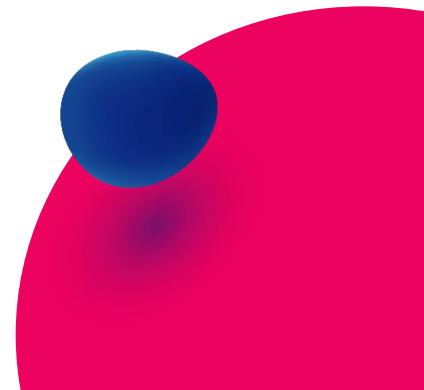
INICIO
GRABACIÓN



SANJOSÉ
FUNDACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



GERENCIA Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA





SAN JOSÉ

FUNDACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



INDICE

1

**CONCEPTOS HACIA EL
PENSAMIENTO ESTRATÉGICO:
LAS BUENAS Y MALAS
ESTRATEGIAS**

2

CONCEPTOS

3

EJEMPLOS APLICADOS

4

CONCLUSIONES

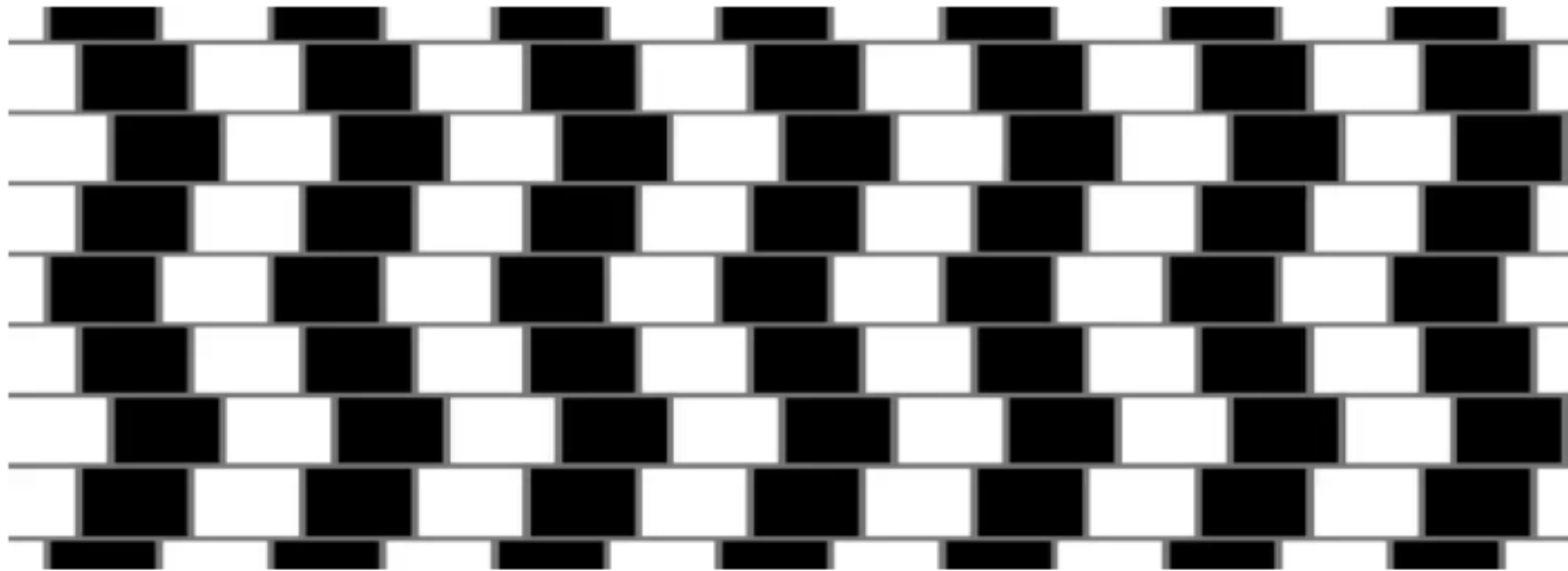


Conceptos hacia el pensamiento estratégico: Las buenas y malas estrategias



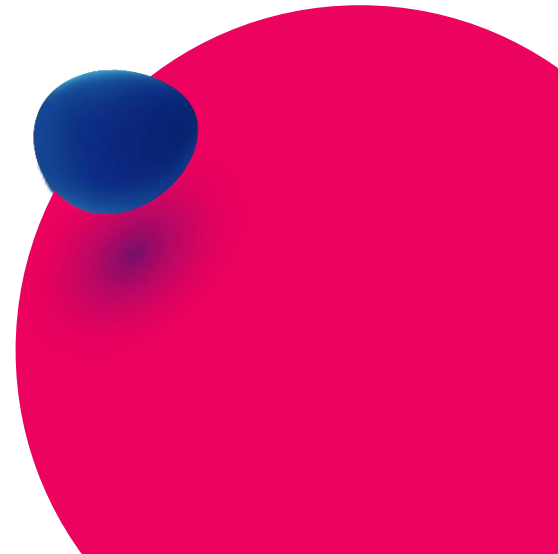


Las tres preguntas



- ¿Cuál es el estado actual de la empresa?
- ¿cuál es el estado deseado de la empresa?
- ¿cómo la compañía alcanzará ese estado deseado?"

Bibliografía



Dos clases de estrategias: las buenas y las malas



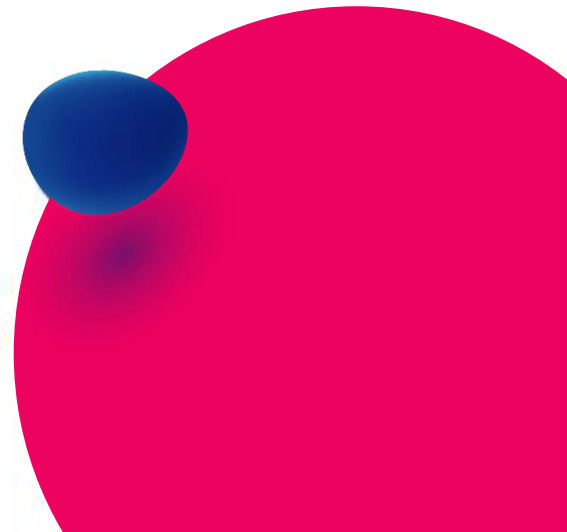
Una buena estrategia es un plan de acción respaldado por un argumento convincente, una mezcla eficaz de pensamiento y ejecución.

tres elementos fundamentales: El diagnóstico (¿Qué está pasando aquí?); unas políticas que orientan; y acciones coherentes.



Una mala estrategia es más que la ausencia de buena estrategia. Se define por establecer objetivos a largo plazo y políticas o acciones a corto plazo.

Bibliografía



True ¿Podría existir una contradicción conceptual?



La elaboración de estrategias obedece a una metodología que debe seguirse de manera estricta para que se puedan obtener los frutos esperados.

**El botón
azul es
verdadero**

**El botón
rojo es
falso**

la estrategia produzca resultados, deberá estar supeditada a que las acciones se adapten y sean bien recibidas (por los individuos a quienes van dirigidas)

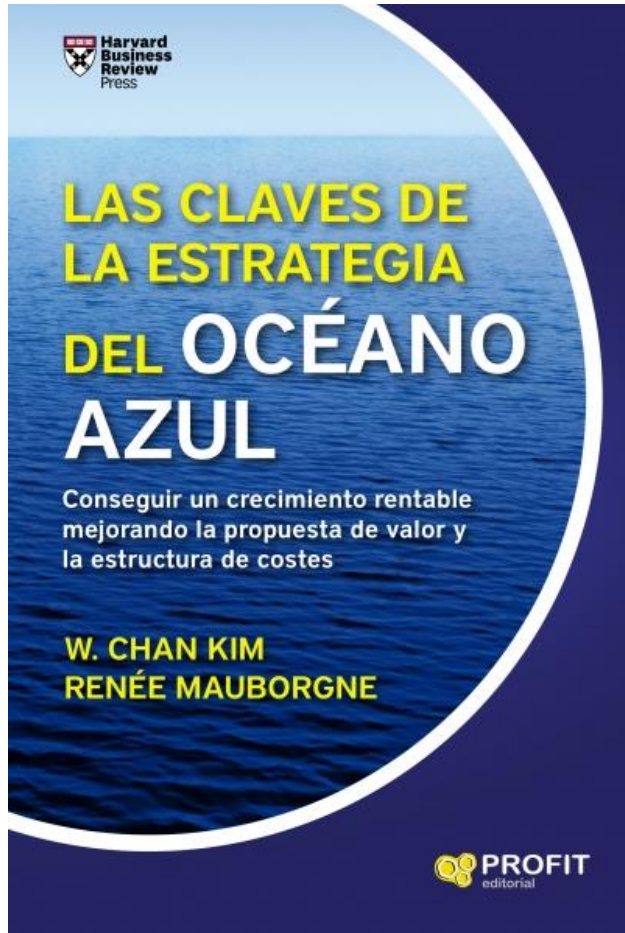
Bibliografía



La estrategia se convierte en el inicio del proceso de planeación que todo administrador debe conocer y que, luego de implementarla, es necesario evaluarla para determinar si se encuentra funcionando o cumple con lo que se ha esperado



LA ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL



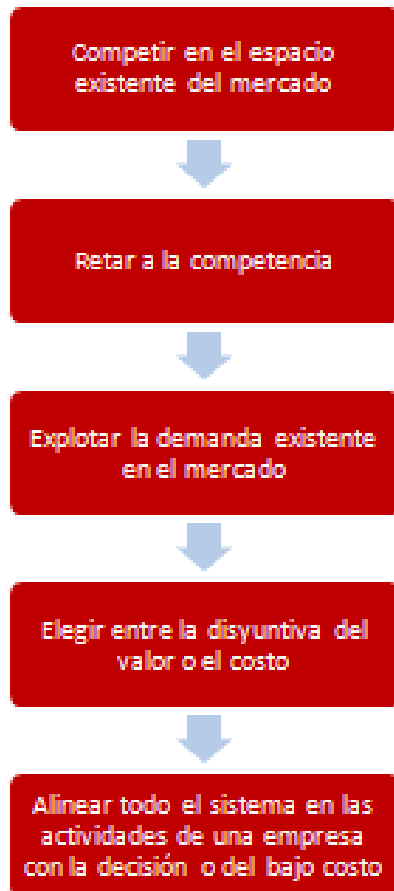
La estrategia del océano azul se basa en dejar a un lado la competencia destructiva que se puede generar entre las empresas, cuando se quiere pelear por un mismo mercado, la estrategia sirve para ser un ganador en el futuro, innovando se logran ampliar los horizontes del mercado.

Las dos situaciones competitivas más habituales en las industrias son los océanos rojos y los océanos azules. La mayoría de las empresas están representadas por los océanos rojos, los océanos azules simbolizan ideas de negocio que aún son desconocidas.

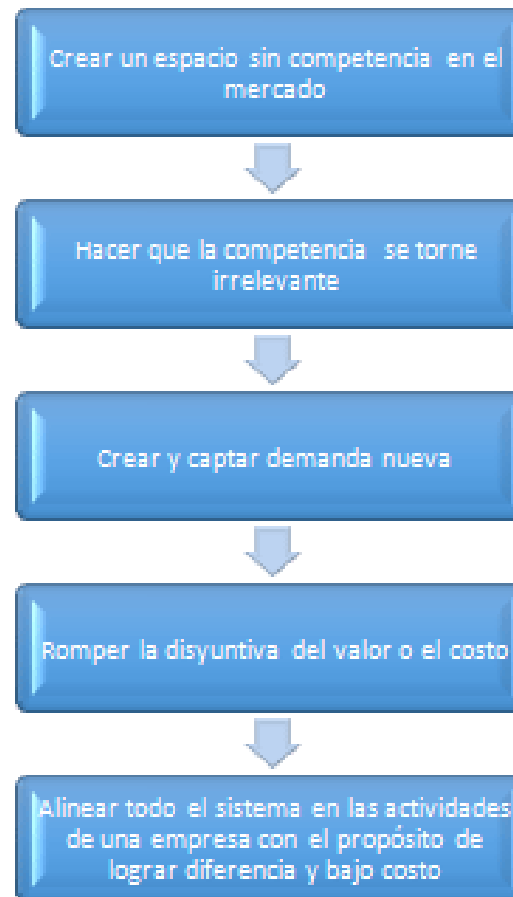
LA ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL



Océano Rojo



Océano Azul



LA ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL



- Desde el año 1925 Caterpillar se consolidó como la empresa creadora de maquinaria útil en todos los campos industriales, especialmente en la construcción.
- Años después enfrentaría a su primer gran competencia, la empresa Komatsu, y lo hizo ignorándola.
- CAT decidió evitar ver a su competencia para centrarse en fortalecer sus valores históricos de gestión y en cimentar nuevas iniciativas comerciales.
- Al poco tiempo, introdujo una nueva línea de productos bajo una estrategia diferente de fabricación, ingresando en otros sectores de moda e incluso juguetería. Además se reorientó hacia la diversificación global evitando desaprovechar sus recursos para ofrecer un mejor servicio a sus clientes.

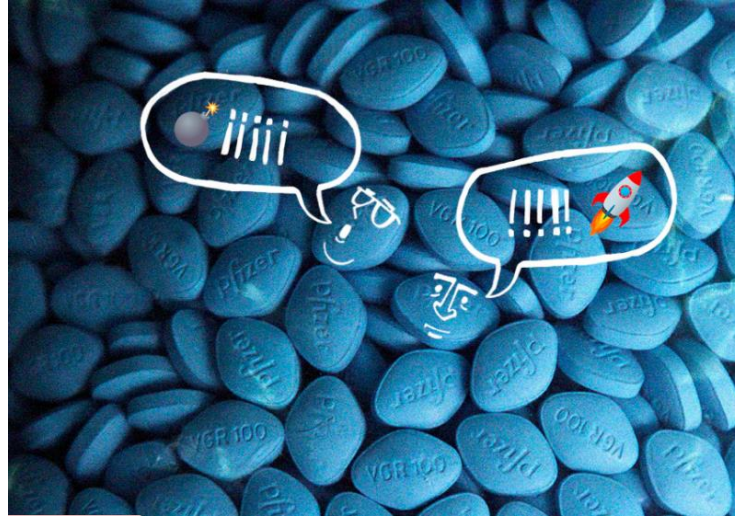


LA ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL



- Fue creado en Canadá en 1984.
- El circo logro su éxito con la combinación de lo tradicional como es la carpa, los payasos, y las acrobacias y lo intelectual del teatro.
- El Cirque du Soleil no sólo se enfocó en diversión para niños sino para toda la familia y todas las edades, logrando un espectáculo innovador se creó un océano azul.
- Este espectáculo viajero ofrecía una visión única de las artes circenses: Libre de animales, llamativa, dramática, hermosa y reflexiva. Los artistas callejeros tenían trajes escandalosos, iluminación mágica y música original.

LA ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL



- Con la creación de **Viagra**, Pfizer creó un **océano azul** en el sector de medicamentos.
- **Se introdujo en el mercado del estilo de vida** dando un paso importante en la industria farmacéutica del momento.
- El movimiento estratégico en busca de ese **océano azul** consistió en cambiar de enfoque, pasaron de la orientación meramente funcional de la industria farmacéutica (el tratamiento médico) a introducirse en el estilo de vida de los consumidores, orientación emocional.

LA ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL



- Tesla es la empresa pionera en la producción masiva de automóviles eléctricos. Fue creada en 2003 en California por Martin Eberhard y Marc Tarpenning, con el objetivo de comercializar autos totalmente eléctricos combinando lo último en tecnología, el diseño y la calidad.
- La idea surgió cuando General Motors retiró y destruyó todos sus automóviles eléctricos.
- A pesar de ser una empresa relativamente joven, Tesla ha logrado expandir los límites de la industria automotriz navegando en el océano azul.
- Se fue moviendo entre vehículos convencionales como los sedanes, pero con la llegada de Elon Musk el rumbo cambió para dirigir sus productos a un público con alto poder adquisitivo, sin dejar a un lado la idea del «automóvil más económico».





El plan está definido por Bateman y Snell (2004. p.132), como "... acciones o medios que los gerentes pretenden utilizar para lograr las metas de la organización...".

El plan se realiza de acuerdo con las necesidades organizacionales y la dependencia que debe ejecutarlo o apoyarlo.

ELEMENTOS DEL PLAN - OBJETIVO



- Punto o zona que se pretende alcanzar u ocupar como resultado de una operación militar
- Un **objetivo** es una meta, una finalidad, un lugar a donde queremos llegar o una cosa que ansiamos poseer.



ELEMENTOS DEL PLAN – ACTIVIDADES



- Conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad.
- **Conjunto de tareas necesarias para la consecución de una acción u objetivo concreto**
- Identificar cada una de las tareas que debemos completar para alcanzar el objetivo del plan.

ELEMENTOS DEL PLAN – RECURSOS



- Medio de cualquier clase que, en caso de necesidad, sirve para conseguir lo que se pretende.
- Todos aquellos factores que proveen a una organización de los medios necesarios para realizar su actividad.
- Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa.

ELEMENTOS DEL PLAN – RECURSOS



- **Técnicos:** Se relaciona con la innovación y la propiedad intelectual, esto es, registro de marcas, patentes, derechos de propiedad, secretos comerciales y resultan muy valiosos para las empresas que lo explotan.
- **Financieros:** Se refiere a los recursos que se consideran la capacidad económica que posee en todas sus formas efectivo, ingresos, gastos, créditos, inversiones, entre otros.
- **Recursos materiales:** Se trata de recursos de una empresa que se consideran tangibles pues son los bienes materializados que la organización puede utilizar para el logro de sus objetivos.
- **Recurso Humano:** Es el bien intangible máspreciado en toda organización, pues los recursos humanos se encargan de que todo lo demás funcione y se logren los objetivos planteados.

¿QUE ENCIERRA LA PLANEACIÓN?

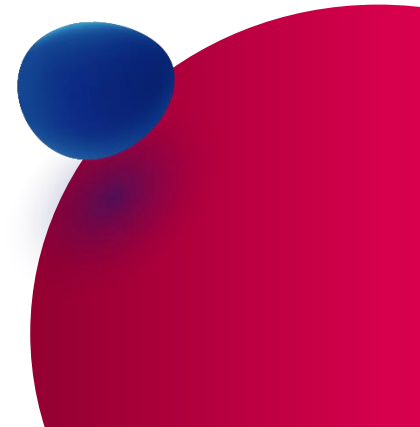


La planeación encierra, ordena e independiza relaciones sujeto objeto, moviendo a las organizaciones y a los individuos que trabajan en éstas, a prepararse en tiempo, modo, conocimientos, equipos y otras herramientas, buscando alcanzar las metas deseadas.

¿QUE ELEMENTOS SE ACONSEJAN PARA PLANEAR?



- Estipular que es lo que se persigue.
- Determinar el sendero a seguir, acciones, actividades, estrategias.
- Establecer cómo será la toma de decisiones
- Tomar medidas para contingencias y situaciones de incertidumbre.



ELEMENTOS DE LA PLANEACIÓN



VISIÓN. Lo que la firma proyecta ser en el largo plazo.

MISIÓN. El propósito de la firma.

OBJETIVOS. Los resultados que la compañía se propone alcanzar. Siempre se deben detallar los plazos y las acciones necesarias, además de los objetivos de cada empleado para enfocar sus tareas a ese fin.

ESTRATEGIAS. La descripción de la forma en la que se canalizarán los esfuerzos para alcanzar los objetivos. Aquí se incluyen los de la organización en su conjunto y los de cada individuo. Un buen plan siempre incluye una serie de alternativas para optar por la más adecuada en cada circunstancia.

POLÍTICAS. La guía que se diseña para tomar las decisiones de cada una de las áreas de la compañía.

PROGRAMA. La serie de acciones que deberán llevarse a cabo para ejecutar cada parte del plan. Debe detallar el tiempo que llevará concretar cada una de las partes.

PRESUPUESTO. El detalle financiero de lo que costará la implementación de un plan. Ayuda a llevar un control de su implementación ya que detalla costos, ingresos, egresos, etc.

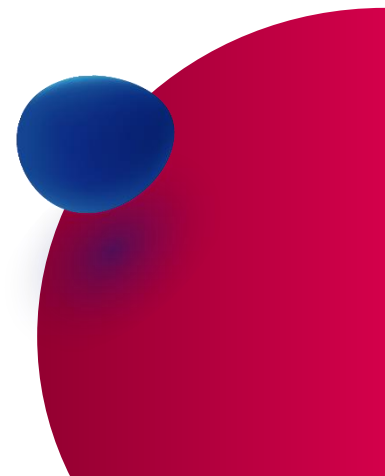


IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN



Busca la coherencia y seguridad en la toma de decisiones, encauzando el proceso de decisión, minimizando incertidumbres y debilidades, a la vez que demarca alternativas.

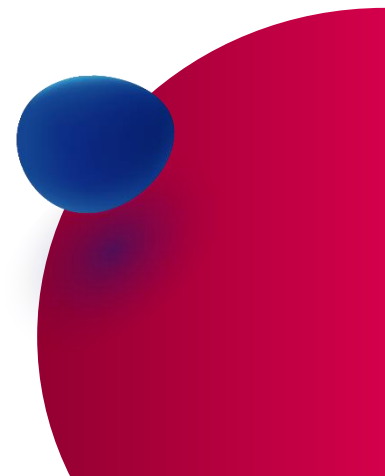
- Es una vía positiva hacia el cumplimiento de acciones y metas
- Es promotora de las interrelaciones entre las personas pertenecientes a la organización
- Es una herramienta flexible,
- Impulsa el desarrollo empresarial propiciando la utilización de recursos en forma racional.
- Fortalece y prepara la organización para afrontar las dificultades.
- Apalanca la organización para la toma de decisiones acertadas hacia la visión y misión organizacional



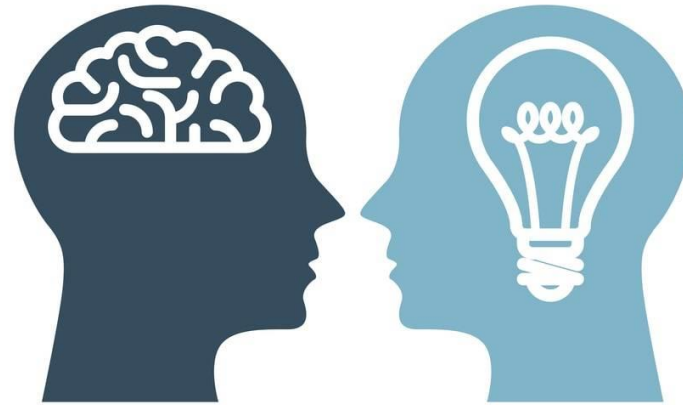
CARACTERÍSTICAS DE LA PLANEACIÓN



- Va orientada al futuro organizacional
- Conlleva racionalidad y toma de decisiones en cada uno de los procesos organizacionales.
- La responsabilidad recae desde el nivel directivo.
- Es el camino para el cumplimiento de los propósitos organizacionales.
- La planeación logra ser interactiva por ser desarrollada desde el punto de vista administrativo, operativo y de apoyo.
- Es la promotora del cambio, transforma la cultura y conquista la innovación interorganizacional.



PRINCIPIOS PARA PLANEAR EFECTIVAMENTE



- Factibilidad: es aquella que dispone de los recursos que se utilizarán para poder realizar los objetivos y metas de un proyecto planteado.
- Precisión: La precisión es lograr la mínima dispersión al momento de hacer una medición o de realizar una tarea.
- Flexibilidad: hace referencia a la capacidad de la empresa para adaptarse a la participación activa en el mercado. Es el punto de vista de la alta dirección y la disposición para responder con rapidez a los cambios en el entorno y así mantener una ventaja competitiva.
- Unidad Encaminar los esfuerzos de toda la empresa para conseguir el objetivo empresarial.
- Posibilidad de ajustar, corregir o modificar las acciones, políticas, recursos, procesos y procedimientos para cumplir con el objetivo empresarial.

VENTAJAS DE LA PLANEACIÓN



- Obliga a la administración a revisar sus problemas y ubicar la mirada en el futuro.
- Se centraliza mucha información de la organización, de tal manera que se logra una secuencia en los esfuerzos de todas las dependencias hacia el logro de los objetivos, reduciendo reprocesos e impactos financieros.
- Destaca y confirma necesidades o no de nuevas capacitaciones, señalando necesidades de cambios.
- Establecer fechas de compromisos, además, de ubicar puntos de control en momentos críticos.
- Requiere adaptarse a un orden y propósitos definidos para el logro de los objetivos estipulados.



DESVENTAJAS DE LA PLANEACIÓN



- Limita el tiempo de desarrollo de las actividades en todos los procesos, de tal manera que obliga a los empleados a ajustarse en forma forzada.
- La planeación está limitada por la incertidumbre y los cambios del entorno.
- Tiene barreras psicológicas del momento, ya que los individuos tienden más a mirar el presente que el futuro.
- En muchos casos obliga a los gerentes a desarrollar el trabajo en forma rígida.



ERRORES QUE SE PUEDEN PRESENTAR CUANDO SE REALIZA LA PLANEACIÓN

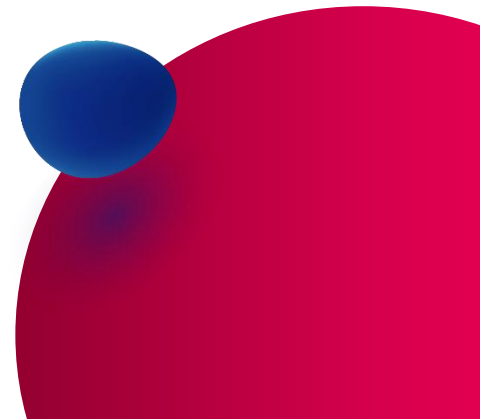


- Dedicar poco tiempo para la planeación
- Delegar la planeación organizacional en una persona o en niveles operativos únicamente





CASO BLACKBERRY





CONCLUSIONES

- Operacionaliza la **orientación** estratégica de una empresa en **el largo plazo** y define los **procesos, las acciones y los recursos necesarios** para hacer realidad ante el mercado y el cliente los **objetivos** empresariales
- La planeación está limitada por la incertidumbre y los cambios del entorno.
- La mayoría de las empresas están representadas por los océanos rojos, los océanos azules simbolizan ideas de negocio que aún son desconocidas.



"NO JUZGUES CADA DÍA POR LO QUE
COSECHAS, SINO POR LAS SEMILLAS
QUE PLANTAS"
(ROBERT LOUIS STEVENSON)



**FIN DE
GRABACIÓN**