

Nombre: Luis Ricardo Reyes Villar

Carrera: Sistemas Computacionales

Actividad 3-3 Modelos de planeación estratégica

1. Balanced Scorecard

Este modelo consiste en un cuadro de mando integral que permite evaluar el funcionamiento de la empresa. Para realizar esta evaluación se toman en consideración los siguientes aspectos:

Perspectiva financiera: Evalúa el rendimiento de las inversiones.

Perspectiva de los clientes: Analiza el éxito del ejercicio empresarial con base en la satisfacción de los clientes.

Perspectiva de los procesos: Mide la calidad del producto o servicio final.

Perspectiva de aprendizaje y crecimiento: pondera la satisfacción del personal de la empresa, su compromiso con la organización, la gestión efectiva del capital humano y la disponibilidad de sistemas de información.

2. Mapa Estratégico

Este modelo de planeación estratégica es una herramienta visual que tiene la función de comunicar el plan estratégico a todos los integrantes de la compañía.

El mapa estratégico se complementa con el Balanced Scorecard, sin embargo, no es exclusivo de esta metodología y puede ser utilizado con otros modelos.

El mapa estratégico comunica el plan de acción de manera estructurada, segmentando la información en diferentes niveles de participación dentro de la empresa, tales como directivos o ejecutivos. Considera también los departamentos y equipos de trabajo establecidos en el organigrama de la empresa.

3. Análisis FODA

Este análisis permite construir la planeación estratégica con base en el análisis interno de la empresa frente al contexto del mercado. Su función es desarrollar planes de acción.

4. Análisis PEST

Permite analizar el mercado desde un punto de vista macro. Permite identificar oportunidades y amenazas del mercado. Este modelo se basa en analizar factores cruciales dentro del territorio comercial. Estos aspectos son: políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

Con el tiempo se añadieron otros factores como lo son legales y ambientales.

5. Análisis de brechas.

El modelo de análisis de brechas analiza la posición de la empresa dentro del mercado. Ayuda a identificar hacia donde quiere llegar la empresa. Determina las expectativas a futuro de la organización, enlistando las brechas y obstáculos para alcanzar los objetivos. Este modelo está indicado para realizar una planeación estratégica con enfoque al crecimiento de la organización.

6. Blue ocean strategy.

Este modelo apunta a buscar la situación más favorecedora. Propone que lo mejor para una organización es desarrollarse dentro de un mercado no disputado. Busca evitar los mercados demasiado explorados y, por ende, más competitivos. Consiste en desarrollar desarrollando el plan con el objetivo de posicionar a la empresa dentro del panorama no disputado. Hay dos panoramas con diferentes realidades, las cuales son:

- Océano rojo: Competir en mercados ya existentes, destinar demasiados recursos para ganar a la competencia, explorar la demanda ya existente, escoger entre costo y diferenciación.
- Océano azul: Crear nuevos mercados, desenvolverse en situaciones menos competitivas, generar una nueva demanda a través del desarrollo de nuevas propuestas de valor, perseguir un menor costo operacional y generar una mayor diferenciación.

7. Análisis PORTER

Este modelo es el paso previo para el análisis FODA. Ayuda a identificar amenazas y oportunidades. También sirve para identificar si el modelo de negocio se encuentra en el océano azul midiendo el atractivo del mercado. El análisis PORTER mide las fuerzas del mercado, entre ellas se encuentran:

- La rivalidad y la competencia del mercado.
- Amenaza de nuevos competidores.
- Poder de negociación de los proveedores.
- Poder de negociación de los clientes.
- Amenaza de nuevos productos y servicios.