

 **Alfaomega Grupo Editor**

# **Capítulo 4**

## **La Planeación Estratégica**

### **Etapas de Análisis**

“El punto de partida de toda mejora competitiva, es la plena convicción de la necesidad de hacerla”

Michael Porter

Apoyo en la



# Alfaomega Grupo Editor

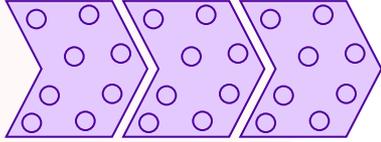
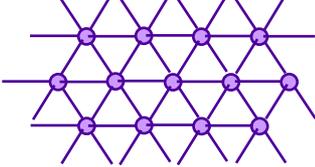
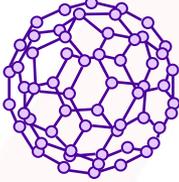
## Ecosistemas de negocio

Apoyo en la





# Redes, cadenas y clústeres

	Cadena productiva	Red	Clúster
			
Miembros	Proveedor-cliente	Abierta a otros actores	Basado en la localización o proximidad
Relaciones	Negocio	Colaboración, cooperación	Cooperativa y competitiva
Bases para acuerdos	Tácitas	Contractuales/no contractuales	Reciprocidad
Valor agregado	Permite a las empresas focalizarse en su negocio central	Agrega y organiza demandas para servicios. Permite compartir información	Acceso a proveedores, servicios y mercado de trabajo
Objetivos compartidos	Negocios a largo plazo	Visión común	Mayor competitividad de largo plazo

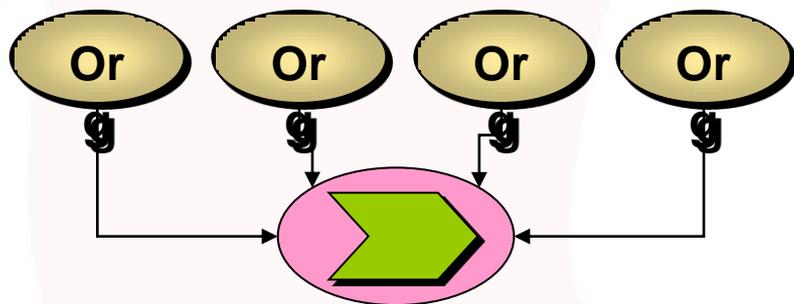




Relaciones de colaboración entre organizaciones “competidoras” para dar solución a problemas comunes (cubrir una función ausente)

Organizaciones de similar

- Tamaño
- Sector o Rubro
- Etapa del proceso productivo



Hacer en conjunto lo que no es posible de manera individual

Ejemplos:

- Compras en común
- Comercializadoras
- Centros tecnológicos
- Laboratorios, etc.



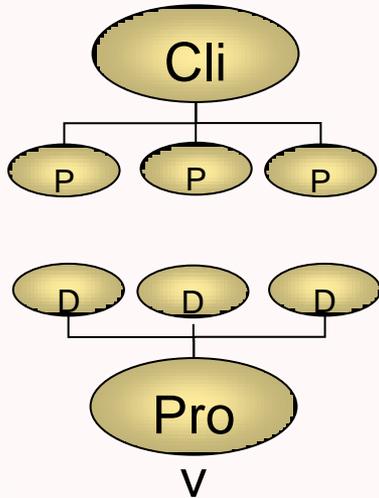
VS WAL★MART®





# Redes verticales

Relación entre una organización cliente y varias proveedoras o una proveedora y varias distribuidoras



Organizaciones de diferente

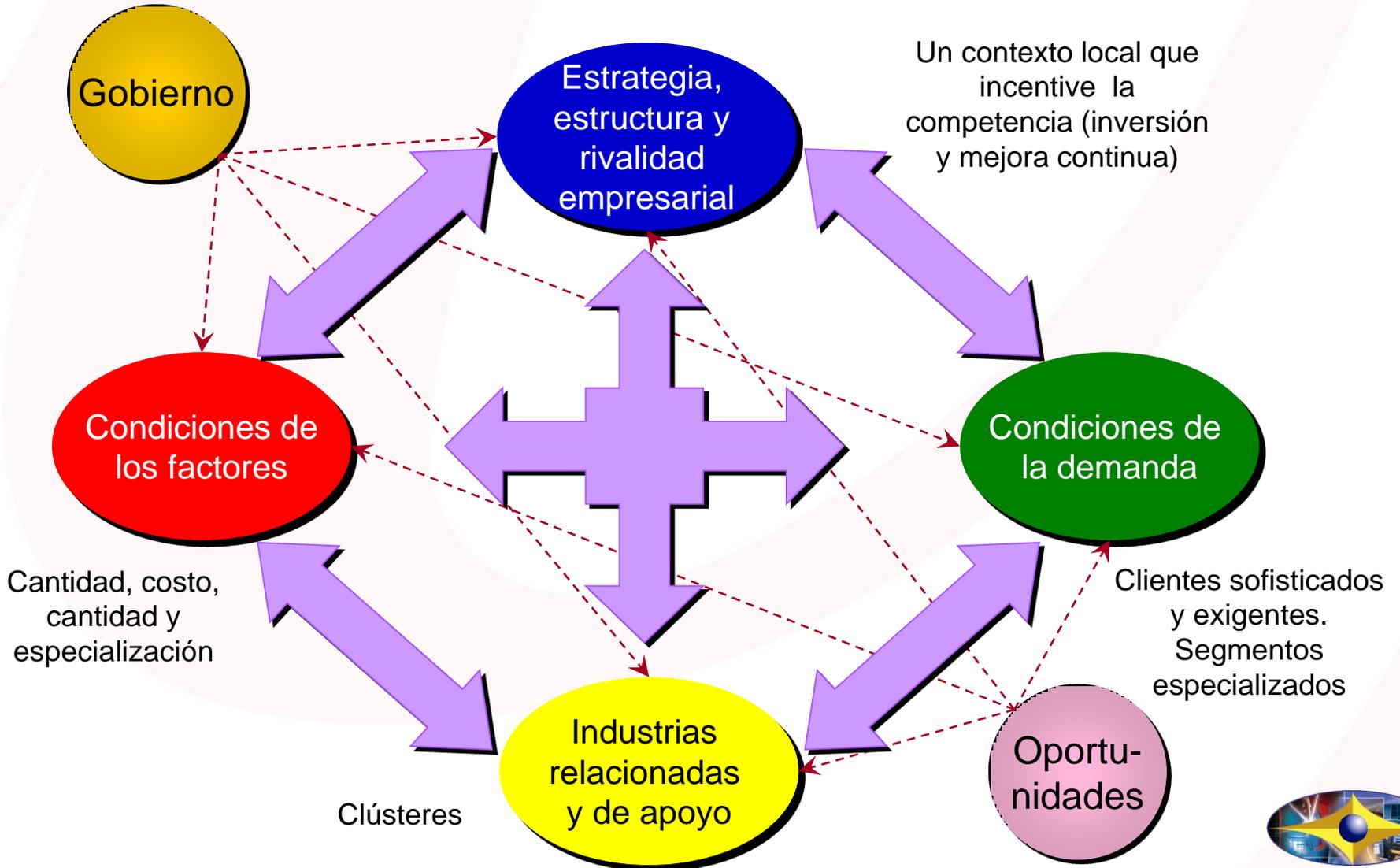
- Tamaño
- Sector o Rubro
- Etapa del proceso productivo

Se potencializa la organización al compartir con otras su negocio

Ejemplos:

- Desarrollo de proveedores
- Franquicias







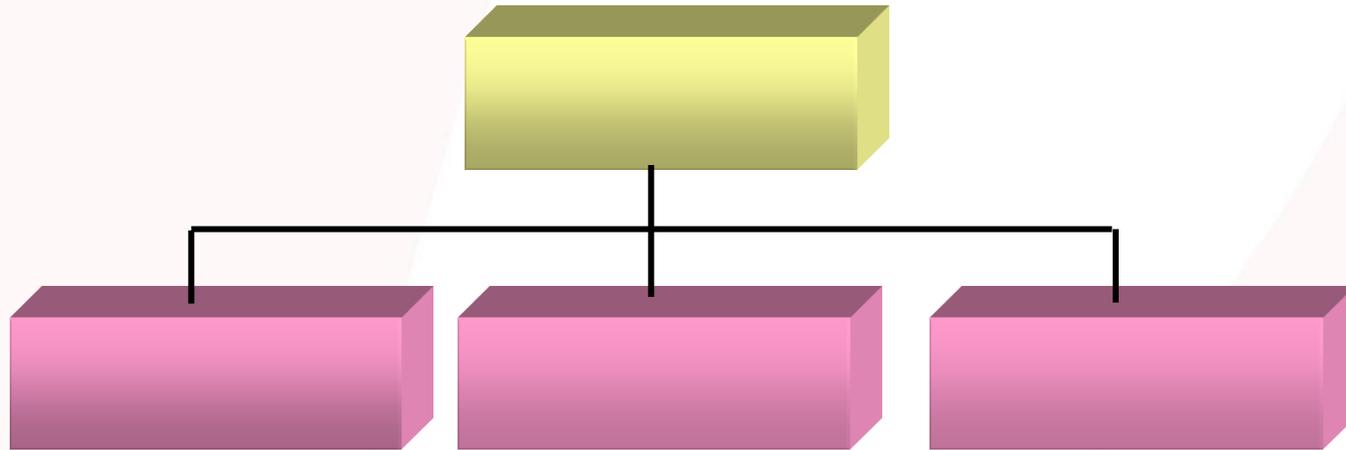
## Interno

- Estructura organizacional
- Cadena de Valor
- Oferta de valor

## Externo

- Fuerzas económicas
- Fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales,
- Fuerzas políticas, gubernamentales y legales
- Fuerzas tecnológicas
- Fuerzas de la competencia

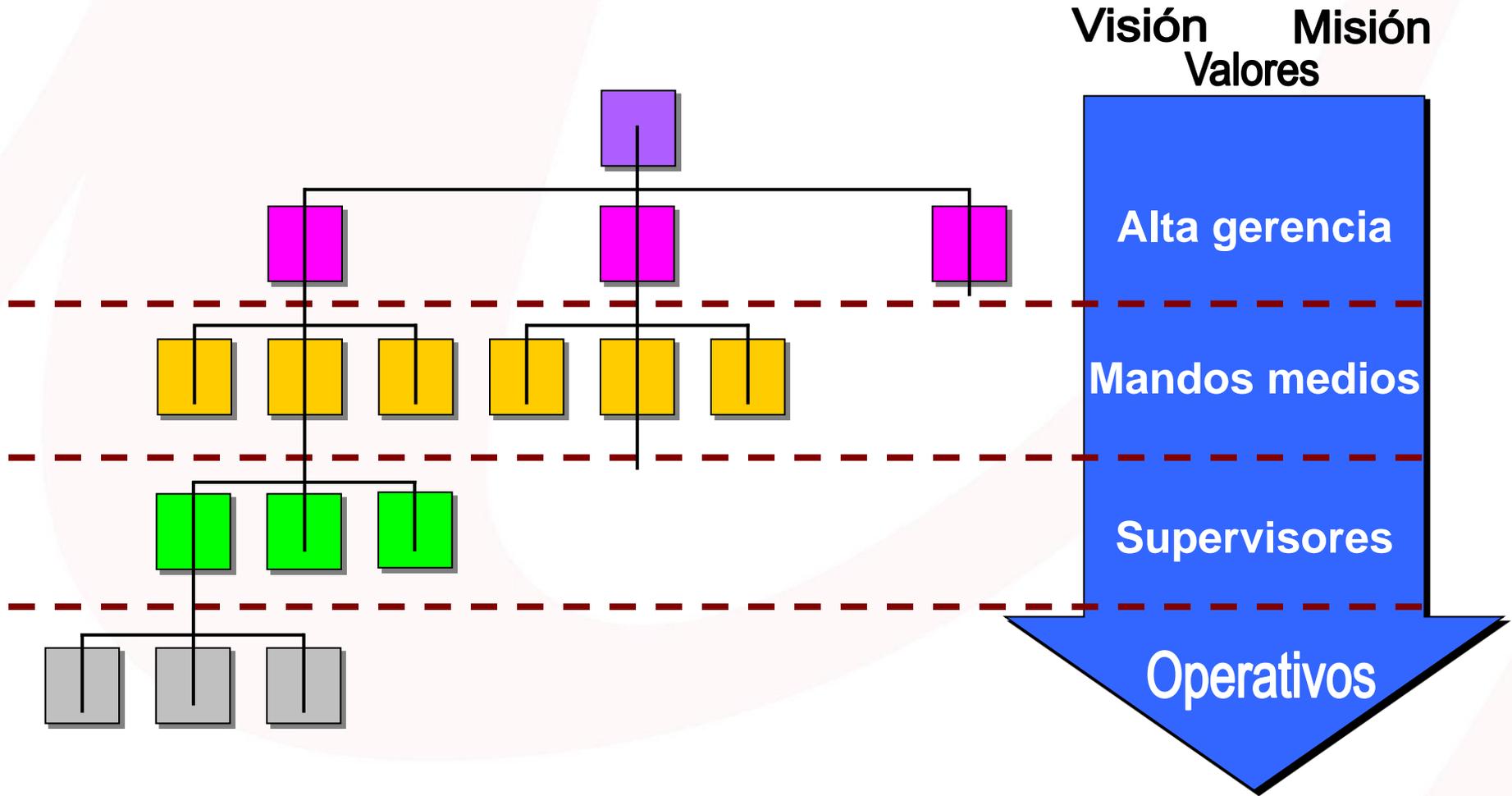




- ¿Qué funciones de la estructura organizacional requieren reestructurarse?
- ¿Hay alguna función que trabajaría mejor si esta perteneciera a otra área?
- ¿Hay alguna función que carece de valor actualmente?
- ¿Es necesario desarrollar nuevas funciones?



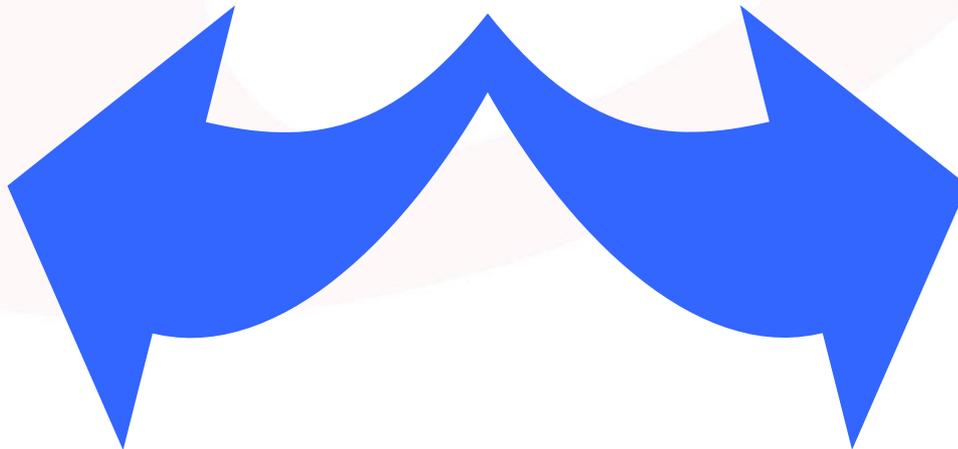
# Estructura organizacional





- ¿Qué hace particular a nuestro negocio?
- ¿Qué nos diferencia de la competencia?
- ¿Qué características tiene eso que nos hace diferente?

Hamburguesas





## Walmart

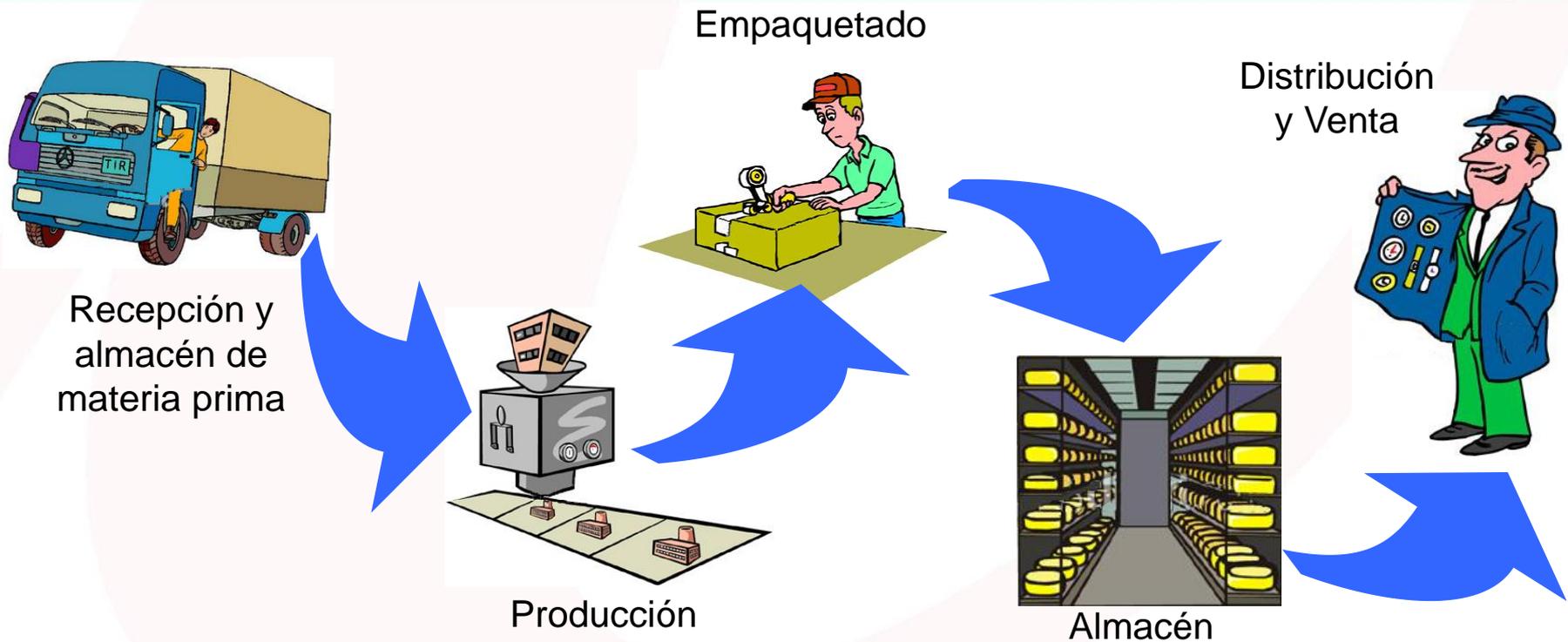
### Oferta de valor

- § Precios bajos todos los días
- § Productos de alta calidad y al alcance del consumidor

### Conjunto de actividades

- § Precios bajos principalmente en la canasta básica
- § Centros de distribución en regiones estratégicas del país con almacenes enormes
- § Sistemas comparativos de precio con la competencia
- § Productos Walmart (Great-Value)
- § Sistemas de crédito para el consumidor
- § Banco Walmart
- § Programas de entrenamiento al personal
- § Política de servicio estricta



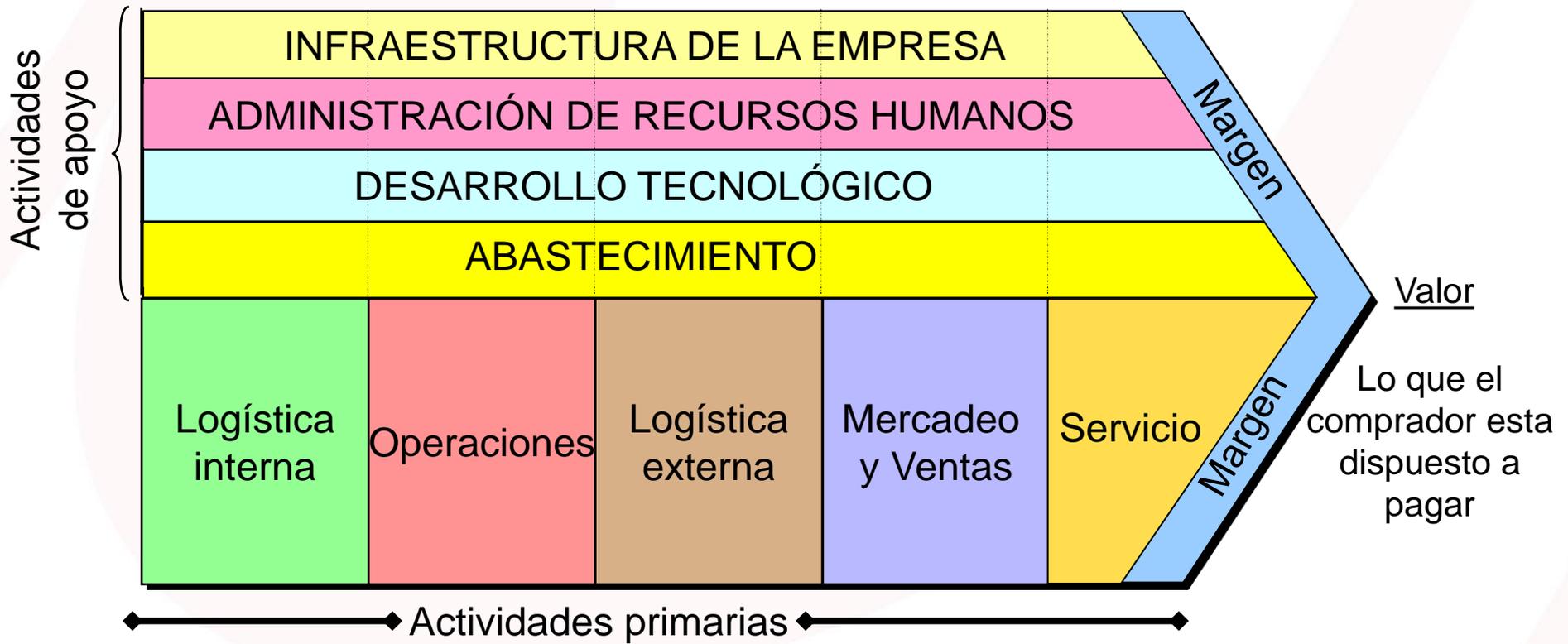


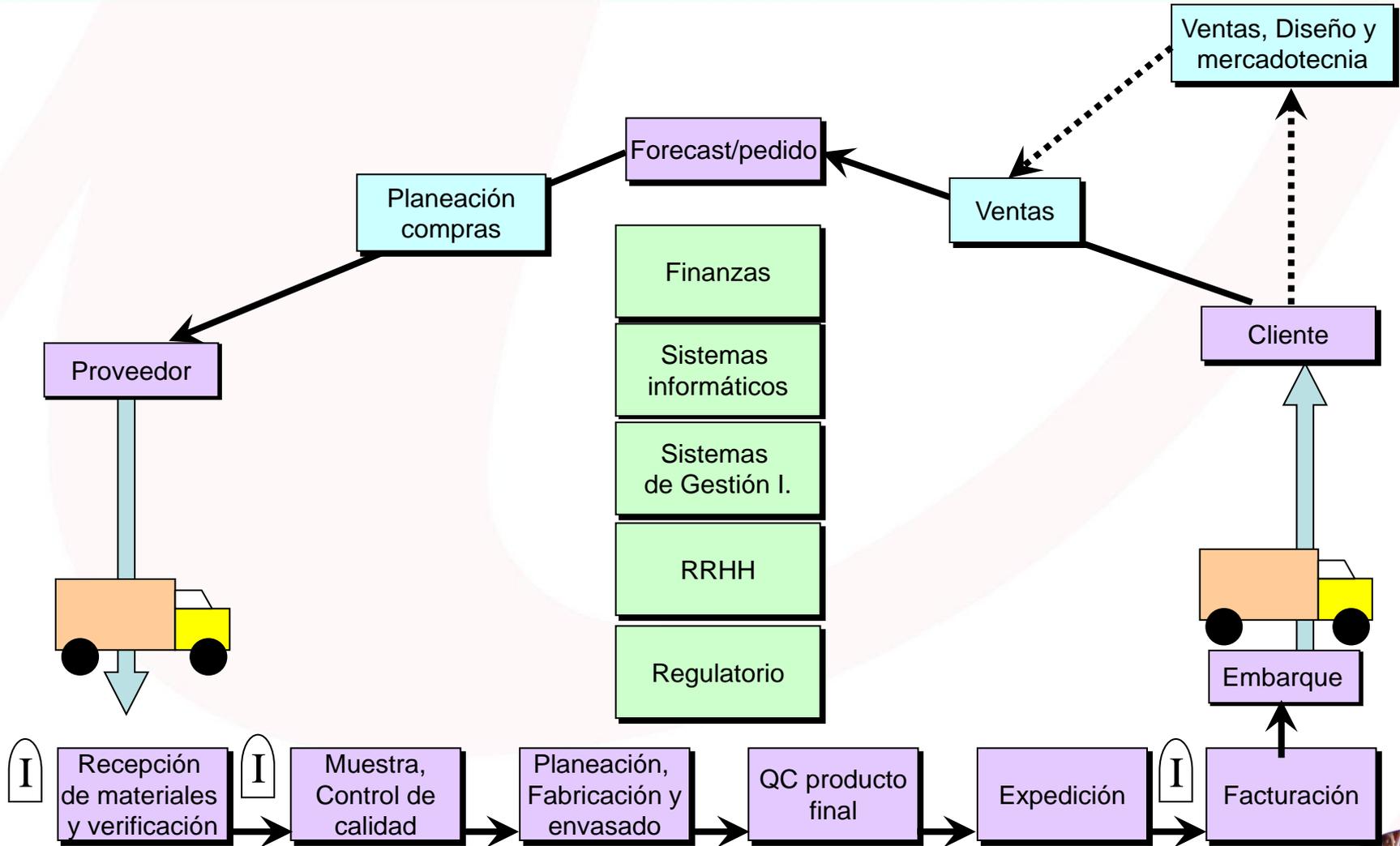
- Se descompone la empresa en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor
- La ventaja competitiva se logra cuando la empresa desarrolla e integra las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa y mejor diferenciada que sus rivales



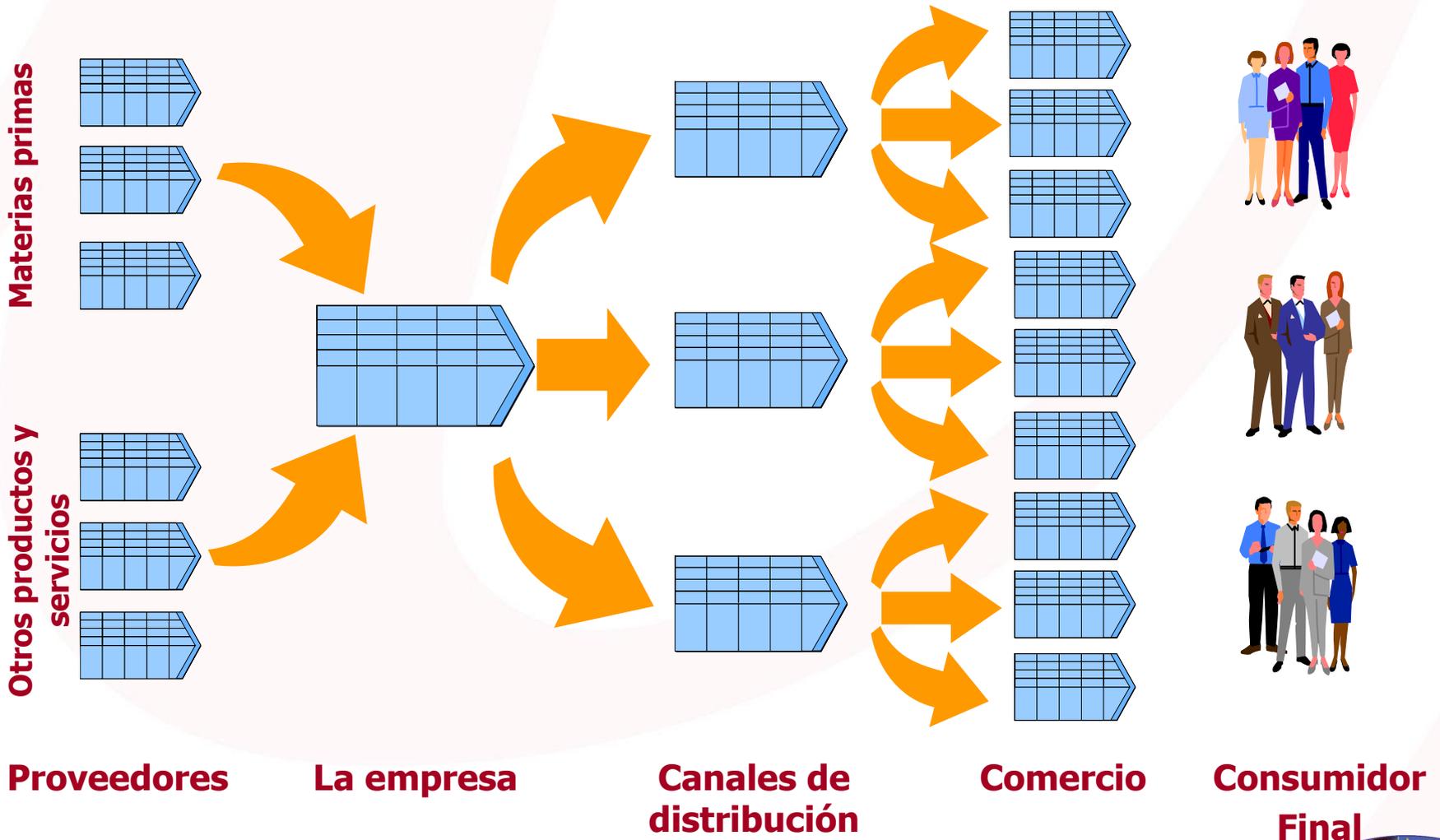
# Alfaomega Grupo Editor

## Cadena de Valor





# Cadena de Valor extendida



# Entorno externo





# Oportunidades y Amenazas

