

 **Alfaomega Grupo Editor**

Capítulo 7

La Planeación Estratégica

Metas y Estrategias

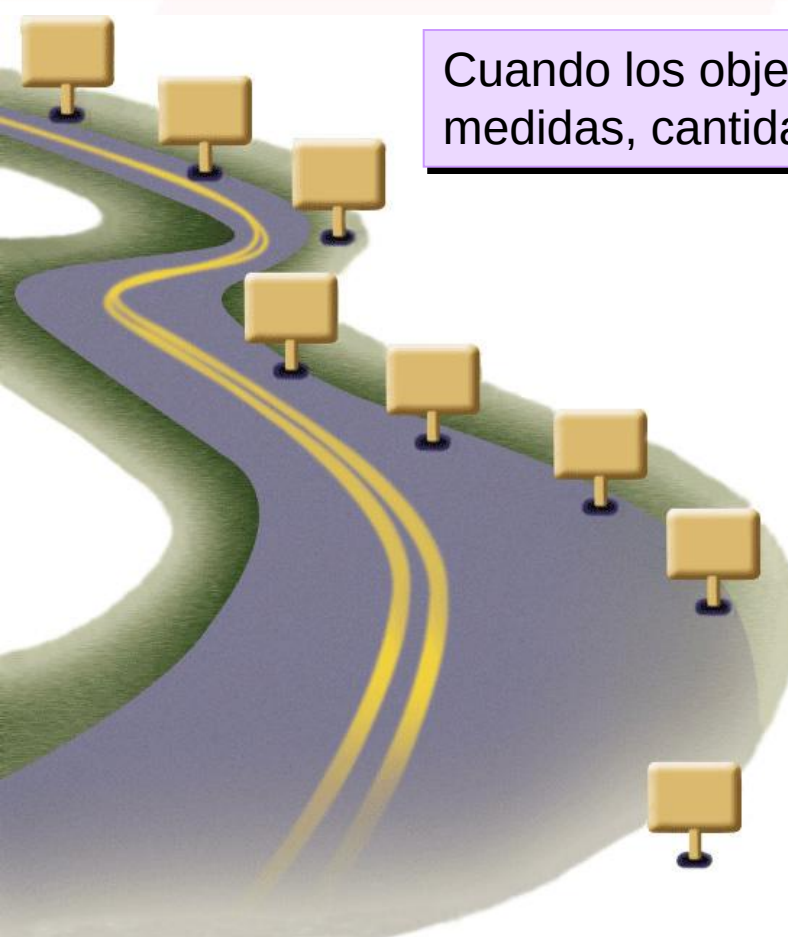
“Algunos hombres ven cosas como son y se preguntan ¿por qué?.

Yo sueño con cosas que nunca fueron y me pregunto por qué no”

John F. Kennedy

Apoyo en la





Cuando los objetivos, se cuantifican (tiempo, dinero, montos, medidas, cantidades, porcentajes, etc.) se transforman en metas

Son la base para asignar recursos

Es el mecanismo primordial para evaluar a los gerentes

Son el instrumento más importante para vigilar el avance con miras a alcanzar los objetivos a largo plazo.

Establecen las prioridades de los departamentos y las divisiones de la organización.





Las **estrategias** son el desarrollo de las actividades para llevar a cabo el logro de la meta

Objetivo	Meta
¿Qué?	¿Cuánto o cuándo?
Crecer en ventas para el próximo año	15% adicional al año anterior

Objetivo	Meta	Estrategia	Líneas de acción
¿Qué?	¿Cuánto o cuándo?	¿Cómo?	Detalle
Crecer en ventas para próximo año	15% adicional al año anterior	1.Diversificando la oferta de productos	1.Análisis de mercado 2.Encuestas con clientes
		1.Atacando nuevos mercados	1.Análisis de mercado 2.Investigación y desarrollo
		1.Comprando empresas 2.etc.	1.Estudio de prospectos 2.Estudio financiero





Asignación de responsabilidades

Adicionalmente, las metas se departamentalizan, es decir, se establecen a distintos niveles de la empresa;

Objetivos	Descripción	Responsable
Objetivo 1	Establecer sucursales en distintas ciudades del país.	Director general
<i>Meta 1</i>	Establecer la primera sucursal en la ciudad de Monterrey en el año próximo.	Gerente de ventas
<i>Meta 2</i>	Lograr una línea de producción para el abasto de la nueva plaza de 10,000 unidades en el año.	Gerente de producción

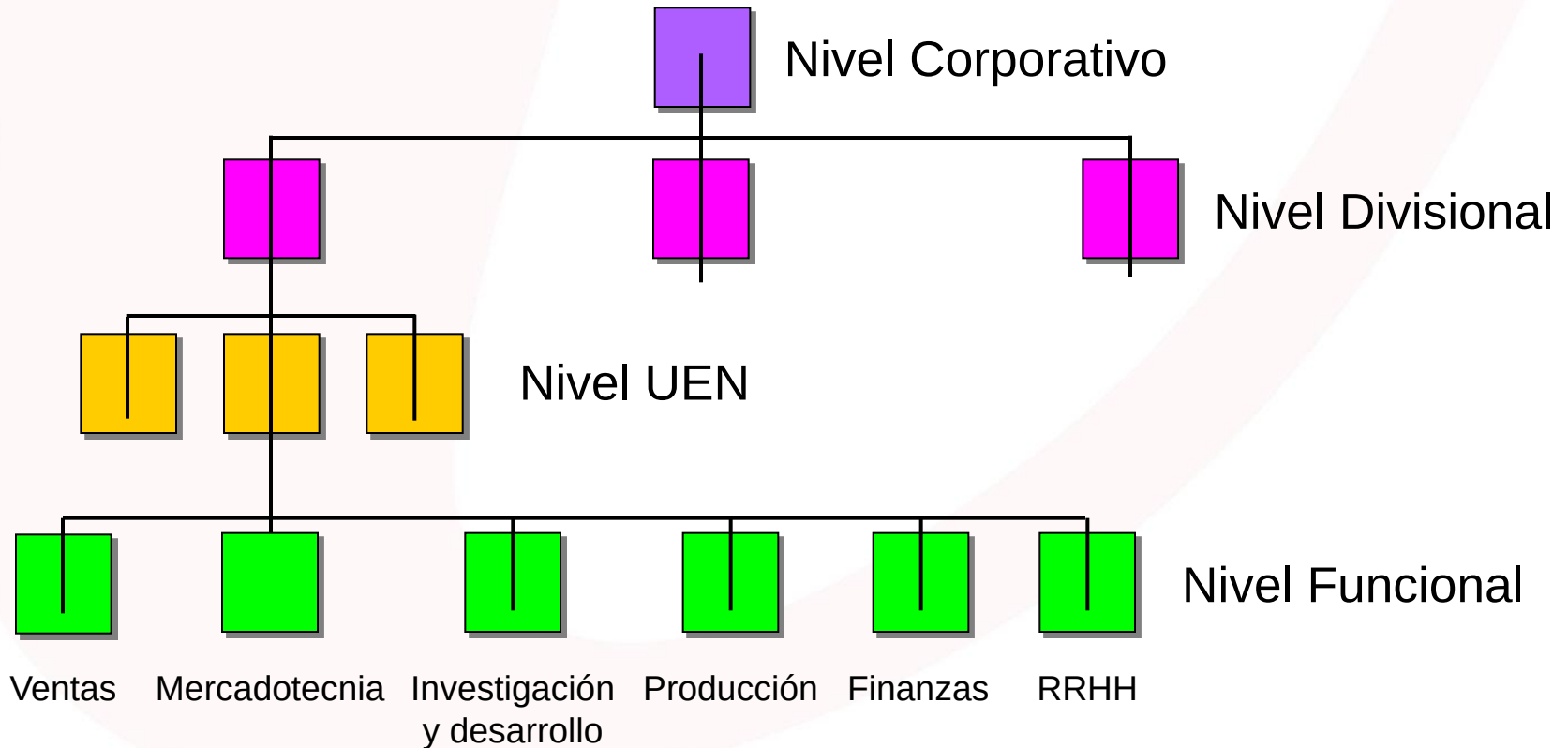
Son los responsables de las metas generalmente quienes definen las estrategias, ya que ellos conocen la forma de hacerlo. Es por esto que los responsables deben ser personas que su función está asociada con la naturaleza de la meta.



Alfaomega Grupo Editor

Niveles de la estrategia

Apoyo en la



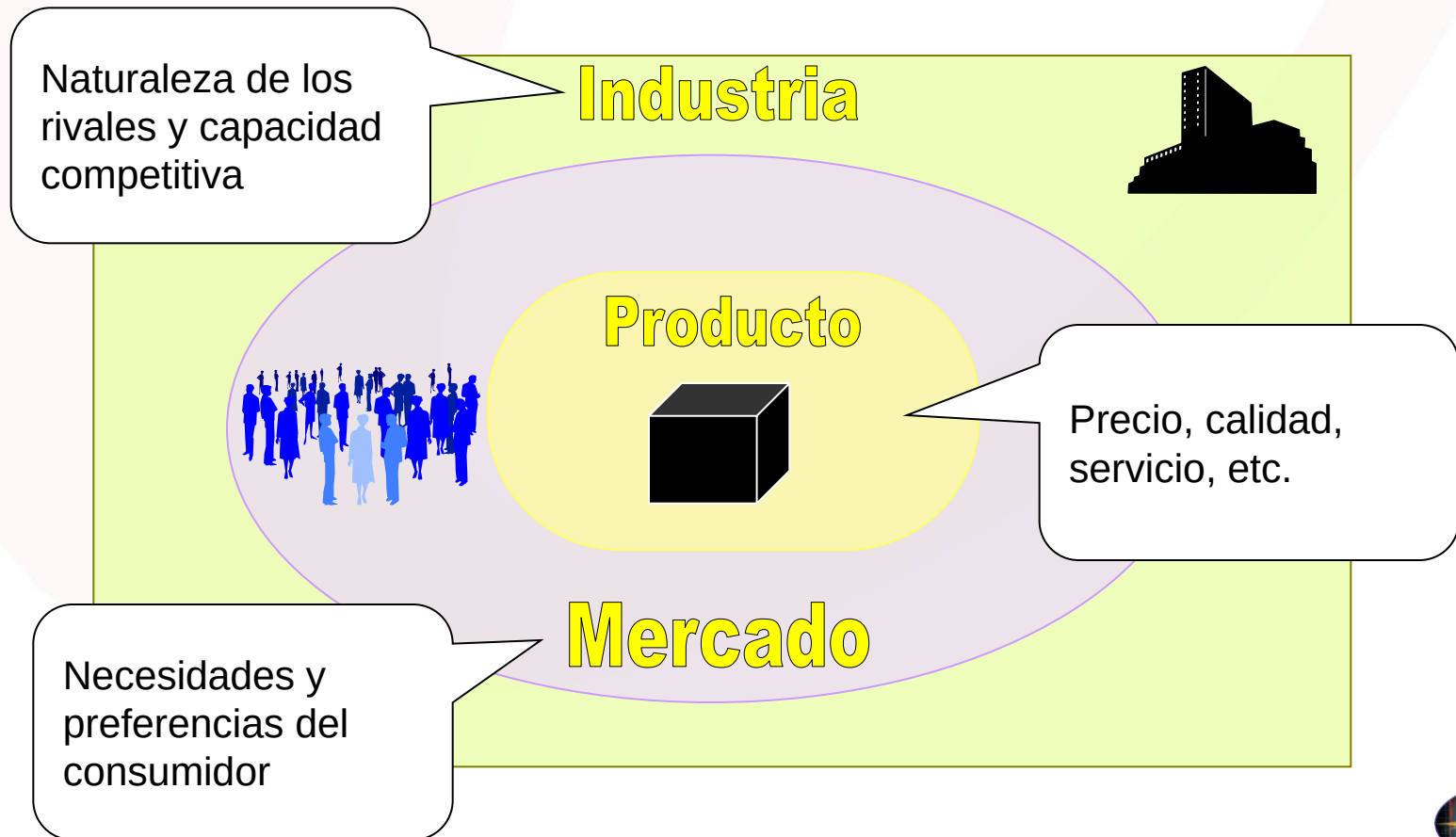
Alfaomega Grupo Editor

Estrategia competitiva

Apoyo en la



Son las acciones de una organización para crear una posición de ventaja dentro de una industria, basadas en las cinco fuerzas competitivas del mercado.



Alfaomega Grupo Editor

Estrategias Competitivas

Apoyo en la



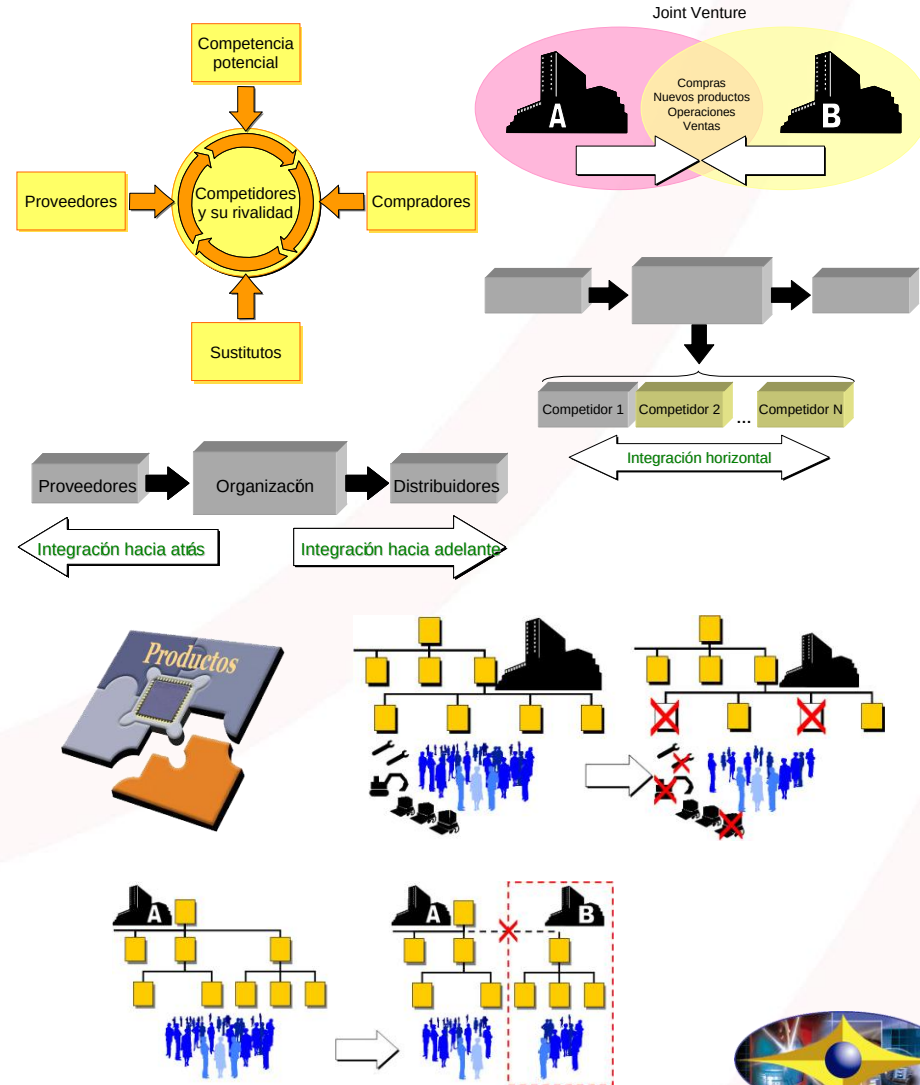
Genéricas

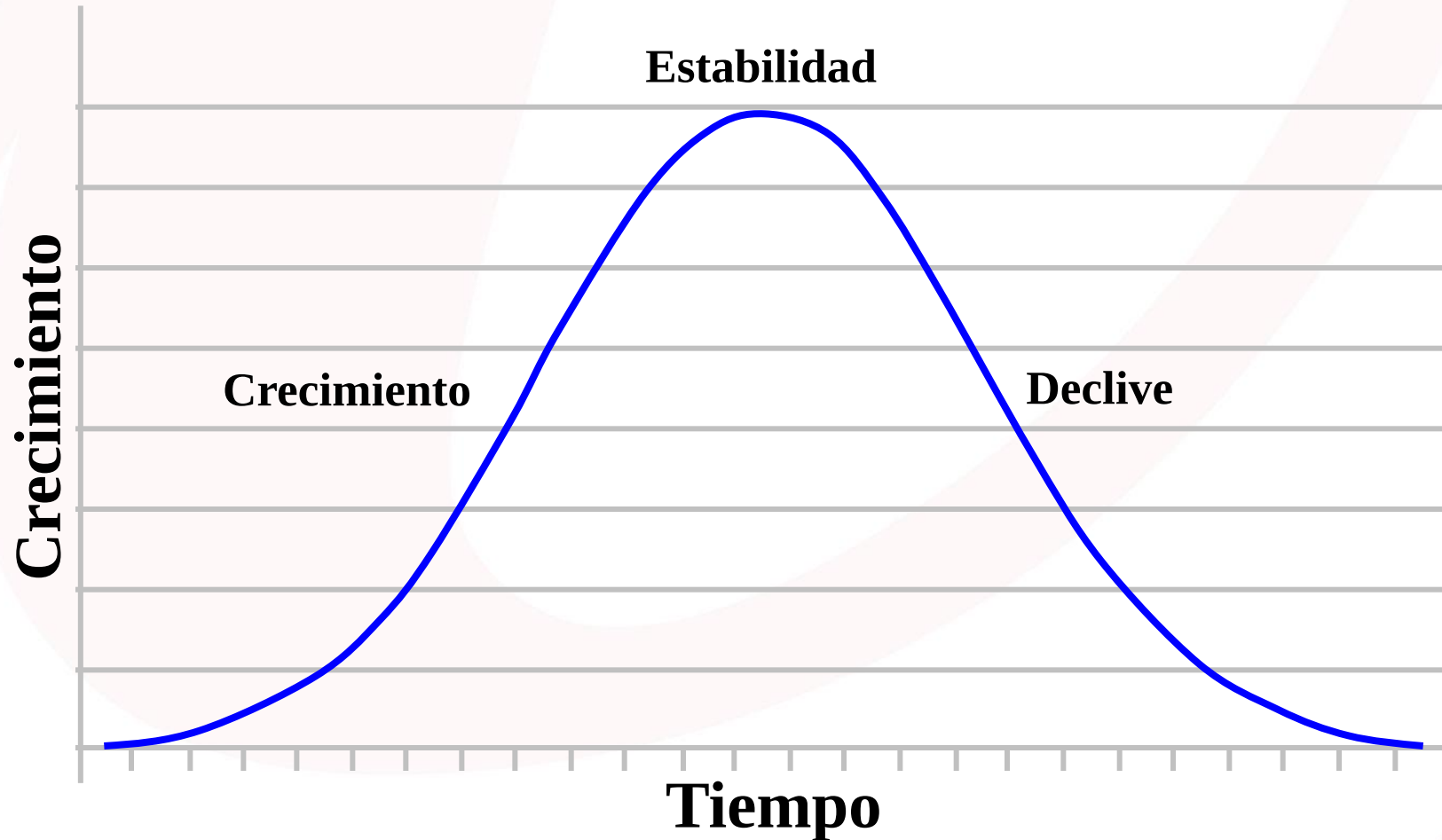
Defensivas

Integración

Crecimiento intensivo

Reto de Mercado

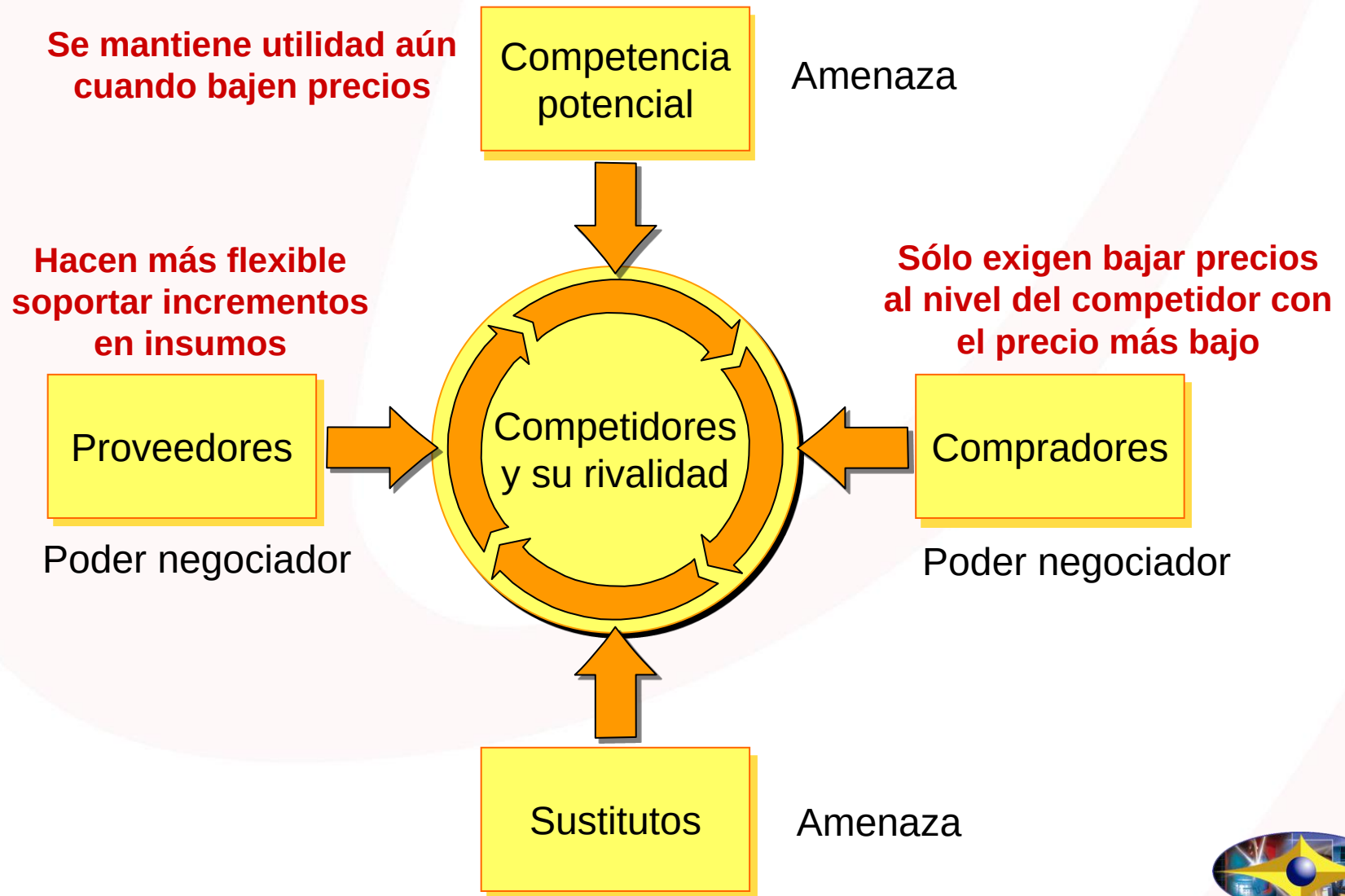


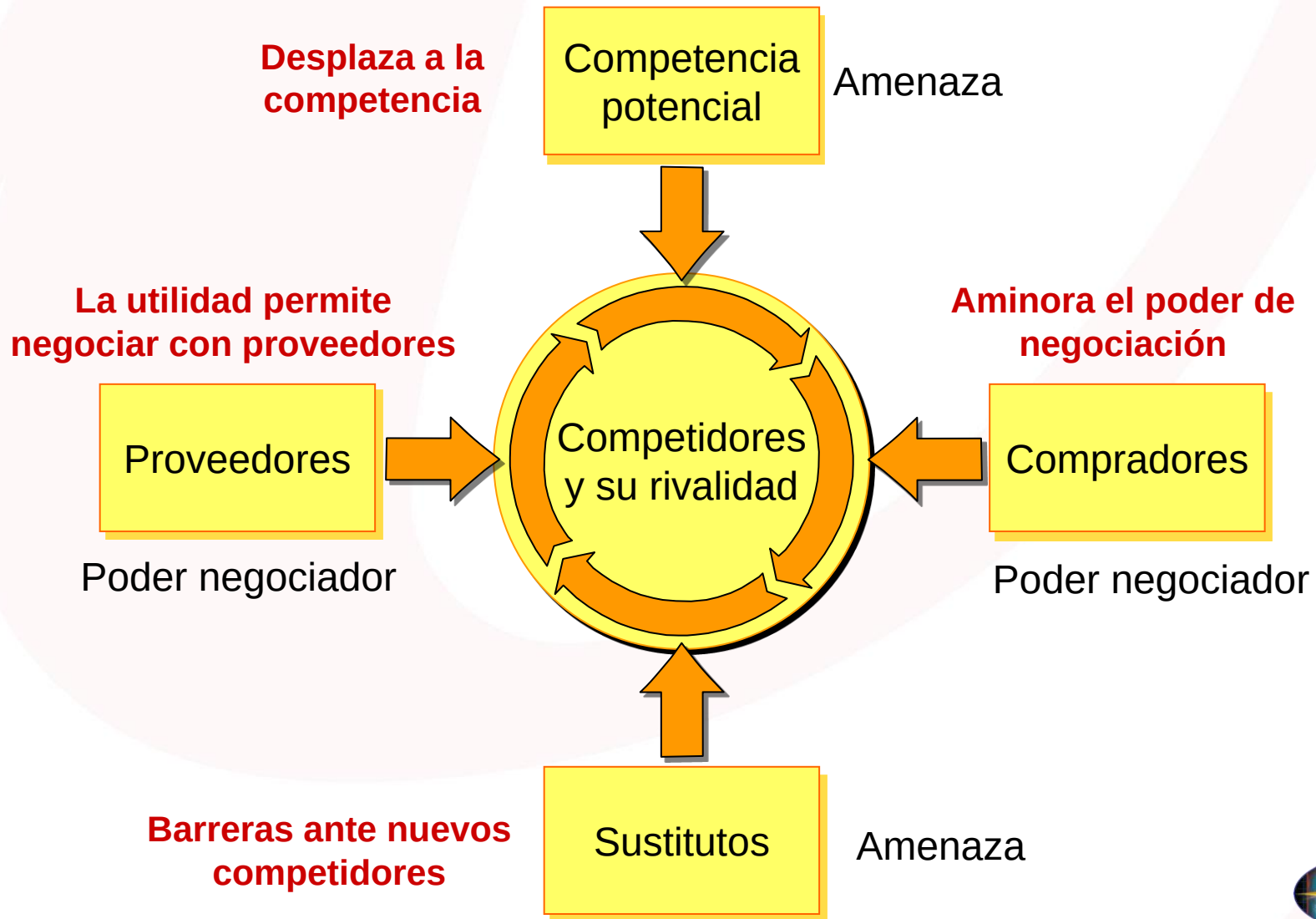


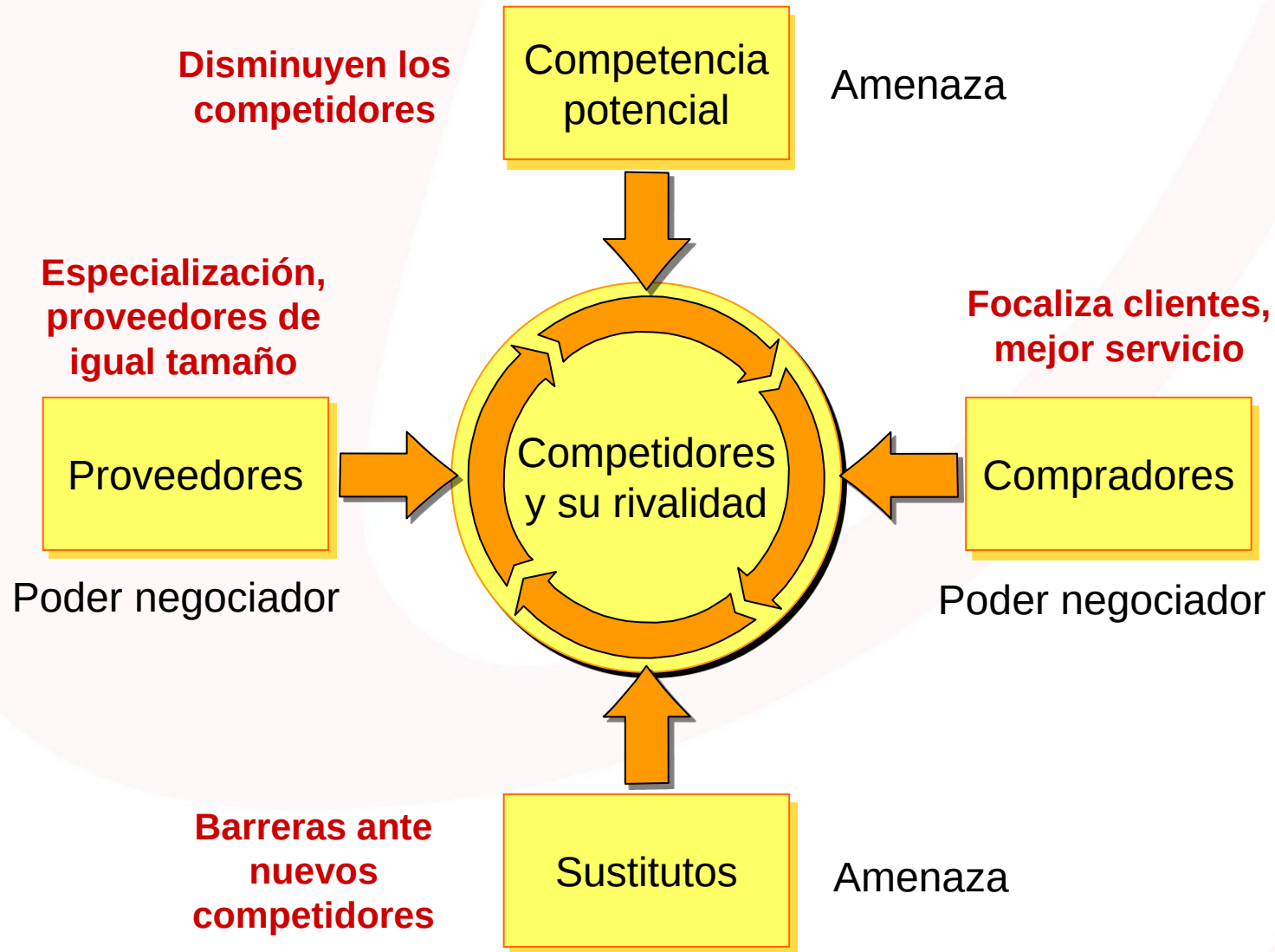
Alfaomega Grupo Editor

Liderazgo Global en Costos

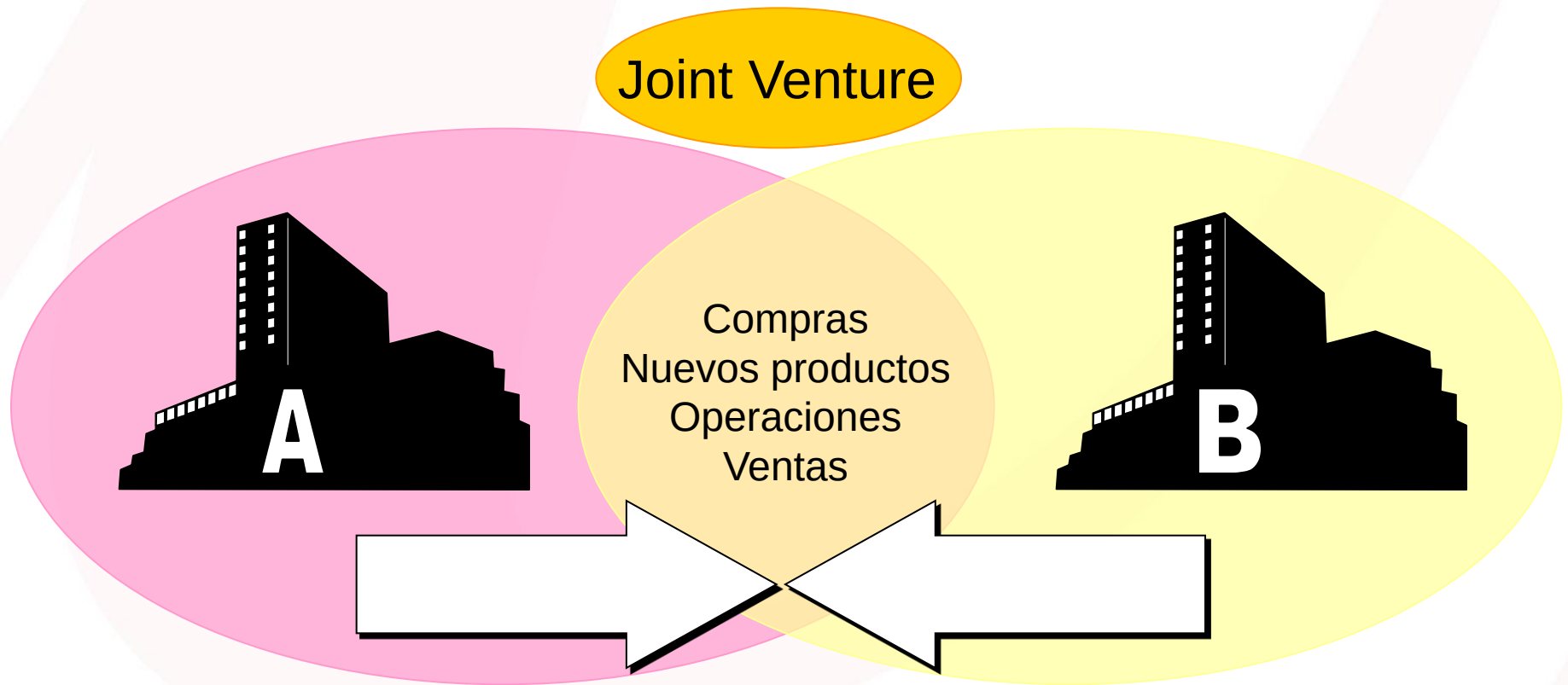
Apoyo en la







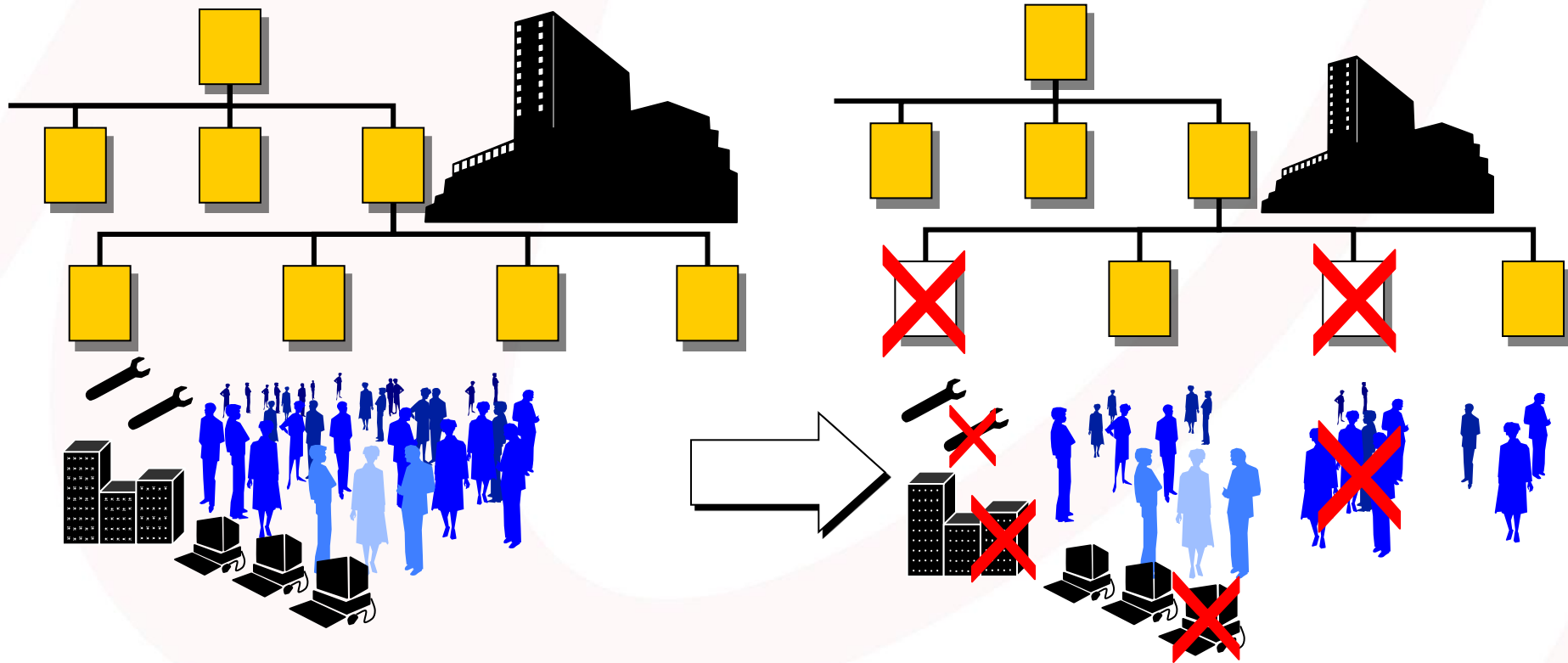
Riesgo compartido (Joint Venture)



Alfaomega Grupo Editor

Reducción (Downsizing)

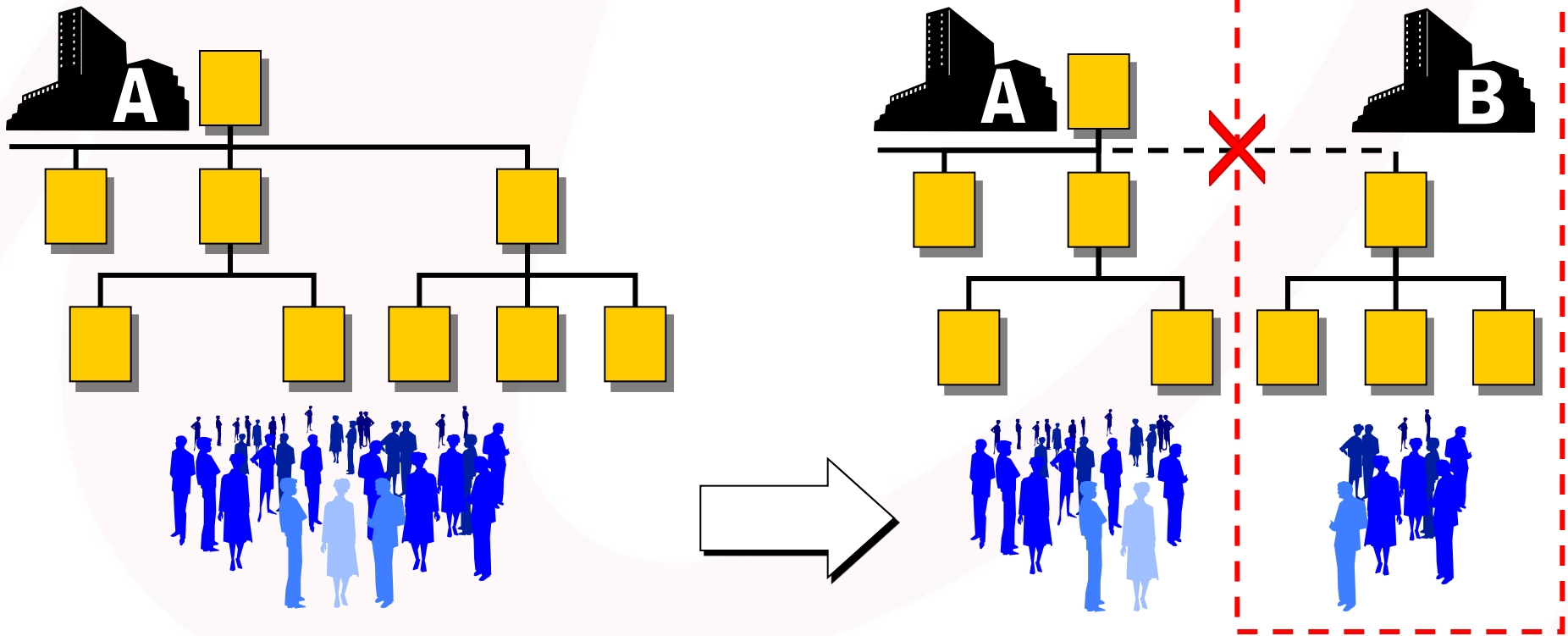
Apoyo en la

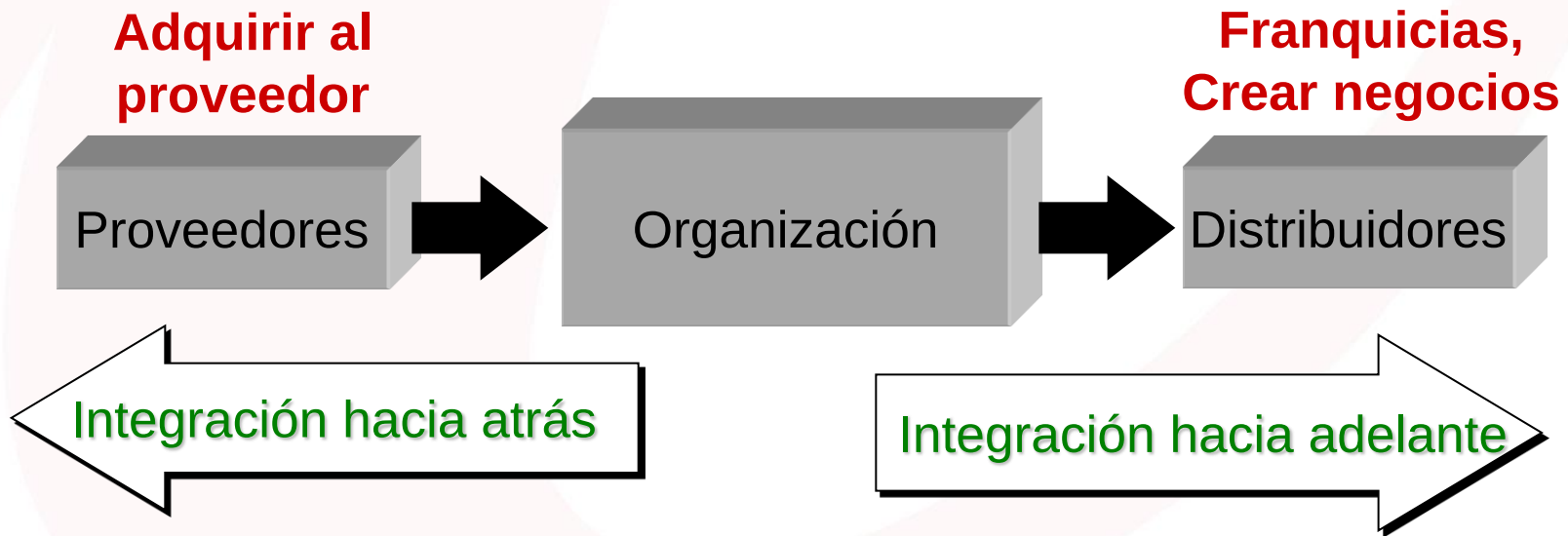


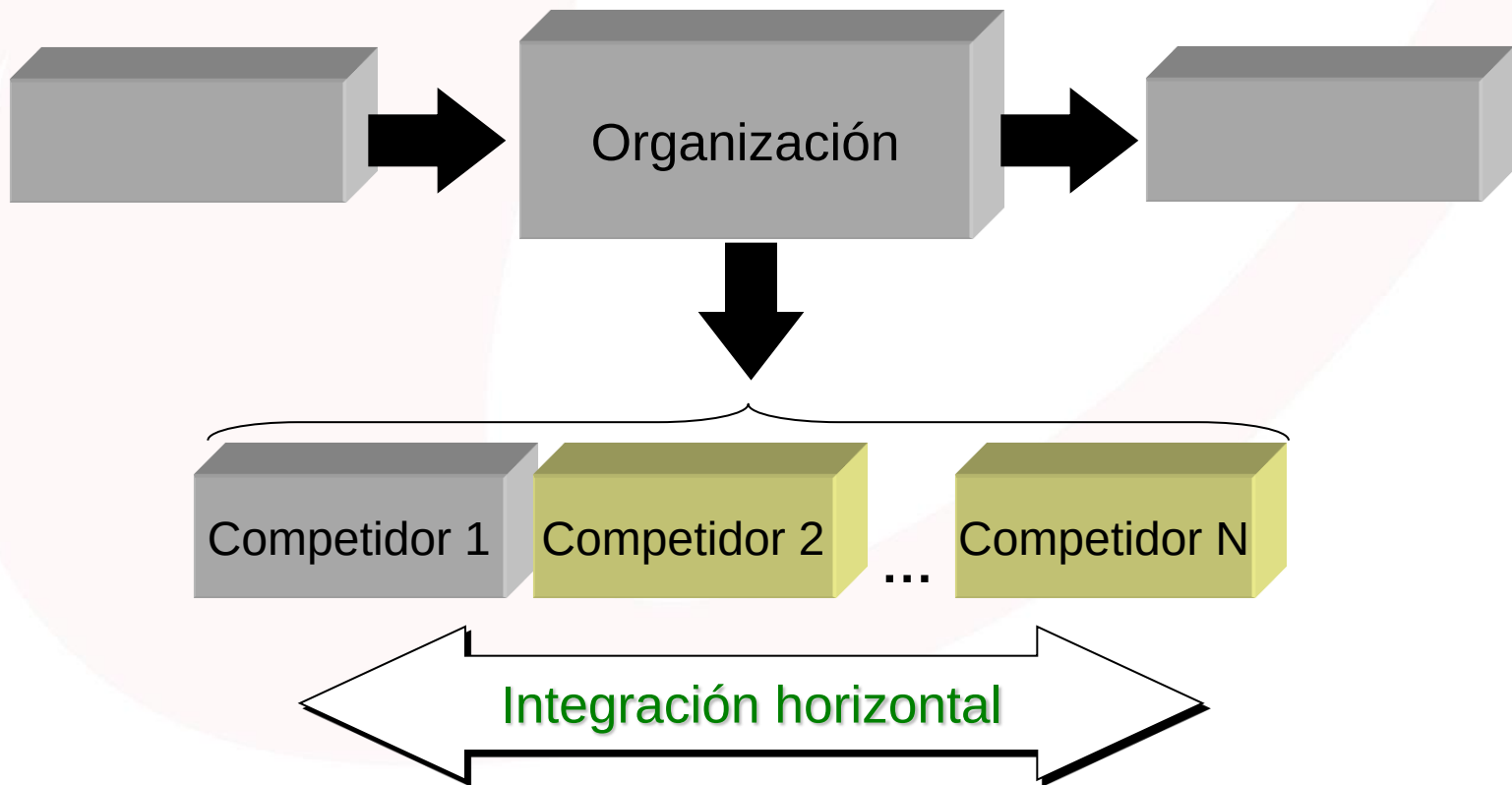
Alfaomega Grupo Editor

Desinversión

Apoyo en la







Alfaomega Grupo Editor

Estrategias de Diversificación

Apoyo en la



Horizontal



Nuevos productos o servicios NO relacionados (mismos clientes)

Conglomerado



Nuevos productos o servicios NO relacionados (clientes potenciales)

Concéntrica



Nuevos productos o servicios relacionados



Estrategias de crecimiento intensivo

Penetración



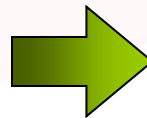
Mercadotecnia más agresiva de los productos ya existentes

Desarrollo de mercado



Nuevos mercados o segmentos no cubiertos

Desarrollo del producto



Nueva presentación o características



Estrategias de Reto de Mercado

● Ataque Frontal

- ❖ Consiste en atacar toda la mezcla de mercado (producto, precio, distribución, promoción) del líder. Por lo general, la realizan los competidores más fuertes.

● Ataque en los costado

- ❖ Consiste en enfocarse en los puntos débiles del líder, como el precio. Por lo general, la realizan los competidores más débiles.

● Derivación

- ❖ Consiste en enfocarse en áreas que no son abarcadas por el líder (generalmente, la realizan los competidores que tienen un producto o servicio muy especializado).



