



INSTITUTO DE  
ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA DEL ESTADO  
DE CHIAPAS, A.C.

2014

# ACT 6: RESUMEN FUERZAS Y DEBILIDADES INTERNAS



**PLANEACION ESTRATÉGICA**  
**DR. ANTONIO PÉREZ GÓMEZ**

LIC. BLANCA ISABEL SOTO BALLINAS  
TAPACHULA. CHIAPAS.

## **FUERZAS Y DEBILIDADES INTERNAS: VENTAJA COMPETITIVA**

Para poder analizar y diagnosticar a la organización es muy importante identificar claramente las fuerzas y debilidades de la misma, tratando de evitar todo tipo de subjetividad.

En marketing y dirección estratégica, la ventaja competitiva es una ventaja que una compañía tiene respecto a otras compañías competidoras. Puede considerarse que una empresa tiene ventajas competitivas si su rentabilidad está por encima de la rentabilidad media del sector industrial en el que se desempeña. Una ventaja competitiva debe ser: difícil de imitar; sostenible en el tiempo; netamente superior a la competencia; aplicable a situaciones variadas; íntimamente relacionada con el núcleo del negocio.

Los factores estratégicos que hay que considerar son los siguientes:

**1.- Factores de personal y relaciones laborales:** La ventaja estratégica es el resultado de las acciones del departamento de personal o recursos humanos, y la cooperación de los gerentes de línea. Dentro de los factores internos son aquellos que intrínsecamente influyen en la dependencia y retomando mi área laboral la Secretaría de Equidad de Género es dependiente del Ayuntamiento de Tapachula, por lo que hay un área externa a la dependencia encargada y el personal es canalizado de acuerdo a sus aptitudes. Las relaciones laborales se van forjando conforme a la convivencia.

**2.- Factores de producción y administración de operaciones.** Las claves de ventaja estratégica en esta función conocida como POM PRODUCTION/OPERATIONS MANAGEMENT. La producción sería el resultado de las acciones destinadas a servicios que tiene como clientes a las usuarias o beneficiarios.

**3.- Factores de finanzas y contabilidad.** El objetivo del análisis de estos factores es determinar si la organización en cuestión es más fuerte, financieramente, que sus competidores. También se deberán observar los valores estratégicos para la empresa: la función de asesoría de la contabilidad, así como las políticas de ésta y aquellas que regulan la valuación de los inventarios, y la respuesta que dan a la inflación y otros cambios externos. Con respecto a este punto al igual que en los factores correspondientes a recursos humanos dependemos del presupuesto asignado a cada área, en nuestro caso, el SEGEN

el presupuesto es bastante corto, debido a que fue creada en esta Administración y los programas pueden abarcar otras dependencias y para no hacer dualidad de actividades se tiene que ceder a otra dependencia. Así mismo somos una dependencia prestadora de servicios al por mayor de manera gratuita, no formamos parte de la ente recaudadora de ningún tipo de impuesto o bien.

#### **4.- Factores de mercadotecnia.**

#### **5.- Factores organizacionales.**

### **DIAGNÓSTICO INTERNO.**

Se deberá deducir el significado de los resultados obtenidos para poder continuar el proceso de la administración estratégica: en este punto se deberán conocer los factores que representan fortalezas para la empresa y poder aprovechar las ventajas que ya se han detectado en el análisis y diagnóstico interno; así como las debilidades que tiene la empresa, para evitar propuestas muy ambiciosas, o para fortalecer aquellas áreas que nos representan, tanto real como potencialmente, situaciones problemáticas.

Es bastante difícil crear un diagnóstico sin antes realizar un trabajo de campo en donde se delimite desde el área geográfica, económica y social.

Con respecto a esta lectura fue bastante entendible con conceptos que estamos manejando y llevando a la práctica en otras tareas como la creación de escenarios o la realización de las diversas matrices que permiten estudiar el panorama de una dependencia o institución para la mejora del mismo.

## BIBLIOGRAFÍA

***ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA***, capitulo 4: Fuerzas y debilidades internas. Ventaja competitiva.