



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

INSTITUTO DE ADMINISTRACION PUBLICA DEL ESTADO DE CHIAPAS A.C.

MAESTRIA EN ADMINISTRACION Y POLITICAS PUBLICAS

PLANEACION ESTRATEGICA

ALUMNO: LUIS GARCIA SOLIS

LECTURA DEL CAPITULO 4 DEL LIBRO
"ADMINISTRACION ESTRATEGICA"

ACTIVIDAD 6

FUERZAS Y DEBILIDADES INTERNAS (VENTAJA COMPETITIVA).

El análisis y diagnóstico del ambiente interno de la organización definidos como el proceso por el cual los estrategas examinan los factores organizacionales de las finanzas y contabilidad, mercadotecnia, producción y operaciones, de personal y relaciones laborales, así como los recursos corporativos para determinar en cuáles la organización tiene fuerzas o debilidades significativas para poder aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas. Los factores de personal y relaciones laborales es el resultado de las acciones del departamento de personal o recursos humanos, y la cooperación de los gerentes de línea. Los factores de producción y administración de operaciones para un análisis interno se considera los siguiente: menores costos de operación, capacidad para conocer las demandas del mercado, instalaciones efectivas, menores costo de materiales, adecuada disponibilidad de materiales, equipo y maquinaria, oficinas, localización estratégica de instalaciones y oficinas, control de inventarios, procedimientos de diseño y control de calidad, políticas de mantenimiento y efectiva integración vertical. Los factores de finanzas y contabilidad es determinar si la organización tiene la capacidad financieramente, que sus competidores, los factores a cuidar en materia de finanzas y contabilidad son; recursos financieros totales, menor costo de capital en relación a la competencia debido a una sana política de dividendos y precio de acciones, efectiva estructura de capital, relaciones amistosas con los accionistas, ventajosas condiciones tributarias, efectivos procedimientos de planeación financiera, efectivos sistemas contables para costear, presupuestar y planear utilidades, así como procedimientos de auditoría, políticas de valuación de inventarios. Los factores de mercadotecnia el estratega debe observar si la empresa es sustancial y estratégicamente mas fuerte en mercadotecnia que la competencia, los factores que se deben considerar al realizar el análisis son; grado de mercado que pertenece la organización, efectivo sistema de investigación de mercados, la mezcla de productos y/o servicios, línea de productos o servicios, liderazgo fuerte en un nuevo producto o servicio, franquicia y protección de patentes, lealtad del consumidor, efectivo empaque de los productos, estrategia efectiva de precios para productos y/o servicios, efectiva fuerza de ventas, publicidad efectiva, efectivas actividades de promoción, aparte de la publicidad, servicio efectivo después de la compra, canales de distribución y cobertura geográfica efectivos, incluyendo esfuerzos internacionales. Los factores organizacionales pueden aumentar la habilidad de la organización para lograr sus objetivos mediante la variación de las estrategias, corresponden a las consecuencias de las ventajas estratégicas de los demás factores

tales como; imagen prestigio de la organización, estructura y clima organizacionales, tamaño de la empresa en comparación con el mercado de oferentes, sistema de administración estratégica, registro de la empresa de los logros de sus objetivos, influencia con corporaciones reguladoras y gubernamentales, sistemas efectivos de apoyo, capacidad efectiva de investigación y desarrollo.

Las herramientas y técnicas para analizar internamente a la organización, es la auditoria administrativa, que es la revisión de la efectividad de los sistemas y procedimientos que se realizan en la organización, sus elementos son las finanzas y contabilidad, la mercadotecnia, la producción/operación, la investigación y el desarrollo y los recursos humanos, las fases de la auditoria la conforman; el diagnostico previo, el diagnostico profundo y el establecimiento del diagnostico.

Una vez examinados los factores y las herramientas a utilizar en el diagnostico se emplea el perfil de fuerzas y debilidades de la organización o perfil de ventaja competitiva donde se presentan de forma tabular de los factores internos, considerados pertinentes, los cuales son ponderados de acuerdo con la importancia que le asigna el estratega. El objeto de este perfil es auxiliar en el diagnostico del ambiente interno, mediante la observación de los factores que presente mas y mayores valores positivos, corresponden a la fortalezas y los valores más y mayores negativos representa las debilidades.

Finalmente se realiza el diagnostico interno donde se deberá reducir 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; así como las debilidades para evitar o fortalecer aquellas áreas que nos representan, tanto real como potencialmente, situaciones problemáticas. una vez obtenido los resultados generales se debe evaluar el diagnostico donde se identifique si la organización represente una alta o baja ventaja de competitividad.

En el área de obras públicas donde realizo mis labores, las fortalezas son el respaldo del conocimiento y experiencia del personal en el área técnica y administrativa, el recurso económico destinado por las dependencias gubernamentales, y las debilidades es la falta de planeación y administración de los recursos, la falta de comunicación y relación laboral con líderes que manejan a la sociedad para incurrir en acciones inadecuadas.