

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

ACTIVIDAD No: 4 ANALISIS Y DIAGNOSTICO DEL AMBIENTE EXTERNO

TEMA: ADMINISTRACION ESTRATEGICA

NOMBRE DEL ALUMNO: ARMANDO HERNANDEZ MOLINA

CATEDRATICO: DR. ANTONIO PEREZ GOMEZ

TAPACHULA, CHIAPAS; A 15 DE NOVIEMBRE DEL AÑO 2014.

RESUMEN DE ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL AMBIENTE EXTERNO

El ambiente externo son elementos necesarios para la operación de una organización, que están fuera de ella, y no pertenecen a su dominio o control, existen elementos que ejercen su acción sobre la organización en forma directa y otros en forma indirecta. Elementos o factores de acción directa: son aquellos que de forma directa e inmediata influyen en la organización, principalmente son: Proveedores, mano de obra, clientes, competencia, instituciones financieras, dependencias gubernamentales, los accionistas. Elementos o factores de acción indirecta: estos son aquellos cuyos efectos es retardado en notarse en la organización, los principales se tienen: La tecnología, la economía, valores socioculturales, variable político-legal, variables internacionales y geográficas. El estudio de estos elementos tanto de acción directa como indirecta, es la base de diseño organizacional.

FACTORES AMBIENTALES,

Factores que deben analizarse y diagnosticarse en el medio ambiente así como las principales herramientas utilizadas en el análisis del mismo tales como:

- 1.- aspectos económicos: el estado de la economía presente y futura afecta indefectiblemente las estrategias de las organizaciones, factores específicos son: el estado de la naturaleza económica, tendencia de los precios de bienes y servicios, política monetaria, tasas de interés, devaluaciones y revaluaciones, políticas fiscales, balanza de pagos.
- 2.- Aspectos gubernamentales políticos y legales: es un conjunto de disposiciones federales, estatales, y municipales que afectan positiva o negativamente a las organizaciones, en forma de oportunidades para algunos o amenazas para otros: a) se regulan las relaciones obrero-patronales, prestador-cliente; sobre la salud, la seguridad, precio, tenencia de la tierra, localización de empresas, etc. b) los gobiernos deben subsidiar empresas ayudándolas a sobrevivir, y prosperar. c) los gobiernos pueden proteger a los productores domésticos de los competidores extranjeros.
- 3.- aspectos de mercado y competencia: se debe investigar el medio ambiente para determinar cómo pueden, los factores de mercado y competencia pueden afectar el futuro de las organizaciones, los primeros factores que deben analizarse son los factores de demanda primaria. Cambios en la población, edad promedio de la población, distribución del ingreso de la población, ciclos de la vida del producto o del servicio, entrada y salida de competidores.

4.- Aspectos de proveeduría y de tecnologías, deben examinar los costos y la disponibilidad de los factores así como también los cambios de tecnologías que afectan estos factores de producción.

5.- aspectos geográficos: la mayoría de los atractivos turísticos utilizan la infraestructura en forma compartida.

6.- aspecto social y cultural: los valores culturales, la idiosincrasia, las costumbres, son factores que inciden en las organizaciones.

HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS PARA ANALIZAR EN MEDIO AMBIENTE Existen varios modelos que permiten realizar un mejor pronóstico del medio ambiente los más comunes son: opinión de expertos, extrapolación de tendencias, correlación de tendencias.

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO AMBIENTE (POAMA) Es la presentación tabular de los factores considerados pertinentes, los cuales son ponderados de acuerdo con la importancia que le asigna la estrategia. Esta ponderación es subjetiva, lo cual significa que es asignada según el grado de conocimiento y según la personalidad del estratega. El objeto de realizar este perfil es facilitar el diagnóstico del medio ambiente para que, mediante la observación del (los) factor (es) que presente (n) más y mayores valores positivos, se deduzcan situaciones de oportunidad en dicho (s) factor (es).

DIAGNOSTICO AMBIENTAL Deberá observarse el conjunto de las ponderaciones de la columna media del POAMA, resultando, el establecimiento estratégico de la situación del mercado.

EL ESTRATEGA Y EL DIAGNOSTICO AMBIENTAL Requiere que el estratega decida a partir de los datos conocidos y de otros desconocidos, y evaluar algunos como importantes y otros no tanto, este es el núcleo del diagnóstico.

En esta lectura se trató de utilizar todos los aspectos ambientales que conllevan a la realización de un buen diagnóstico y poder utilizar las oportunidades y las amenazas a nuestro favor para poder tener un buen escenario de estrategia.

Esto se puede utilizar en nuestras dependencias ya que con los aspectos que se estudien bien y aplicándolos correctamente se pueden realizar con éxito las propuestas que se generen y con las críticas de las personas podemos reutilizar esa información para poder llegar a la solución de algún problema que se presente.