



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

**Maestría en
Administración y Políticas Públicas**

**Módulo:
Planeación Estratégica.**

**Docente:
Dr. Antonio Pérez Gómez**

**Actividad número 4:
Opinión respecto a la lectura
y su aplicación a su área laboral**

**Alumno:
Bernardo David Pérez Vázquez.**

Tapachula de Córdova y Ordoñez, Chiapas; 15 de noviembre de 2014.

Análisis y diagnóstico del ambiente externo.

Oportunidades y amenazas externas.

La identificación de las amenazas y oportunidades que el medio ambiente ofrece a la organización, y más concretamente, a las metas y objetivos de la misma. El ambiente externo, o conjunto de elementos necesarios para la operación de una organización, pero que afecta fuera de ella, y no pertenece a su dominio o control. En el ambiente externo existen elementos que ejercen su acción sobre la organización en forma directa y otros en forma indirecta, pero ambos tipos de elementos configuran la estrategia de la organización.

Elementos o factores de acción directa son: proveedores, mano de obra, clientes, competencia, instituciones financieras, dependencias gubernamentales, los accionistas. Elementos o factores de acción indirecta, aquellos factores cuyo efecto es retardado en notarse en la organización, los principales la tecnología, la economía, valores socioculturales, variables político-legales, variables internacionales y geográficas.

El estudio de estos elementos, tanto de acción directa como indirecta, así como la adaptabilidad de la organización a su medio ambiente, es la base de su diseño organizacional. El análisis del medio ambiente es el proceso por el cual los estrategas captan los aspectos económicos, gubernamentales y legales, de mercado y de competencia, de proveedores y de tecnología, geográficos y sociales para determinar las áreas de oportunidades y de amenazas que dichos factores le significan a las metas de sus organizaciones.

El diagnóstico ambiental consiste en el conjunto de conclusiones emanadas del análisis del medio ambiente. Estas conclusiones tienen dos vertientes la determinación de la tendencia del mercado y la determinación de las áreas de oportunidad o de amenaza.

Factores ambientales para analizar su oportunidad y amenaza para la organización, el primero, aspectos económicos, sus factores específicos son: el estado de la naturaleza económica, las tendencias en los precios de bienes y servicios, la política monetaria, tasas de interés, devaluaciones y revaluaciones, las políticas fiscales, la balanza de pagos; aspectos gubernamentales, políticos y legales: se regulan las relaciones obrero-patronales, prestador-cliente, sobre la salud, la seguridad, precios, tenencia de la tierra, localización de empresas; los gobiernos pueden subsidiar empresas, ayudándolas a sobrevivir y a prosperar; los gobiernos pueden proteger a los productores domésticos de los competidores extranjeros; aspectos de mercado y de competencia como: cambios en la población, edad promedio de la población,

distribución del ingreso de la población, ciclo de vida del producto o del servicio, entrada y salida de competidores; Aspectos de proveeduría y tecnología; aspectos geográficos; aspectos sociales y culturales.

Herramientas y técnicas para analizar el medio ambiente, la opinión de los expertos, la extrapolación de tendencias, la correlación de tendencias, la creación de escenarios múltiples. El perfil de oportunidades y amenazas del medio ambiente, es la presentación tabular de los factores considerados pertinentes, ponderados de acuerdo con la importancia que le asigna el estratega, es subjetiva.

Diagnóstico ambiental se observará el conjunto de ponderaciones de la columna media del POAMA, para el posterior enfrentamiento de este diagnóstico externo con el diagnóstico interno, para determinar la estrategia corporativa y de esta seleccionar las estrategias específicas o por áreas. Debe responder a tres preguntas: ¿El mercado es crecientemente rápido o no?, ¿presenta más oportunidades que amenazas?, ¿Cuáles son las oportunidades, y cuáles, las amenazas?

Mi conclusión es muy importante el análisis y diagnóstico del ambiente externo, tomando en consideración todos los factores que de manera indirecta o directa intervienen de manera no controlada en la organización, determinando con herramientas y técnicas las oportunidades y amenazas, utilizando ponderaciones subjetivas para determinar perfiles de mercados y principalmente de consumidores. Considero que se tiene que realizar el análisis y diagnóstico de manera periódica ya que el ambiente cambia tan rápidamente, además poder determinar los factores que son amenazas para la organización y los factores que son oportunidades para la organización.