****

**Instituto de Administración Pública del Estado de Chiapas.**

**Maestría en Administración y Políticas Públicas.**

**Materia: Planeación Estratégica.**

**Docente: Dr. Antonio Pérez Gómez**

**Actividad 6**

**Reporte de lectura: Fuerzas y Debilidades Internas (Ventaja Competitiva).**

**Dorian Alessandro Scott Vázquez.**

**Tapachula, Chiapas. 19 de noviembre.**

**Fuerzas y debilidades internas (Ventaja Competitiva).**

**Análisis y diagnóstico del ambiente interno.**

Después de haber analizado el ambiente externo, es evidente el impacto que el entorno tiene en las empresas u organizaciones, principalmente para la identificación de la situación de la empresa para poder descubrir de manera real, ventajas y desventajas, y así descubrir nuevas oportunidades.

Por ello y con relación al capítulo de estudio, se determina que estos elementos permean en la llamada “Ventaja Competitiva”.

Con base a esto, el análisis y el diagnóstico de la ventaja estratégica o competitiva sobre los procesos de estudio de los factores organizacionales, de las finanzas y la contabilidad, mercadotecnia, producción y operaciones de personal y relaciones laborales.

**Factores Estratégicos**

Estos factores en su análisis, darán las herramientas para medir las fuerzas y debilidades y poder aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas según los factores estratégicos.

**Factor de personal y relaciones laborales.**

Este factor está determinado por la fuerza de trabajo, la cual, está basada por la calidad y cualidad del personal, su potencial productivo y su lealtad.

**Factor de Producción y Administración de operaciones.**

Dentro de este análisis se determina una función denominada POM (Production/Operations Management) y tiene que ver con las posibilidades de producir más a menor costo, esto en comparación con la competencia; el alcance del mercado y la satisfacción completa de la demanda.

***Si se obtienen resultados favorables sobre estas determinantes, se podría presumir de una ventaja estratégica.***

Héctor delgado Castillo, autor del libro Administración Estratégica, un enfoque metodológico, en el capítulo 4 de este reporte de lectura, presenta factores POM que se pueden considerar.

**\*Factores de Finanza y Contabilidad.** Aquí se busca determinar la fortaleza financiera de la organización en relación a sus competidores, mediante el análisis de los recursos financieros totales; Menor costo de capital con relación a la competencia; capital efectivo y flexibilidad en gestión externa de otros recursos; relaciones amistosas con los accionistas, orden tributario a favor, planeación y presupuesto, contabilidad efectiva y políticas acertadas de inventarios.

**\*Factores de Mercadotecnia.** El valor competitivo de la organización en el mercado y su posicionamiento debe ser fundamental para alcanzar las metas, por ello el análisis de este factor debe tener como objetivos: A) Ubicación del Mercado o posicionamiento. B) Efectivo sistema de investigación. C) Análisis de la calidad de por opinión del consumidor. D) Línea de productos. E) Liderazgo. F) Franquicias y patentes. G) Lealtad del consumidor. H) Imagen de empaques efectiva. I) Precios y servicios. J) Fuerza de Ventas. K) Publicidad efectiva. L) Promoción. M) Seguimiento después de la compra. N) Distribución.

**\*Factores Organizacionales.** Esto es determinante para medir la habilidad de la organización en la búsqueda de la consecución de sus metas y objetivos de acuerdo a la variación de estrategias. De aquí, parte la confiabilidad y prestigio de la empresa y su correcto funcionamiento.

Por último, es necesaria la aplicación de herramientas y técnicas adecuadas para lograr un análisis real, para ello plantean en un esquema básico, una auditoría administrativa para revisar la efectividad de los sistemas y procedimientos de la organización.

Asimismo se deben establecer diagnósticos previos, diagnóstico profundo y por último un establecimiento del diagnóstico.

Las encuestas y datos de primera mano son esenciales para el análisis interno de las organizaciones.

En mi área laboral, Comunicación Social, es fundamental medir el posicionamiento de cada una de las áreas del ayuntamiento, para ello se han diseñado esquemas de planificación de manejo de medios y con base a un análisis interno se puede potencializar una estrategia de desarrollo integral.

**Bibliografía.**

**Héctor Delgado Castillo, Administración Estratégica. Un enfoque metodológico. Capítulo 4.**