

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS

VELAZQUEZ VELASCO NADIA PAOLA

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

RESUMEN DEL CAPITULO 4: “ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL AMBIENTE INTERNO”

TAPACHULA CHIAPAS 18 DE NOVIEMBRE DE 2014

FUERZAS Y DEBILIDADES INTERNAS (VENTAJA COMPETITIVA)

El análisis y diagnóstico de la organización es el proceso por el cual los estrategas examinan los factores organizacionales de finanzas y contabilidad, mercadotecnia, producción y operaciones, de personal y relaciones laborales, así como los recursos corporativos para identificar en cuales la organización tiene fuerzas o debilidades significativas para poder aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas.

Los factores estratégicos que la organización debe analizar y diagnosticar para conocer sus fuerzas y debilidades internas son:

1.- Factores de personal y relaciones laborales: el objetivo es saber si se cuenta con empleados de alta calidad, equilibrio entre la experiencia funcional y la capacitación adecuada para un nuevo puesto, relaciones efectivas de los sindicatos, efectivas políticas de personal y menores costos de mano de obra.

2.- Factores de producción y administración de operaciones: se debe considerar los costos totales de operación deben ser menor que la competencia, conocer la demanda del mercado, instalaciones efectivas, costos menores y disponibilidad de materiales y componentes, equipo y maquinaria efectivos, oficinas efectivas, localización estratégica de instalaciones y oficinas, sistemas de control de inventario, procedimientos de diseño y control de calidad, efectivas políticas de mantenimiento tanto preventivo como correctivo y efectiva integración vertical.

3.- Factores de finanzas y contabilidad: se debe cuidar en este factor son los recursos financieros totales, menor costo de capital en relación a la competencia, efectiva estructura de capital, relaciones amistosas con los accionistas, ventajosas condiciones tributarias, efectivos procedimientos de planeación financiera, efectivos sistemas para costear, presupuestar y planear utilidades y políticas de valuación de inventarios.

4.- Factores de mercadotecnia: en este factor se analiza el grado de mercado que pertenece a la organización, efectivo sistema de investigación de mercado, mezcla de productos y servicios, línea de productos o servicios, franquicias y protección de patentes, lealtad del consumidor, empaque de los productos, estrategia de precios, fuerza de ventas y actividades de promoción.

5.- Factores organizacionales: considera la imagen y prestigio de la organización, estructura y clima organizacional, tamaño de la empresa en comparación con el mercado de oferentes, sistema de administración estratégica, registro de la empresa de los logros de objetivos, influencia con corporaciones reguladoras y gubernamentales, sistemas efectivos de apoyo, capacidad de investigación y desarrollo y los sistemas de información, cómputo y comunicación.

Las herramientas y técnicas para analizar los factores internos de la organización es principalmente la auditoría administrativa que es la revisión de la efectividad de los sistemas y procedimientos que se realizan en la organización. La auditoría administrativa tiene tres fases: 1) diagnóstico previo: se establece la historia de la organización y se priorizan aspectos; 2) diagnóstico profundo: se realizan estudios directos a las áreas que el diagnóstico previo estableció como prioritarios; y 3) establecimiento de diagnóstico: es el diagnóstico presentado en el perfil de ventaja competitiva.

El perfil de ventaja competitiva es la presentación tabular de los factores internos, considerados pertinentes, éstos son ponderados de acuerdo a la importancia que le asigna el estratega. El objeto de este perfil es auxiliar en el diagnóstico del ambiente interno, para que, mediante la observación de los factores que presenten más y mayores valores positivos, se deduzcan las fuerzas de la organización, es decir, la ventaja competitiva, y los factores que presentes más y mayores valores negativos, será el factor que le represente su debilidad.

En resumen podemos decir que el análisis y diagnóstico interno nos sirve para darnos cuenta en cómo estamos posicionados en el mercado a razón de la competencia, cual es nuestra ventaja competitiva y la debilidad para en base a ello diseñar estrategias que nos permitan aprovechar al máximo la fortaleza de la organización así como contrarrestar sus debilidades y ello se obtiene analizando los factores de recursos humanos, de producción, financieros, mercadotecnia y administración de la organización; su efectividad va a depender de la experiencia y conocimientos del estratega

Haciendo un análisis del ámbito laboral podemos decir que como ventaja competitiva tenemos que somos un grupo interdisciplinario con experiencia en integración de manuales administrativos y con las herramientas necesarias para el desempeño de las actividades y como desventaja competitiva tenemos los costos de transporte para el traslado a las diferentes dependencias para el levantamiento de la información ya que la ubicación de las instalaciones de la oficina quedamos entre quince y veinte kilómetros de distancia lo que incrementa los gastos, así como el no contar con un reglamento interior y la falta de programas de capacitación para estar al día en la integración de la información.

BIBLIOGRAFIA

Administración Estratégica

Delgado Castillo Héctor

 Editorial Trillas, México 2011