**INSTITUTO DE ADMINISTRACION PÚBLICA DEL ESTADO DE CHIAPAS A.C.**

**PROGRAMA**

MAESTRIA EN ADMINITRACION Y POLÍTICAS PÚBLICAS

**TEMA**

ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL AMBIENTE EXTERNO

**DOCENTE**

DR. ANTONIO PÉREZ GÓMEZ

**ALUMNO (A)**

LIC. KARINA GONZÁLEZ SOTOMAYOR

**FECHA DE ENTREGA**

12 DE NOVIEMBRE DE 2014

**Actividad 4**

La lectura hace referencia al ambiente externo de cualquier empresa, el cual es necesario para la operación de una organización, el cual esta fuera y no pertenece a ella, como los factores de acción directa que son necesarios para su funcionamiento entre ellos podemos encontrar a los proveedores, los clientes, la mano de obra, los accionistas, la competencia, instituciones financieras y las dependencias gubernamentales. Todas estas forman un todo es decir que debemos de tener un personal capacitado, que se relacione firmemente con los clientes para que incrementen asi como para que podamos formar una competencia sana contra otras empresas.

Los elementos o factores de acción indirecta son aquellos que de cuy efecto es retardado en notarse en la organización. En ocasiones no se notan al momento pero tarde o temprano incidirán en el logro de los objetivos, tanto de ayuda como de obstáculo. Estos son: la tecnología, la economía, valores socioculturales, variables político-legales, variables internacionales y geográficas. La razón de estos puntos que la necesidad que surge de tener información para poder establecer la estrategia.

Podemos observar en la lectura que existen varias razones para establecer el análisis y diagnostico del medio ambiente, ya que como sabemos cambia tan rápidamente.

El perfil de oportunidades y amenazas del medio ambiente, es la presentación tabular de los factores considerados pertinentes, los cuales son ponderados de acuerdo con la importancia que le asigna la estrategia.

El diagnostico ambiental es un proceso que se realiza para mejorar la imagen medioambiental de una empresa ante los clientes y la sociedad.

OPINION

El análisis externo consiste en la identificación y evaluación de acontecimientos, cambios y tendencias que suceden en el entorno de una empresa y que están más allá de su control. Tiene como objetivo detectar oportunidades que podrían beneficiar a la empresa, y amenazas que podrían perjudicarla, y así formular estrategias que le permitan aprovechar las oportunidades, y estrategias que le permitan eludir las amenazas o, en todo caso, reducir sus efectos. Este se suele realizar junto con el análisis interno al momento de realizar la planeación estratégica de una empresa; sin embargo, debido a los constantes cambios a los que hoy en día nos vemos expuestos, para que una empresa se mantenga competitiva, debería realizar esta tarea permanentemente.

Podemos decir que ninguna organización está sola en el mundo, el entorno es dinámico y cambiante, toda modificación en la organización puede alterar estos factores del medio al igual que toda variación en esos factores puede transformar la organización. La organización debe conocer su entorno para tener éxito. Para tal efecto debe obtener información acerca del contexto de los negocios, buscar las posibles amenazas y oportunidades y encontrar la manera de evitar o enfrentar esas situaciones

La oportunidad podemos entenderla como una situación que a organización podría aprovechar si tuviera las condiciones para hacerlo o si tuviera intención de llevarlo a cabo. De no llevarlo a cabo podría convertirse en una amenaza. El directivo debe identificar las oportunidades que surgen. Lo ideal es formar una estrategia de oportunidades. El éxito de una organización, es conquistar casa oportunidad del entorno antes que sus competidores.

Por consiguiente la amenaza es la condición del entorno que pueden perjudicar a la organización cuando realiza su intención estratégica. Esta tiene 3 orígenes primero. Una modificación en el entorno externo que la organización no percibe. Segundo, la estructura de poder de las fuerzas de competencia en el sector. Tercero la actividad de la competencia que altera el equilibrio del poder del mercado.

El diagnostico interno debe empezar por la parte más simple, concreta y visible de la organización: sus recursos. Para diseñar sus procesos y actividades toda organización necesita capital humano, financiero, materiales, así como las máquinas, tecnología, energía entre otros. El capital, el equipamiento, las capacidades individuales, la capacitación, la arquitectura organizacional, son parte de esos recursos.

Las fortalezas son aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase. Las debilidades se refieren por el contrario a todos aquellos recursos habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización.

Es por ello que el diagnostico estratégico interno, permite el autoconocimiento y localización de las principales áreas de potencialidad.

**Bibliografía**

* <http://gestiondeempresas.org/analisis-interno-externo-empresa/>
* Capitulo 3 análisis y diagnostico pág. 76 – 101. Material didáctico entregado por el IAP