

**Maestría en Administración y Política Pública**

***Planeación Estratégica***

Alumno**: L.A.P. Jorge Alan Garcidueñas Villa**

Tutor: **Dr. Antonio Pérez Gómez**

Actividad: **5 Lectura “Administración Estratégica”**

Fecha: **21 de Abril de 2015 1º Cuatrimestre**

**Fuerzas y Debilidades Internas**

**Factores estratégicos**

En el capítulo anterior se establecieron los principales factores, tanto de acción directa como de acción indirecta, que el medio ambiente presenta a la organización, ya sea como amenaza o como oportunidad.

Ahora se procederá a examinar los factores estratégicos en el seno de la misma organización y que la administración deberá analizar y diagnosticar para determinar las fuerzas y debilidades internas con las cuales pueda encarar oportunidades y amenazas del medio ambiente.

Para poder analizar y diagnosticar a la organización es muy importante identificar claramente las fuerzas y debilidades de la misma, tratando de evitar todo tipo de subjetividad, para esto, será necesario contar con la información lo más fidedigna que se pueda, si no se tiene, ya se descubre, de entrada, una gran debilidad.

En la discusión de los factores no se considerarán, en este capítulo, las herramientas y materiales presentados en las diferentes disciplinas, tales como Administración de Operaciones, Administración Mercadotécnica, de Producción, de Personal, de Finanzas, etc. Éstos se presentarán en apartados posteriores. en el presente se indicará la lista de los factores generalmente más críticos, así como de ilustraciones concisas de posibles ventajas y desventajas estratégicas.

Los factores estratégicos a considerar:

• Factores de Personal y Relaciones Laborales.

• Factores de Producción y Administración de Operaciones.

**Factores de personal y relaciones laborales**

La ventaja estratégica del personal es el resultado de las acciones del departamento de personal o recursos humanos, y la cooperación de los gerentes de línea.

Algunas organizaciones llaman la atención precisamente por su alta calidad, alta productividad y por la lealtad de sus empleados en todos sus niveles.

Otras organizaciones están en desventaja estratégica porque su personal está agremiado a sindicatos con dificultades, o bien, con sindicatos sin problemas, pero por el simple hecho de tener una organización de este tipo, puede perder flexibilidad debido a los altos costos de mano de obra.

**Factores de producción y administración de operaciones**

Las claves de ventaja estratégica en esta función son:

¿Podemos producir a un costo menor que nuestros competidores?

¿Tenemos la capacidad de manejar los negocios en tiempos y lugares en donde la competencia no puede?

¿Tenemos la habilidad de surtir productos cuando nuestros competidores no pueden conseguir el material que nosotros sí pudimos obtener?

Si se responde afirmativamente a las tres preguntas, se tiene una ventaja competitiva estratégica en los factores POM sobre la competencia.

A nivel país, Japón es la nación que puede decir que tiene ventaja estratégica en sus factores de producción y administración de operaciones sobre sus competidores, incluyendo a Estados Unidos.

lista de factores POM a considerar en el análisis

* Menores costos totales de operación en relación con la competencia.
* Efectivos procedimientos de diseño y control de calidad.
* Efectivas políticas de mantenimiento, tanto preventivo como correctivo.
* Factores de finanzas y contabilidad

El objetivo del análisis de estos factores es determinar si la organización en cuestión es más fuerte, financieramente, que sus competidores.

También se deberán observar los valores estratégicos para la empresa: la función de asesoría de la contabilidad, así como Las políticas de ésta y aquellas que regulan la valuación de los inventarios, y la respuesta que dan a la inflación y otros cambios externos.

En resumen, una empresa en un tiempo determinado puede ser fuerte en términos financieros, que le permita soportar el cambio estratégico.

Principales factores que se deben cuidar especialmente, en materia de finanzas y contabilidad:

* Menor costo de capital en relación con la competencia debido a una sana política de
* dividendos y precio de acciones.
* Efectiva estructura de capital, que sea lo suficiente flexible en la consecución de capital
* adicional necesario: saludable apalancamiento.
* Efectivos procedimientos de planeación financiera, así como presupuestos de capital de trabajo.
* Efectivos sistemas contables para costear, presupuestar y planear utilidades, así como procedimientos de auditoría.
* Políticas de valuación de inventarios.

**Factores de mercadotecnia**

En este inciso, el estratega debe observar si la empresa es sustancial y estratégicamente más fuerte en mercadotecnia que la competencia.

Algunas empresas son fuertes en el mercado, y esto les da una ventaja estratégica en el lanzamiento de nuevos productos o servicios, así como en la defensa e incremento de su actual porción de mercado.

Factores que deberán considerarse al realizar el análisis de mercadotecnia organizacional:

* Grado de mercado que pertenece a la organización: qué tan extensa es el área en que la empresa es fuerte, dentro del mercado total o sobre los submercados clave.
* Efectivo sistema de investigación de mercados.
* La mezcla de productos y/o servicios: calidad de los productos y de los servicios. La calidad es un rango del producto y las condiciones de venta realizado por el consumidor.
* Algunas organizaciones tienen productos o servicios de diferentes niveles de calidad, y así satisfacen a más sectores del mercado. Otras empresas se concentran en categorías únicas.
* Línea de productos o servicios: algunas empresas disponen de muchos productos o servicios; otras, de muy pocos o muy especializados.
* Liderazgo fuerte en un nuevo producto o servicio.
* Algunas agencias de viajes ofrecen transporte, no como mediadores sino como propietarios.
* Franquicias Y protección de patentes.
* Lealtad del consumidor: sentimientos positivos hacia la empresa Y sus productos y servicios de parte del último consumidor.
* Efectivo empaque de los productos.
* Estrategia efectiva de precios para productos y/o servicios.
* Efectiva fuerza de ventas: unión estrecha con los consumidores clave.
* Qué tan vulnerable es la empresa en términos de concentración de las ventas en pocos clientes.
* Publicidad efectiva: hasta qué punto la organización ha establecido una marca que desarrolle la lealtad de los consumidores.
* Efectivas actividades de promoción, aparte de la publicidad.
* Servicio efectivo después de la compra.
* Canales de distribución y cobertura geográfica efectivos, incluyendo esfuerzos internacionales.

**Factores organizacionales**

Estos factores pueden aumentar la habilidad de la organización para lograr sus objetivos, mediante la variación de las estrategias; estos factores corresponden a las consecuencias de las ventajas estratégicas de los demás factores.

* Imagen y prestigio de la organización.
* Estructura y clima organizacionales efectivos.
* Tamaño de la empresa en comparación al mercado de oferentes.
* Registro de la empresa de los logros de sus objetivos: ¿Qué tan consistente ha sido? En comparación con los competidores, ¿se han logrado mejor?
* Influencia con corporaciones reguladoras y gubernamentales.
* Sistemas efectivos de información y cómputo, así como de comunicación.

Definitivamente la planeación estratégica para el INEA, representa una ventaja estratégica en su accionar, que permitirá tomar las mejores decisiones y tácticas, que lo ayudaran a mejorar sus resultados y a acabar con el rezago educativo en el estado.