**CAPITULO 4: FUERZAS Y DEBILIDADES INTERNAS. (VENTAJAS COMPETITIVAS)**

Se define como el proceso por el cual los estrategas examinan los factores organizacionales de las finanzas y contabilidad, mercadotecnia, producción y operaciones, de personal y relaciones laborales, así como los recursos para determinar en cuál (es) la organización tienen fuerzas o debilidades significativas para poder aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas, ambas en forma efectiva, que el medio ambiente presenta a dicha organización.

Es muy importante considerar nuestras debilidades, pues la competencia puede aprovecharlas en nuestra contra. Nosotros debemos conocerlas para tratar de remediarlas.

Para poder analizar y diagnosticar a la organización es muy importante identificar claramente las fuerzas y debilidades de la misma, los factores estratégicos a considerar son los siguientes:

1 Factores personales y relaciones laborales. La ventaja estratégica del personal es el resultado del trabajo del área de recursos humanos y de los gerentes. La desventaja es cuando su personal agremiado a sindicatos con dificultades, pues pierde flexibilidad debido a los altos costos de la mano de obra. ( Se analiza al personal administrativo, destreza y moral de los empleados, costos y relación de personal, eficientes y efectivas políticas para el personal, etc.)

2.- Factores de producción y administración de operaciones. Los factores en esta área, son si podemos producir a un menor costo que nuestros competidores, si nuestros canales de distribución son mayores que los de la competencia y nuestros tiempos de obtención de materia prima son mejores que los de la competencia. ( Costo y disponibilidad de materiales, sistema de control de inventarios, eficiencia y costo/beneficio de equipos, patentes, marcas registradas y protecciones legales similares, localización de las instalaciones, etc. )

3.- Factores de finanzas y contabilidad. Si la organización en cuestión es más fuerte, financieramente, que nuestros competidores. Así como asesoría en contabilidad, política de la misma, regulación de inventarios. (Habilidad para conseguir fondos a corto plazo, a largo plazo, deuda, capital, costos de capital, consideraciones fiscales, costo y barrera de entrada, capital de trabajo, tamaño financiero, presencia de prácticas de planeación financiera, etc. )

4.- Factores de mercadotecnia. Algunas empresas son fuertes en el mercado, esto les da una ventaja competitiva, en el lanzamiento de nuevos productos o servicios, así como en la defensa e incremento de su actual porción del mercado. ( productos y/o servicios de la empresa, segmentación de mercados y submercados, efectiva organización de ventas; conocimiento de las necesidades del consumidor, estrategia de precios, servicios y seguimiento posterior a la venta, lealtad a la marca, estrategia de precios, etc.)

5.- Factores organizacionales. Estos factores aumentan la habilidad de la organización para lograr sus objetivos, mediante la variación de las estrategias. Algunos son la imagen y prestigio de la organización, su tamaño comparado con el de los competidores, capacidad efectiva de investigación y desarrollo, sistemas efectivos de información y computo. ( Estructura organizacional, imagen y prestigio de la organización, registros de la organización sobre el logro de objetivos, clima organizacional, uso de procedimientos sistemáticos y técnicas para la toma de decisiones, destrezas, capacidad de interés de los altos ejecutivos. Etc. )

Una de las principales herramientas para analizar internamente a la organización es la auditoria administrativa, en la cual se hace una revisión de la efectividad de los sistemas y procedimientos que se realizan en la organización. Este es un sistema cuyos elementos son las finanzas y la contabilidad, mercadotecnia, producción /operación, investigación y el desarrollo y los recursos humanos. Se lleva a cabo en las siguientes fases:

1.- Diagnóstico previo. Se conoce de la historia de la organización y se priorizan aspectos.

2.- Diagnostico profundo. Realizan estudios directos a las áreas que el diagnóstico previo determino.

3.- Establecimiento del diagnóstico, es el perfil de la ventaja competitiva.

Este análisis interno de nuestra empresa, que es estudiar la Fortaleza y las debilidades, es muy importante ponerlo en práctica, creo que si cada empresa antes de abrir, o incluso las ya existentes lo aplican, podríamos crear estrategias mejor dirigidas para objetivos específicos, a veces nos olvidamos de la parte externa de nuestra organización, y solo planeamos internamente, pero es importante analizar todo, pues como mencionan en la lectura, nuestra competencia puede que si lo esté haciendo y tomar ventaja sobre nuestras debilidades.