|  |
| --- |
|  |
| ELABORACIÓN DE UN ESCENARIO |
|  |
| Análisis y Diagnóstico del Ambiente Externo |

**MATERIA. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

22 DE ABRIL DE 2015

Autor: Fanny Domínguez Aguilar

ELABORACIÓN DE UN ESCENARIO

Análisis y Diagnóstico del Ambiente Externo

Con los términos de oportunidad y amenazas se hace referencia a aquellas condiciones favorables o desfavorables para la empresa que derivan de los cambios que se dan en el medio ambiente; entre tales cambios se incluyen tanto las nuevas situaciones que de alguna manera ya están presentes, como los hechos que al futuro pueden verificarse.

1. Explorar el medio ambiente para definir los cambio más significativos que se han dado en los últimos tiempos y los que se pudieran anticipar para el futuro;

2. Indicar qué probabilidad o grado de certeza se atribuye a la ocurrencia de cada uno de esos cambios;

3. Establecer qué oportunidades y qué amenazas se abren para el Corporativo si llegan a materializarse dichos cambio; y,

4. Finalmente, valorar el nivel de impacto que se tendría.

Los escenarios son exploraciones del futuro con base a diferentes hipótesis: surge la necesidad de hacerlos con base a oportunidades, amenazas y cuestionamientos estratégicos, constituyen opciones estratégicas, para analizar el ambiente externo se sugiere pensar en las siguientes macro variables:



 **ASPECTOS ECONÓMICOS**

 **ASPECTOS GUBERNAMENTALES, POLITICOS Y LEGALES**

 **ASPECTOS DE PROVEEDURÍA Y DE TECNOLOGÍA**

 **ASPECTOS GEOGRAFICOS**

 **ASPECTOS SOCIALES Y CULTURALES**

 **FACTORES DE MERCADO Y COMPETENCIA**

**EMPRESA**

Tomando como ejemplo el Corporativo donde laboro considero que en el **ASPECTO ECONOMICO**

Oportunidad. La política fiscal la cual afecta el pago de diferentes impuestos a las personas físicas y las personas morales, incita a la creación de nuevas empresas, personas morales, y estas se ven mayormente beneficiadas al contar con una estructura establecida, de ahí la inversión.

Amenaza. En este mismo sentido al no confiar en la imagen de persona física, el trabajo en ellos se reduciría y al mismo tiempo se encontraría con primero dejar sin empleo a sus trabajadores y finalmente desaparecer su imagen.

**ASPECTOS GUBERNAMENTALES, POLITICOS Y LEGALES.**

Oportunidad. El director general se convirtió en proveedor del gobierno, asegurando su crecimiento o estabilidad de ventas.

Amenaza. Si el Gobierno decide no volver a tener tratos con el Director General, el fracaso es inminente.

**ASPECTOS DE MERCADO Y COMPETENCIA.**

Oportunidad. Al existir nuevos competidores, es este caso agentes de venta, el Director General tendrá que re direccionar el rumbo de la empresa, iniciando con nuevas propuestas, con nuevos objetivos.

Amenaza. Si el nuevo competidor no se retira, la empresa podría tener una baja en sus ingresos.

**ASPECTOS DE PROVEEDURIA Y DE TECNOLOGIA.**

Oportunidad. Nuestro proveedor de Fianzas nos da a un mejor costo para la compra de equipos con mayor tecnología, menor consumo de insumos y que nos hacer ser más eficientes con nuestro trabajo.

Amenaza. Al ser una marca de EUA es difícil encontrar las refacciones o personas calificadas para el arreglo de estos equipos.

**ASPECTOS GEOGRAFICOS.**

Oportunidad. Las oficinas las localizamos en puntos estratégicos, donde al nuestros clientes se les haga más fácil el acceso y encuentre por ejemplo estacionamiento, además nos encontramos en lugares dentro del estado que son estratégicos pues abarcan varios municipios.

Amenaza. Contamos con una oficina matriz y tres sucursales, que estos conllevan a gastos fijos mensuales, aun cuando hay o no trabajo en cualquiera de ellas es obvio que haya que realizar dichos pagos.

**ASPECTOS SOCIALES Y CULTURALES.**

Oportunidad. En algunos lugares la idea de ir con el más conocido o con la persona de mayor edad o donde todo el mundo va, es significado de que las cosas están bien, que se hacen bien, porque tienen experiencia, son ideas arraigadas en distintas espacios de la población.

Amenaza. Generalmente son personas con escasos estudios y son difícilmente tratables, no entienden de leyes o reglamentos y quieren las cosas a su manera.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENZAS DEL MEDIO AMBIENTE  POAMA | | |
| NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN:  **CORPORATIVO ASESORIAS FIANZAS Y SEGUROS S.C.** | | |
| FACTORES EXTERNOS | PONDERACION DEL MERCADO 1 A 4 | INFLUENCIA EN LA ORGANIZACIÓN 1 a 4 | |
| **OPORTUNIDADES** |  |  | |
| El mercado afianzador aun no es visto como un buen negocio | 4 | 4 | |
| Existe poca competencia para el agente | 3 | 4 | |
| Crecimiento de la publicidad por varios medios de comunicación. | 4 | 4 | |
| ACE Fianzas Monterrey es líder en ventas | 4 | 4 | |
| No existe otro producto que pueda sustituir a las fianzas | 3 | 4 | |
| Existe lealtad del cliente para con su agente. | 3 | 4 | |
| **AMENAZAS** |  |  | |
| Existe legislación aun no aplicable para la eliminación de la figura de la fianza, por no saber cómo hacerlo ha sido reprogramada para entrar en vigor por aproximadamente desde hace 2 años | 3 | 2 | |
| Las leyes fiscales cada vez son más estrictas para los contratistas (cliente final) | 2 | 2 | |
| La competitividad en precios es mayor. | 2 | 2 | |

Asigne una calificación de 1 a 4 a cada factor externo clave para indicar con cuanta eficacia responden las estrategias actuales de la empresa a dicho factor donde 4 corresponde a la respuesta de excelente, 3 a que está por arriba del promedio, 2 nivel promedio y 1 deficiente.

El análisis externo tiene una componente importante en el proceso de pensamiento estratégico. Debe estar permanentemente enfocado a encontrar aquellos que tenga un impacto en la estrategia, generando o evaluando opciones estratégicas. Provoca que el Director General de la organización y el grupo de alta dirección desarrollen nuevas opciones o alternativas estratégicas y tomen distancia de los problemas operacionales del día a día. El reto es buscar la estrategia desde el punto de vista del cliente, la competencia, el mercado y el análisis del entorno.

Las condiciones del funcionamiento de las variables externas y el comportamiento de las organizaciones existentes de algún modo condicionan la competitividad global. Esta depende de una visión integral del entorno empresarial que incluye la calidad de la política macroeconómica, la disponibilidad de recursos financieros, la existencia de los servicios de infraestructura, la posesión de capital humano y la capacidad de innovación de las empresas. Una economía es más competitiva cuando los factores macro ambientales en el cual funcionan las empresas conduce al crecimiento sostenido de la productividad y del ingreso de su población en un contexto de integración de cada sector geográfico con el conjunto de un país y con la economía mundial.