|  |
| --- |
|  |
| FUERZAS Y DEBILIDADES INTERNAS (VENTAJA COMPETITIVA) |
|  |
| REPORTE DE LECTURA |

**MATERIA. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

24 DE ABRIL DE 2015

Autor: Fanny Domínguez Aguilar

FUERZAS Y DEBILIDADES INTERNAS (VENTAJA COMPETITIVA)

REPORTE DE LECTURA

Proceso por el cual se examinan los factores organizacionales de las finanzas y contabilidad, mercadotecnia, producción y operaciones, de personal y relaciones labores, así como los recursos corporativos para determinar en cuales la organización tiene fuerzas o debilidades significativas para poder aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas, ambas en forma efectiva.

FACTORES ESTRATEGICOS

El Objetivo, saber si se cuanta con empleados de calidad, existe equilibrio entre la experiencia funcional y la capacitación adecuada para un nuevo puesto, hay relaciones efectivas con los sindicatos, se cuenta con políticas de personal efectivas, tenemos menores costos de mano de obra.

FACTORES DE PRODUCCION Y ADMINISTRACION DE OPERACIONES

Se debe considerar, la capacidad para conocer las demandas del mercado, si son efectivas las instalaciones, el equipo, la maquinaria, las oficinas, el sistema de control de inventarios, el procedimiento de diseño y control de calidad, las políticas de mantenimiento, tanto preventivo como correctivo y la integración vertical. Además competir por menores costos de operación y de materiales y componentes, teniendo siempre la mejor disponibilidad de estos.

FACTORES DE FINANZAS Y CONTABILIDAD

Importante cuidar especialmente los recursos financieros totales, tener una efectiva estructura de capital, procedimientos de planeación financiera y sistemas contables para costear, presupuestar y planear utilidades, contar con relaciones amistosas con los accionistas y considerar condiciones ventajosas tributarias.

FACTORES DE MERCADOTECNIA

Los factores a considerar en este análisis son el grado de mercado al que se pertenece, tener un buen sistema de investigación de mercados, contar con excelente calidad en los productos, liderazgo fuerte en un nuevo producto o servicio, protegerse legalmente, tener estrategias efectivas de precios, de fuerza de ventas, en publicidad, servicios post-venta y promociones.

FACTORES ORGANIZACIONALES

Para lograr sus objetivos se considera la imagen y prestigio, su estructura y clima organizacional, que cuente con un sistema de administración estratégica y de registro de logros, capacidad de investigación y desarrollo, un excelente sistema de información, cómputo y comunicación.

HERRAMIENTAS Y TECNICAS PARA ANALIZAR INTERNAMENTE A LA ORGANIZACIÓN

Una de las principales herramientas es la auditoria administrativa, que es la revisión de sistemas y procedimientos que se realizan en la organización, sus fases son. Diagnóstico previo, profundo y establecimiento de diagnóstico.

PERFIL DE FUERZAS Y DEBILIDADES DE LA ORGANIZACIÓN

Es la presentación tabular de los factores internos, considerados pertinentes y ponderados de acuerdo con su importancia. El objetivo 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, esto es, las ventajas competitivas.

DIAGNOSTICO INTERNO

Se deberán conocer los factores que representan fortalezas para la empresa y poder aprovechar las ventajas que ya se han detectado en el análisis y diagnóstico interno; así como las debilidades que tiene la empresa, para evitar propuestas muy ambiciosas, o para fortalecer aquellas áreas que no representan, tanto real como potencialmente, situaciones problemáticas.

El análisis interno de la empresa figura en los puntos fuertes y débiles de la misma organización, por comparación implícita con las demás empresas de su mismo sector. Esto tiene que ver con su habilidad distintiva, que sería su principal fortaleza y se supone que una empresa desarrolla fortalezas en el campo que considera como área estratégica.

La empresa tiene ventaja competitiva cuando posee una mejor posición que su competencia para así asegurar a los clientes y poder defenderse contra cualquier desventaja que en ella se presente. Los factores estratégicos internos como: dar la mejor calidad en el servicio, proporcionar servicios superiores a los clientes, lograr menores costos que la competencia, tener una mejor ubicación geográfica, serán herramientas para tratar de desarmar a todo aquel que busque ocupar su lugar.