****

**JULIO CÉSAR MORALES RAMÍREZ**

**MATRICULA 20150775**

**ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**

**24 de Octubre del 2015, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas**

**OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EXTERNAS**

Ambiente externo, o conjunto de elementos necesarios para la operación de una organización pero que están fuera de ella, y no pertenecen a su dominio o control.

En el ambiente externo existen elementos que ejercen su acción sobre la organización en forma directa y otros en forma indirecta, pero ambos tipos de elementos configuran la estrategia de la organización.

ELEMENTOS O FACTORES DE ACCIÒN DIRECTA

Son aquellos que de forma directa e inmediata influyen en la organización.

Esta nota inmediatamente sus efectos. Los elementos de acción directa, principalmente, son:

1.-Proveedores: tanto de materia prima, servicios, energía.

2.- Mano de Obra: sobre todo si los puestos organizacionales deben ser ocupados por personal calificado, pues de no encontrarse en el mercado cambian todos los aspectos y estrategias de capacitación y adiestramiento.

3.- Clientes: La importancia de conocer lo más pronto posible la reacción de nuestro producto o servicio en relación a la satisfacción de sus necesidades.

4.- Competencia: Se debe conocer la competencia como si fuese la propia organización.

5.- Instituciones financieras: Las organizaciones dependen de las organizaciones financieras, principalmente en las etapas de crecimiento, tanto a coto como a largo plazo.

6.- Dependencias Gubernamentales: Considérese al gobierno no como legislador, sino como cliente, proveedor o competidor.

7.- Los accionistas: Ejercen decisiones sobre las acciones primarias de las organizaciones.

ELEMENTOS O FACTORES DE ACCIÒN INDIRECTA

Factores cuyo efecto es retardado en notarse en la organización. No se notan perro tarde que temprano incidirán en el logro de los objetivos, los principales elementos de acción indirecta:

1.- La Tecnología: Ha efectuado cambios espectaculares como Las Computadoras

2.- La Economía: La política monetaria y fiscal del gobierno.

3.- Valores Socioculturales: Determinan el modo de funcionamiento de las organizaciones.

4.- Valores Político-legales: Las disposiciones gubernamentales afectan considerablemente a las organizaciones.

5.- Variables Internacionales: Ninguna persona es autosuficiente, como tampoco lo es un país.

Las acciones de estos elementos tanto de acción directa como indirecta, así como la adaptabilidad de la organización a su medio ambiente, es la base de su diseño organizacional.

El diagnóstico ambiental consiste en el conjunto de conclusiones emanadas del análisis del medio ambiente.

**¿Por qué diagnosticar y analizar el medio ambiente?**

El ambiente cambia rápidamente que obliga a las organizaciones a ser proactivas, más que reactivas, ante la competencia.

Factores Ambientales:

1.- Aspectos económicos:

1.1.- El estado de la naturaleza económica: puede ser de depresión recesión, recuperación o prosperidad.

1.2.- Tendencias a los precios de bienes y servicios: manifestadas en inflación o deflación.

1.3.- Políticas Monetarias, tasa de interés, devaluaciones y revaluaciones: el encaje legal, o sus disfraces tan onerosos en algunas ocasiones, frena perceptiblemente el avance de las organizaciones.

1.4.- Balanza de pagos: Superávit o déficit relativos a las transacciones internacionales.

La inflación de nuestra nación, al incrementar los precios, ha descapitalizado a la mayoría de las empresas, debido a que los mecanismos de actualización del poder adquisitivo, sobre todo en lo correspondiente a los activos circulantes y los fijos.

2.- Aspectos Gubernamentales, políticos y legales: Conjunto de disposiciones federales, estatales y municipales que afectan positiva o negativamente a las organizaciones.

2.1.- Se regulan las relaciones obrero-patronales, prestador-cliente, sobre la salud, la seguridad, precios, tenencia de la tierra, localización de las empresas, etc.

2.2.- Los gobiernos pueden subsidiar empresas, ayudándolos a sobrevivir y prosperar.

2.3.- Los gobiernos pueden proteger a los productores domésticos de los competidores extranjeros.

3.- Aspectos de Mercado y Competencia: Deben investigar para ver cómo pueden, los factores de mercado y competencia, afectar el futuro de las organizaciones.

3.1.- Cambios en la población: La población en algunos países aumentará, mientras que en otros países disminuye.

3.2.- Edad promedio de la población: factor importantísimo en todas las actividades del ser humano.

3.3.- Distribución del ingreso de la población: ese factor, como todos los de demanda, deberá analizarse para poder determinar las necesidades del grupo o grupos de los cuales se desea ofrecer un satisfactorio.

3.4.- Ciclo de vida del producto o del servicio: existen indicadores de la etapa que sigue la evolución de un producto, el cual como la cronología, nace, se desarrolla y extingue.

3.5.- Entrada y salida de competidores: la entrada de nuevos competidores obligara al estratega a considerar puntos que de otra forma pasarían inadvertidos.

4.- Aspectos de proveeduría y de tecnologías: Los estrategas también deberán interesarse en los cambios tecnológicos y de proveeduría. Al hablar de proveedores el aspecto es muy amplio pues también lo son los bancos, los sindicatos, los distribuidores de maquinaria, de sistemas, de servicios, et.

5.- Aspectos Geográficos: Pocos son los sitios turísticos en los cuales se les ha creado toda la instrumentación para poder ser verdaderamente imanes del turista.

6.- Aspectos Socio-culturales: los valores culturales, la idiosincrasia, las costumbres son factores que inciden en las organizaciones.

Las herramientas para analizar el medio ambiente:

1.- Opinión de expertos

2.- Extrapolación de tendencias

3.- Correlación de tendencias

4.- Escenarios múltiples.

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO AMBIENTE (POAMA)

El perfil de oportunidades a amenazas del medio ambiente (POAMA), es la presentación tabular de los factores considerados pertinentes, los cuales son ponderados de acuerdo con la importancia que le asigna el estratega.

Esta ponderación es subjetiva, lo cual significa que es asignada según el grado de conocimiento y según la personalidad del estratega.

El objeto de realizar este perfil es facilitar el diagnóstico del medio ambiente para que, mediante la observación del (los) factor (es) que presente (n) mas y mayores valores positivos.

En la práctica es aconsejable que este análisis y diagnóstico externo, así como el interno, sea realizado por un grupo de especialistas, que pueden ser el comité ejecutivo de la organización.

DIAGNÒSTICO AMBIENTAL

Deberá observarse el conjunto de ponderaciones de la columna media del POAMA, resultado, como fruto de esta investigación de mercados, el establecimiento estratégico de la situación del mercado; si está en crecimiento rápido, o bien, en crecimiento lento o definitivamente en decremento.

El resultado del análisis, vertido en el diagnostico, debe responder de manera general a las tres siguientes preguntas:

1.- ¿El mercado es crecimiento rápido o no?

2.- ¿Presenta más oportunidades que amenazas?, o ¿más amenazas que oportunidades?

3.- ¿Cuales son las oportunidades, y cuales, las amenazas?

EL ESTRATEGA Y EL DIAGNOSTICO AMBIENTAL

Nuevamente se impone recordar las condiciones bajo las cuales se toman decisiones; y esto ocurre cuando el ejecutivo percibe una diferencia de los resultados presentes y los resultados deseados. Es cuando el decisor se concientiza de la existencia de una situación de problema.

Opinión: Los cambios constantes en las reformas estructurales así como las variaciones en la moneda nacional, hace que tanto los mexicanos como extranjeros inviertan en negocios las cuales pueden generar empleos, el realizar un diagnostico ambiental al iniciar un proyecto es una herramienta que debe ser tomado en cuenta para los inversionistas, sobre todo esto debería ser tomado en cuenta para los inversionistas con economía media, ya que al realizar un buen estudio del lugar donde pretenden invertir ayudara a crear metas a corto, mediano y largo plazo.