**OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EXTERNAS PARA UNA ORGANIZACIÓN.**

El objetivo general de este análisis y resumen de la lectura, es conocer los aspectos básicos que influyen en las oportunidades de una organización para establecer sus oportunidades de estructura estratégica y los factores que implican en la obtención de las metas futuras y presentes denominadas amenazas, orientando a los ejecutivos de la misma a la correcta búsqueda de oportunidades y soluciones.

**ANALISIS DE CAPITULO TRES**

**OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EXTERNAS PARA UNA ORGANIZACIÓN.**

Existen oportunidades y amenazas que el medio ambiente ofrece a la organización para cumplir las metas y objetivos de ésta. Como el ambiente externo que es el conjunto de elementos necesarios para la operación de una organización que está fuera de ésta y no pertenece a su dominio o control.

Existen elementos que ejercen acción sobre la organización de manera directa ya que influyen en forma directa, se nota su acción inmediatamente y las principales son accionistas, proveedores, mano de obra, clientes, competencia, instituciones financieras, dependencias gubernamentales. E indirectas tales como tecnologías, economía, valores socioculturales, variables político legales, variables internacionales y geográficas.Los diagnósticos ambientales permiten realizar el análisis de medio ambiente, en el que los estrategas captan los aspectos económicos, gubernamentales y legales de mercado y competencia de proveedores, tecnología, geográficos y sociales, para determinar las áreas de oportunidades y de amenazas de dichos factores le significan a las metas de las organizaciones. Existen dos vertientes, una determina la tendencia de mercado que permite el crecimiento rápido o lento, con estrategias diferentes dependiendo de la situación del mercado y la otra de determinación de las áreas de oportunidades o amenazas. La organización de analizar el impacto que los factores ambientales le causan en sus actividades, analizando y diagnosticando el medio ambiente ya que cambia rápidamente y los administradores estudian la forma sistemática o se quedan fuera de mercado, en esa investigación analizan los factores y amenazas, fijando estrategias para hacerles frente o librarlos. Los factores ambientales son las economías presentes y futuras precios de bienes y servicios tales como la inversión, retiro de capital, devaluación, revaluación, impuestos, superávit o déficit monetarios; las gubernamentales, políticas, legales como relaciones patronales, salud, seguridad, tenencias de la tierra; mercados y competencias, como cambios de la población en las edades promedios, ciclo de vida del producto o servicio ;proveedores y tecnologías como las relaciones comprador-vendedor; geográfica y naturales, como avances turísticos y sociales y culturales como valores culturales y el machismo. Las técnicas para evaluar el medio ambiente son la opinión de expertos, extrapolación de tendencias, correlación de estas, escenarios múltiples.

El perfil de oportunidades y amenazas del medio ambiente (POAMA), es una representación tabular de los factores considerados pertinentes y se ponderan por la importancia de la estrategia, su objetivo es facilitar el diagnostico del medio ambiente, máximo un año. Lo realizan especialistas a la organización tal es el caso de comité ejecutivo de esta. Deben formalizarse tres equipo de analistas uno optimista otro pesimista y el que enriquece los puntos de vista considerando puntos pasados por alto. Lo que ocasiona un diagnostico ambiental que considera las ponderaciones del POAMA, para establecer estrategias de la situación del mercado y saber si crece o decrementa, permitiendo ello determinar la estrategia corporativa y seleccionar la estrategia especifica por área, una vez realizado este análisis se debe proceder al diagnostico de los resultados analizando el alcance de las oportunidades y las amenazas. Una vez que el ejecutivo analiza los resultados presentes y deseados, determina la situación del problema, inicia la búsqueda pudiendo solo ser una preocupación del ejecutivo, esperar pasivo la información o pasar el pasivo a otros, a través de una búsqueda activa en el medio ambiente para buscar causas y soluciones.

**BIBLIOGRAFIAS.**

Delgadillo H.. Administración estratégica.

.