

**MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN Y POLITICAS PÚBLICAS.**

**PLANEACION ESTRATEGICA.**

**ACTIVIDAD 5: REPORTE DE LECTURA “ADMINISTRACION ESTRATEGICA”**

**FUERZAS Y DEBILIDADES INTERNAS (VENTAJA COMPETITIVA).**

**ALUMNA: ANUBIS OSIBED JIMENEZ PINTO.**

FUERZAS Y DEBILIDADES INTERNAS (VENTAJA COMPETITIVA).

Un análisis interno consiste en la identificación y evaluación de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de una empresa.

Realizar un análisis interno tiene como objetivo conocer los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa e identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades, y formular estrategias que le permitan potenciar o aprovechar dichas fortalezas, y reducir o superar dichas debilidades.

Las empresas suelen realizar un análisis interno junto con un [análisis externo](http://www.crecenegocios.com/analisis-externo-oportunidades-y-amenazas) al momento de realizar una [planeación estratégica](http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica), o cuando necesitan realizar una investigación que les permita encontrar la solución a un problema; sin embargo, debido a la alta competencia de hoy, para que una empresa se mantenga competitiva, lo recomendable es que realice esta tarea permanentemente. Lo importante no es la situación, sino poder eludir las dificultades y salir airosos de las pruebas, o de aprovechar hasta el máximo las situaciones de oportunidad. En uno u otro caso, se logrará con el conocimiento de la propia valía, de los propios alcances y de las propias limitaciones.

Si solamente nos inclinamos por las ventajas, se corre el riesgo de minimizar las desventajas. Es Preferible que los interesados conozcan la situación de la empresa para actuar en base a ello, para poder analizar y diagnosticar a la organización es muy importante identificar claramente las fuerzas y debilidades de la misma.

Toda organización tiene sus aspectos ventajosos y desventajosos. A estos, Chester Barnard, en “Functions of the executive” (Harvard, 1939: the theory of opportunism), llamò “los factores estratégicos”. Los factores estratégicos que hay q considerar son los siguientes: factores de personal y relaciones laborales, de producción y administración de operaciones, factores de finanzas y contabilidad, factores de mercadotecnia y factores organizacionales. Al hablar de factores de personal y relaciones laborales, la ventaja de este factor tiene que ver con la eficiencia del departamento de recursos humanos. Para algunas empresas este factor se encuentra en desventaja estratégica por estar su personal agremiado a sindicatos con dificultades, o bien, con sindicatos sin problemas, pero por el simple hecho de tener una organización de este tipo, puede perder flexibilidad debido a los altos costos de mano de obra.

Los factores de producción y administración de operaciones se refieren a menores costos totales de operaciones en relación con la competencia, capacidad para conocer las demandas del mercado, instalaciones efectivas, menores costos de materiales y componentes, equipo y maquinaria efectivos, oficinas efectivas, adecuada disponibilidad de materiales y componentes, localización estratégica de instalaciones y oficinas, efectivos sistemas de control de inventarios, efectivos procedimientos de diseño y control de calidad, efectivas políticas de mantenimiento, tanto preventivo como correctivo y la efectiva integración vertical.

El objetivo de análisis de los factores de finanzas y contabilidad es determinar si la organización en cuestión es más fuerte, financieramente, que sus competidores. Una empresa en un determinado momento puede ser fuerte (o débil) en términos financieros, que les permita soportar (o prevenir) el cambio estratégico. Dentro de este análisis se toman en cuenta los recursos financieros totales, menor costo de capital en relación con la competencia debido a una sana política de dividendos y precio de acciones, efectiva estructura de capital, que sea lo suficientemente flexible en la consecución de capital adicional necesario, relaciones amistosas con los accionistas, efectivos sistemas contables para costear, presupuestar y planear utilidades, así como procedimientos de auditoria.

Y por último los factores organizacionales estos factores pueden aumentar la habilidad de la organización para lograr sus objetivos, mediante la variación de las estrategias; corresponden a las consecuencias de las ventajas de los demás factores.

Las herramientas y técnicas para determinar la ventaja competitiva, núcleo del análisis de fuerzas y debilidades es la auditoria administrativa, esta se refiere a la revisión de la efectividad de los sistemas y procedimientos que se realizan en la organización. La auditoría administrativa es un sistema cuyos elementos son las finanzas y la contabilidad, la mercadotecnia, la producción, a investigación y el desarrollo y los recursos humanos. Las fases de la auditoria son: el diagnóstico previo, diagnostico profundo y el establecimiento del diagnóstico que se refiere al diagnóstico que se presenta en el perfil de la ventaja competitiva.

La importancia de este diagnóstico previo se evidencia en el levantamiento del perfil de la ventaja competitiva; pues la información que se obtenga el diagnóstico previo permitirá al estratega realizar una mejor ponderación de los factores que integren su propio perfil. Una de las principales debilidades de las organizaciones principalmente las PYMES, es la carencia de estados financieros confiables y oportunos. La ausencia de estos no permitirá realizar buenos diagnósticos, y mucho menos buenas estrategias.

Bibliografía.

[www.crecenegocio.com](http://www.crecenegocio.com)

Libro “la administración estratégica -un enfoque metodológico” Héctor Delgado Castillo. (recurso de apoyo proporcionado por el catedrático).