

**RESUMEN Y OPINON SOBRE DIRECCION DE TURISMO MUNIICIPAL**

**GADY ARCOS JIMÉNEZ**

**INSTITUTO DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE CHIAPAS, A. C.**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS, MODALIDAD EN LÍNEA**

**MATERIA: PLANEACIÓN** **ESTRATÉGICA**

**UNIDAD 3: LA ORGANIZACIÓN Y LA PLANEACION, ACTIVIDAD 5**

**CATEDRÁTICO: MTRO.  ANTONIO PÉREZ GÓMEZ**

**PALENQUE, CHIAPAS; 23 DE ABRIL DEL 2016**

**Fuerzas y debilidades internas (ventaja competitiva)**

Análisis y diagnóstico del ambiente interno de la organización del ambiente interno de la organización

El medio ambiente ofrece y presenta diferentes situaciones benéficas, desventajas, debilidades y oportunidades; por ello el objetivo es este tema es saber cómo realizar el análisis y el diagnóstico de la ventaja estratégica o competitiva, o simplemente, análisis y diagnóstico de la organización definidos como el proceso por el cual los estregas examinan los factores de organizacionales de las finanzas y contabilidad, mercadotecnia, producción y operaciones, de personal y las relaciones laborales, así como los recursos corporativos para determinar en las cuales la organización tiene fuerzas o debilidades significativas para poder aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas.

Los factores estratégicos que deben ser analizados y diagnosticados, las técnicas de análisis y el papel son los siguientes:

Factores estratégicos: Es el seno de la misma organización y que la administración deberá analizar y diagnosticar para determinar las fuerzas y debilidades internas con las cuales pueda encarar oportunidades y amenazas del medio ambiente.

Para poder analizar y diagnosticar a la organización es muy importante identificar claramente las fuerzas y debilidades de la misma, tratando de evitar todo tipo de subjetividad, destacan los siguientes factores estaregicos que hay que considerar son:

**Factores de personal y relaciones laborales**: La ventaja estratégica del personal es el resultado de las acciones del departamento del personal o recursos humanos, y la cooperación de los gerentes de línea.

Objetivo:

Empleados de alta calidad, Equilibrado entre la experiencia funcional y la preparación o capacitación adecuada requerida para un nuevo puesto, Relaciones efectivas con los sindicatos, Efectivas políticas de personal: asesoría, evaluación y promoción, capacitación y adiestramiento, compensaciones y prestaciones, Menores costos de mano de obra, considerando las compensaciones, la rotación y el ausentismo.

**Factores de producción y administración de operación (POM):** Japón es una de las naciones que puede decir quien tiene ventaja estratégicas en sus factores de producción y administraciones de operaciones sobre sus competidores, incluyendo a Estados Unidos.

Factores POM que se considera en el análisis interno: Menores costos totales de operación en relación con la competencia, capacidad para conocer las demandas del mercado, Instalaciones efectivas, Menores costos de materiales y componentes, adecuada disponibilidad de materiales y componentes, equipos y maquinaria efectivos, oficinas efectivas, Localización estratégicas de instalaciones y oficinas, Efectivos sistemas de control de inventarios, efectivos procedimientos de diseño y control de calidad efectivas políticas de mantenimiento.

**Factores de finanzas y contabilidad:** El objetivo del análisis es determinar si es la organización en cuestiones más fuerte, financieramente que sus competidores.

Los valores estratégicos para la empresa: la función de asesoría de la contabilidad, así como las políticas y aquellas que regulan la valuación de los inventarios y la inflación.

Principales factores en materia de finanzas y contabilidad: Recursos financieros totales, Menor costo de capital en relación con la competencia debido a una sana política de dividendos y precios de acciones, Efectividad estructura de capital, Relaciones amistosa con los accionista, ventajosas condiciones tributarias, Efectivos procedimientos de planeación financiera, Efectivos sistemas contables para costear, presupuestar y planear utilidades, Políticas de a evaluación de intervalos.

**Factores de mercadotecnia:** El estratega debe observar si la empresa es sustancial y estratégicamente más fuerte en mercadotecnia que la competencia. Algunas empresas son fuertes en el mercado y esto les da una ventaja estratégica en el lanzamiento de nuevos productos o servicios, así como en la defensa e incremento de su actualidad porción de mercado.

Factores considerados para realizar un análisis de mercadotecnia: Grado de mercado que pertenece a la organización, efectivo sistema de investigación de mercados, la mezcla de productos o servicios, Línea de productos o servicios, Liderazgo fuerte en un nuevo producto o servicio, Franquicias y protección de patentes, lealtad del consumidor, efectivo empaque del producto.

Factores organizacionales: para lograr con los objetivos es mediante la variación de las estrategias.

Ventajas estratégicas de los demás factores: imagen y prestigio de la organización, estructura y clima organizacionales efectivos, Tamaño de la empresa, sistema de administración, registros de empresas de los logros,, influencia con corporaciones reguladoras y gubernamentales, sistema efectivos de apoyo, capacidad efectiva de la investigación y desarrollo, sistema efectivos de información y computo.

**Herramientas y técnicas para analizar internamente a la organización.** Una de las principales herramientas es la auditoria administrativa que es 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.Fases de la auditoria: Diagnóstico previo, Diagnostico profundo, Establecimiento de diagnóstico

Perfil de fuerzas y debilidades de la organización de la organización (perfil de la ventaja competitiva: PVC: es la presentación tabular de los factores internos, considerados pertinentes, los cuales son ponderadores de acuerdo a la importancia que le asigna el estratega. 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 las ventajas competitivas.

**Diagnostico Interno.** Deducir el significado de los resultados obtenidos para poder continuar el proceso de administración estratégica: Fortalezas y Debilidades de la empresa, ¿tiene una alta o baja ventaja competitiva?.

En la Dirección de Turismo Municipal es importante analizar en establecer las líneas de acción ya que hay deficiencia de los factores estratégicos de personal y relaciones laborales: existe mal clima laboral no hay trabajo en equipo, ausencia de atención como servidor público, apatía de la mayoría del personal y distinción al dar trato, la Dirección hace preferencia en el personal. En la producción y administración la dirección excluye en las actividades propias del área a la subdirección en cuanto opinión, invitación, hay desorganización en el organigrama en cuanto a funciones del personal y personal adscrito en turismo y asignado en otras áreas, falta de equipos de cómputo, internet deficiente. En finanzas y contabilidad no se cuenta con recursos para movilizar realizar actividades a favor del turismo tiene que ser solicitado y autorizado por presidencia municipal. En mercadotecnia hace falta equipos para fomentar publicidad y promoción de atractivos turísticos de Palenque, en cuanto organizaciones es minoría las buenas relaciones con empresarios turísticos, las asociaciones hay deficiencia mala organización muchos negocios no están en las asociaciones porque lo ven como perdida d tiempo y gastos.

**BIBLIOGRAFIA**

(S.A.). Administración Estratégica: Fuerzas y debilidades internas (ventaja competitiva). Pp.102-118