**INSTITUTO ADMINISTRACIÒN PÙBLICA DEL ESTADO DE CHIAPAS.**

**MAESTRIA: ADMINISTRACIÒN Y POLÌTICAS PUBLICAS.**

**TEMA: PLANEACIÓN ESTRATEGICO**

**ACTIVIDAD 5: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**

**NOMBRE: ROSA TERESA JIMENEZ AGUILAR**

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

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

El objetivo: Elaboración de análisis y diagnóstico estratégica o competitiva, o simplemente, análisis y diagnóstico de la organización es definido 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 es la organización tiene fuerzas o debilidades significativas para poder aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas.

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.

Los factores estratégicos 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:** Es la función conocida como 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 se 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: 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.

De acuerdo a la lectura con respecto a los puntos ya mencionado con relación con el área a laborar es de suma importancia tomar en cuenta los cuatros factores como son los siguientes: En relación al Factor personal es necesario un buen ambiente de relaciones personales y laborales, para poder ofrecer la calidad del servicio y atención a clientes a la sociedad de manera personalizada. Con el fin de evitar mermas en la empresa o la institución y carecer de calidad del servicio; y por eso se considera importante estas herramientas creando un ambiente en unidad para todos los miembros, para lograr resultados favorables o competitivos, buscar los medios necesarios y las estrategias de la que está promocionando uno de ellos la publicidad para poder atraer los usuarios y haciendo todo lo necesario cuando llega la puerta porque todo depende del personal estando dentro de la dependencia, la publicidad puede ser muy viable pero si no se cuenta con personal con habilidad y con conocimiento de las actividades sencillamente se obtiene un resultado negativa o a la quiebra de la empresa o dependencia.

En relación al módulo SARE (Sistema Apertura de Rápida de Empresa) que somos una dependencia gubernamental trabajar con valores, para bríndales un servicio de calidad a la ciudadanía y contando con personal capacitado, responsables para otorgar servicios simplificar trámites a los pequeños empresario, y así mismo se le proporcionar a los particulares servicios de orientación y gestoría y en entrega de la resolución de los tramites que se realicen ante la dependencia. De igual manera mantener una estrecha comunicación entre jefes y subordinados para lograr los objetivos con nuestros usuarios dentro de la dependencia.

Con respecto a la finanza que es una rama de la economía y de la administración es importante el estudio del intercambio de los distintos bienes de capital entre individuos empresas, o Municipio y el riesgo de estas actividades está relacionada con las transacciones y con el administración de dinero en cual es necesario llevar un registro de los ingresos y egresos para llevar un control adecuado.

La mercadotecnia es una de las herramientas que busca la opción principal para poder llegar al usuario o cliente potencial, se encarga de diseñar, organizar, ejecutar, y controlar en la función de la comercialización y se puede utilizar en un servicio aplicando estas técnicas. Sería tan difícil comprender si no existiera la mercadotecnia ya que la mercadotecnia anuncia promueve sus productos/servicios, a través de esto se puede generar grandes beneficios facilitando resolver la necesidades. Con esta técnica se puede defenderse y atacar; este genera un gran beneficio para los consumidores el cual puede terminar satisfaciendo las necesidades de las personas.

.