



**Mi Universidad**

**Mapa conceptual**

**NOMBRE DEL ALUMNO: JUAN JOSE PEREZ MENDEZ**

**NOMBRE DEL TEMA: ANALISIS EXTERNO: IDENTIFICACIÓN DE  
OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.**

**MATERIA: ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**

**CATEDRÁTICO: JOSÉ ARTEMIO AVENDAÑO RAMOS**

**LICENCIATURA: ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS**

**CUATRIMESTRE: 7° SÉPTIMO**

**FECHA: 17-OCTUBRE-2023**

# ANÁLISIS EXTERNO: IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.

## LA NATURALEZA DE UNA AUDITORIA EXTERNA.

El propósito de una auditoría externa es crear una lista definida de las oportunidades que podrían beneficiar a una empresa y de las amenazas que deben evitarse.

**Fuerzas externas clave:** se dividen en cinco categorías principales: 1) fuerzas económicas; 2) fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales; 3) fuerzas políticas, gubernamentales y legales; 4) fuerzas tecnológicas; y 5) fuerzas competitivas.

El proceso de llevar a cabo una auditoría externa debe incluir a tantos gerentes y empleados como sea posible.

## FUERZAS ECONÓMICAS.

Las economías domésticas y globales se recuperan lentamente de la recesión, la confianza de los consumidores y el ingreso disponible se encuentran en su nivel más bajo en una década

Mientras que el desempleo y la deuda de los consumidores están en su nivel más alto en el mismo periodo.

Los factores económicos ejercen un impacto directo en el atractivo potencial de diversas estrategias.

## FUERZAS SOCIALES, CULTURALES, DEMOGRAFICAS Y AMBIENTALES.

Los cambios sociales, culturales, demográficos y ambientales ejercen un impacto importante en casi todos los productos, servicios, mercados y clientes.

Las tendencias sociales, culturales, demográficas y ambientales definen la forma de vida, de trabajo, de producción y de consumo de los estadounidenses.

Las nuevas tendencias crean un tipo distinto de consumidor y, como consecuencia, la necesidad de diferentes productos, servicios y estrategias.

**ANÁLISIS EXTERNO: IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.**

**FUERZAS POLITICAS, GUBERNAMENTALES Y LEGALES.**

Los gobiernos federales, locales y extranjeros son los principales reguladores, liberalizadores, subsidiarios, patrones y clientes de las empresas.

Los factores políticos, gubernamentales y legales representan oportunidades o amenazas clave para las empresas tanto grandes como pequeñas.

**FUERZAS TECNOLÓGICAS.**

Los cambios y descubrimientos tecnológicos revolucionarios producen un fuerte impacto en las empresas.

El Internet actúa como motor económico nacional e incluso global que estimula la productividad, factor importante en la capacidad de un país para mejorar sus condiciones de vida.

El Internet también altera las economías de escala, modifica las barreras de ingreso y redefine la relación entre las industrias y los diversos proveedores, acreedores, clientes y competidores.

**FUENTES DE INFORMACIÓN EXTERNA.**

Son las que proveen información generada fuera de la empresa

Como en:

Bibliotecas y centros de documentación, en entidades, públicas o privadas, en material impreso, en videos, en cintas de audio, en investigaciones de campo.

Una riqueza de información estratégica está disponible para las empresas tanto en fuentes publicadas como en fuentes no publicadas.

**ANÁLISIS COMPETITIVO: EL MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER**

Rivalidad entre empresas competidoras: La rivalidad entre empresas competidoras es por lo general la más poderosa de las cinco fuerzas competitivas.

**Entrada potencial de nuevos competidores:** Siempre que empresas nuevas ingresan con facilidad a una industria en particular, la intensidad de la competencia entre las empresas aumenta.

- 3. Desarrollo potencial de productos sustitutos.
- 4. Poder de negociación de los proveedores.
- 5. Poder de negociación de los consumidores.

**FUERZAS COMPETITIVAS.**

La recolección y evaluación de información sobre los competidores es básica para la formulación de la estrategia con éxito.

**Programas de inteligencia competitiva:** La inteligencia competitiva, definida de modo formal por la Society of Competitive Intelligence Professionals (SCIP),

La recolección de información a través de empleados, gerentes, proveedores, distribuidores, clientes, acreedores y consultores puede hacer también la diferencia entre contar con inteligencia superior o sólo promedio y una competitividad general.

## **Bibliografía básica y complementaria.**

- Fred R. David (2009). Conceptos de Administración. Novena Edición. México PEARSON.
- Charles W. L. Hill / Gareth R. Jones. Administración Estratégica. Octava Edición. Mc Graw Hill.
- Lana, Rogelio Adilson (2008). La Administración Estratégica como Herramienta de Gestión. Universidad Nacional de Misiones, Argentina.