



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIAS
EMPRESARIALES

Ensayo

CARLOS MANUEL AGUILAR HIDALGO

Introducción

La planificación en términos perfectamente válidos no es más que una previsión de los futuros campos de acción, una búsqueda de metas de futuro para la movilización de recursos, una preparación metódica para la acción que incluye el desarrollo de estrategias, una definición de objetivos y selección de estrategias, o una apropiada asignación de los recursos disponibles.

siendo la planeación el primer y quizás más importante ítem dentro del proceso administrativo, es preciso considerar que la planeación es una herramienta primordial para el direccionamiento de la organización. Partiendo de que existen supuestos de cara al futuro, es indispensable que se creen objetivos y metas que coadyuven con las decisiones, coordinando las ideas de los gerentes para adecuar los próximos escenarios probables

Análisis estratégico

El análisis estratégico sirve principalmente para que la empresa sepa hacia dónde quiere ir y hasta dónde quiere llegar. Las preguntas principales que una empresa debe plantearse al realizar un análisis estratégico son: ¿Como está constituido el mercado? ¿Como son los clientes activos en este sector?. Al hacer un análisis estratégico la empresa debe identificar el mercado sobre el que desea competir y así podrá definir sin problema una estrategia que la mantendrá presente en el rubro en el que participa.

Una de las principales funciones de este análisis es dar lugar a los elementos claves acerca de acontecimientos futuros, es decir, predecir lo que podrá o no suceder, así como la consideración de escenarios alternativos, o diversas condiciones favorables o desfavorables relacionados con los productos o servicios de la empresa.

Análisis estratégico interno: Mediante este análisis las empresas determinan lo que pueden hacer, por lo que tiene que ver hacia adentro e identificar los puntos positivos y negativos, y establecer el conjunto de recursos que pueden utilizarse para mejorar la imagen de la empresa dentro del mercado.

Análisis estratégico externo: Una vez realizado el análisis interno, la empresa necesita saber más sobre su mercado e identificar lo que podrían hacer mejor, para ello se necesita conocer a las personas que utilizan el producto o servicio.

Conclusión

En conclusión, el análisis estratégico es el proceso que se lleva a cabo para investigar sobre el entorno de negocios dentro del cual opera una organización y el estudio de la propia organización, con el fin de formular una estrategia para la toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos.