



Alumna: Tannia Ventura Arizmendi

Profesor: Carlos Guillén.

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Organización y estrategias empresariales.

Grado: 6to. cuatrimestre

Grupo: Único

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Para comenzar de mi ensayo recalcare los puntos fundamentales que el profesor planteo en su descripción del trabajo que son qué es el análisis estratégico, para qué se usa cómo nos ayuda en nuestra empresa, es importante conocer las partes de una empresa principalmente para poder aplicar un análisis estratégico, las cuáles son la misión, visión y objetivos de la empresa, la misión se centra en la perspectiva actual de la organización, como quiénes somos, y qué hacemos, lo cuál es sencillo de entender ya que es lo que hacemos y somos como empresa, la visión es lo que deseamos hacer o a dónde llegar, también es importante establecer objetivos ya que como empresa se necesita tener en cuenta y bien definido lo que se desea, es por ello que se establecen los objetivos para tomarlos como guía en el desarrollo de producción de la organización.

Para realizar un análisis estratégico de una empresa, lo primero que tenemos que tener claro es el concepto de dirección estratégica, como se menciona en la antología, la Dirección Estratégica es la planificación de la empresa como organización para conseguir sus objetivos, asegurando su supervivencia y prosperidad, es el modo en que una empresa emplea sus recursos y capacidades en un entorno con el fin último de alcanzar sus metas. Todas las empresas cuentan con una estrategia, y su estudio y análisis puede ser muy valioso para mejorar su posición competitiva y los resultados obtenidos.

Es importante realizar un Plan Estratégico en cualquier empresa, independientemente del tipo que sea (microempresa, Pyme, gran empresa) y del sector al que pertenezca, donde deberán reflejarse las estrategias seguidas y actuaciones para conseguirlas, proponiendo alternativas para obtener buenos resultados económicos, teniendo en cuenta la mejora continua para satisfacer necesidades de los clientes y los factores internos y externos que afecten a la propia empresa.

El objetivo principal es, que este trabajo sirva para la actualización del análisis estratégico, que se trata de una empresa real, con la que hemos mantenido contacto mediante correo electrónico y entrevistas para poder realizar este trabajo. Para ello, comenzaremos realizando tanto un análisis interno como un análisis externo.

Esto sirve para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización, ya que de esta manera es mucho más fácil identificar que es lo que esta afectando a la empresa y cómo convertirlo en algo positivo y favorable para esta, ya que para esto es que se hace un análisis estratégico, para plantear estrategias y utilizar distintas herramientas para establecer lo planeado en la empresa.

En el análisis interno se investiga, el conjunto de los recursos, medios principales y habilidades de la empresa para detectar las fortalezas y debilidades de la misma.

En el análisis externo se analiza el entorno general realizando un análisis PEST, posteriormente se realiza un análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter, con el objetivo de detectar las principales oportunidades y amenazas del entorno.

Dentro del entorno externo existen diferentes factores importantes, los cuáles son los , siguientes, Factores sociales en el cuál influyen los valores y estilos de vida que influyen en los productos que las personas compran, en los factores demográficos se incluyen la edad, raza, herencia cultural, y ubicación, en los factores económicos se encuentra la distribución del ingreso del consumidor, la inflación y la recesión, en los factores tecnológicos y de recursos se utiliza las nuevas máquinas que reducen los costos de

producción y por último en los factores políticos y legales se necesita la regulación gubernamental para proteger a los innovadores de nuevas tecnologías

Para concluir este trabajo es importante reconocer que día con día todo se va innovando y mejorando incluso en cualquier empresa ya que es parte de la naturaleza y el factor humano, todo cambio de actitud cultural o social tiene que partir del cambio personal, hacer crecer a la gente debe ser el objetivo número uno del cambio. Cuando el cambio es visto y entendido como una superación de la persona, como un crecimiento personal, como el desarrollo de la autoestima, como la búsqueda de un camino propio para alcanzar un estadio superior de crecimiento y desarrollo, entonces es fácil convencer a las personas de que no se resistan al cambio.

La planeación estratégica permite que la organización tome parte activa, en lugar de reactiva, en la configuración de su futuro, es decir, la organización puede emprender actividades e influir en ellas y, por consiguiente, puede controlar su destino. Los pequeños empresarios, los directores ejecutivos, los presidentes y los gerentes de muchas organizaciones lucrativas y no lucrativas han reconocido y obtenido los beneficios de administrar sus estrategias.

El proceso de la planeación estratégica es más importante que los documentos resultantes, porque gracias a la participación en el proceso, tanto gerentes como trabajadores se comprometen a brindar su apoyo a la organización.

Si bien tomar buenas decisiones estratégicas es una de las mayores responsabilidades del dueño o director general de una organización, tanto empleados como gerentes deben participar en formular, implementar y evaluar las estrategias. La participación es clave para conseguir el compromiso con los cambios que se requieren.

La efectividad de la planeación estratégica radica enormemente en lo que la empresa tiene como fuerza para vender en el mercado identificando sus puntos más fuertes que son: prever lo que se hará a futuro, crear alternativas para la mejora del negocio y fijar objetivos reales que nos marquen la efectividad. La planeación se utiliza para reforzar y mejorar la calidad de nuestra empresa, esto hará más grande que las actividades y recursos con que cuenta la empresa se vean transformadas en crecidas utilidades y así reducir el grado de incertidumbre.

De la mano lo acompaña la investigación de mercados que nos sirve como punto de partida para espiar a la competencia o más bien para ver las cosas que nos rodean en el ámbito competitivo la información obtenida será la que nos permita llegar a la toma de decisiones y emplear así medidas correctivas, oportunidades de negocio, reducir problemas entre otros, la investigación es un proceso que debe estar constantemente actualizándose a lo largo del proyecto.

Existen organizaciones que no perduran en el mercado porque insisten en no hacer cambios ni mejoras para el producto ni siquiera toman la molestia de visualizar a su alrededor, que está pasando con el mercado, bueno tal es el caso de Kodak que duro mucho tiempo siendo líder en el mercado de fotografías, cámaras y películas, pero al no realizar un análisis, no se percataron que la tecnología seguía avanzando y se desarrollaban nuevas tendencias que dejaron opacado a kodak con cámaras digitales, películas instantáneas entre otros, es por ello primordial la planeación bien estructurada y una investigación de mercados que lleve al éxito los propósitos de la empresa y una estabilidad preponderante.

Bibliografía

- Antología Organización y gestión de empresas, UDS, recuperado 01/06/2020, Socoltenango, Chiapas, obtenido por: <http://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/files/assignatura/e8708ce2e1c09f0815736cfd4fbb34ac>.