



Universidad del sureste

Administración y estrategias de negocios

Organización y estrategias empresariales

Alejandro López Martínez

Carlos rodrigo guillen

03/07/2020

Introducción

En este ensayo hablaremos de la importancia y las ventajas de ejecutar el análisis estratégico dentro de una empresa y como esta herramienta se ha convertido en una estrategia fundamental a la hora de ejecutar las labores de una empresa y como su implementación afecta de manera positiva en los resultados que una empresa quiere alcanzar, así como también en entender el tipo de análisis que esta realiza.

El análisis estratégico

Es una herramienta fundamental para una empresa, pretende conocer el entorno donde opera una organización con el fin de poder actuar sobre él de manera estratégica, diseñando e implementando estrategias. su propósito del análisis trata, por tanto, de determinar las características del entorno al que se enfrenta la empresa, así como sus propias capacidades y habilidades, que afectan directamente a la determinación de las diferentes alternativas estratégicas.

Las decisiones estratégicas a seguir por la empresa han de estar fundamentadas en un análisis interno de la empresa y de su entorno. Esto debería ser así, porque las estrategias, para que puedan tener éxito, han de buscar un equilibrio entre el entorno, los recursos organizativos y los valores de la empresa. De hecho, Se suele definir la estrategia en términos de relación entre la organización y su entorno.

El análisis estratégico presta atención a las variables clave del entorno, a los actores que operan en él –en especial a nuestros competidores– y a la efectividad de la propia organización, y lo hace en el presente. La prospectiva sin embargo trata de entender el futuro para influir sobre él, pero lo hace a su vez a partir de una comprensión profunda del momento actual con el fin de orientar la organización hacia el escenario deseado.

Generalmente es recomendable empezar por la identificación de los actores y de las relaciones entre ellos como primera aproximación al entorno. Seguidamente habría que visualizar ese entorno como un sistema compuesto por variables clave que explican su funcionamiento. Es probable que algunas de esas variables clave estén vinculadas al comportamiento de actores. De ahí que realizar un mapeo previo de los actores ayude a determinar cuáles son las variables clave.

El análisis interno trata de identificar la estrategia actual y la posición de la empresa frente a la competencia. Deben evaluarse los recursos y habilidades de la empresa, con una especial atención a la detección y a la eliminación de los puntos débiles y potenciación de los puntos fuertes, así como la capacidad de resistencia de la propia empresa, es decir, la fortaleza de la misma en el caso de que la formulación estratégica falle.

El análisis externo supone determinar los factores estratégicos del entorno, a fin de detectar las posibles amenazas y oportunidades para la empresa. Así serán factores significativos de estudio los competidores actuales, su cuota de

mercado, los posibles competidores futuros, el desarrollo tecnológico, los sistemas de información y comunicación, productos sustitutos, etc.

Conclusión

Es importante realizar un Plan Estratégico en cualquier empresa, independientemente del tipo que sea y del sector al que pertenezca, donde deberán reflejarse las estrategias seguidas y actuaciones para conseguir las, 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.