

Análisis Estratégicos

¿Qué es el análisis estratégico? ¿Por qué es necesario hacerlo?

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 estructura, con el fin de formular una estrategia para la toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos.

Las empresas deben de realizar periódicamente un análisis estratégico el cual servirá para determinar las cosas que se deben mejorar y aquellas que marchan de maravilla. Siempre pensando en incrementar la eficiencia de la organización y eficacia mediante el aumento de la capacidad de la organización para implementar y volver a implementar sus recursos de forma inteligente. El análisis estratégico sirve principalmente para que la empresa conozca hacia dónde quiere ir y hasta dónde quiere llegar.

Las preguntas principales que una empresa debe plantearse al realizar un análisis estratégico son: ¿Cómo está constituido el mercado? ¿Cómo 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**

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. El análisis interno parte de la evaluación del desempeño de la empresa u organización, pero debe incluir una pequeña evaluación del potencial.

Análisis Estratégicos

Gracias al análisis de los puntos fuertes de la empresa, debe orientarse al mercado, concentrarse en el cliente las fortalezas, además, gracias a ello se conocen las debilidades y limitaciones a las que se enfrenta una empresa.

- **Análisis estratégico externo**

Es ideal para 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. Ayuda a medir la satisfacción del cliente, permitiendo reorientar en caso de ser necesario.

Es recomendable que se realice periódicamente el análisis estratégico, puesto que ayudará a saber si las cosas se están haciendo bien y si no es así, reorientar el proceso. Otro de los puntos importantes es revisar los factores externos y cómo estos podrían ayudar a mejorar su servicio.

Referencias:

Martínez Castrillón, Doris Yohanna FACTORES CLAVE EN MARKETING ENFOQUE: EMPRESAS DE SERVICIOS Orbis. Fundación Miguel Unamuno y Jugo Venezuela Revista Científica Ciencias Humanas, vol. 12, núm. 34, 2016, pp. 42-58. Fundación Miguel Unamuno y Jugo Maracaibo, Venezuela. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70946593003>.

Romo Morales, Gerardo; Márquez de León, Erik Gestión estratégica vs. Análisis estratégico. Una discusión conceptual a partir del estudio de caso de una institución de educación superior Pensamiento & Gestión, núm. 36, enero-junio, 2014. Universidad del Norte Barranquilla, Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64631418010>