

# ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

<https://economipedia.com/definiciones/analisis-estrategico.html>

Myriam Quiroa

Referenciar

El análisis estratégico es un proceso que resulta fundamental para la toma de decisiones y se basa en el análisis del entorno interno y externo de una organización.

Sobre todo, el análisis estratégico busca conocer la posición estratégica de la **empresa** de acuerdo con las condiciones del entorno interno y externo. También deben ser considerados los **recursos** que posee la empresa y sus capacidades.

Claro que, una empresa para tomar mejores decisiones y menos arriesgadas deberá contar con suficiente información. Esta información ayuda a conocer la **posición** competitiva de la empresa. Por ello, es necesario recolectar y analizar datos sobre la situación y la evolución de los aspectos internos y externos que afectan a la empresa.

Es decir, se investiga y analiza el entorno externo en el que compite la empresa. De la misma forma se analiza la situación interna de la empresa, con la finalidad de establecer las mejores estrategias que ayudan a la toma de decisiones. Todo esto ayudará al mejor logro de los objetivos.

## **Tipos de análisis estratégico**

De cualquier forma, todo análisis estratégico busca encontrar los aspectos fundamentales que incidirán positiva o negativamente en el desempeño futuro de la empresa. Por ello, se trata encontrar la mayor cantidad de información que ayude a pronosticar lo que pueda suceder posteriormente. La idea es proponer los posibles escenarios positivos, negativos y más probables que pueda enfrentar la empresa y los productos con los que compite en el mercado.

El análisis estratégico requiere hacer dos tipos de análisis:

### **1. Análisis interno**

Se puede señalar, que el **análisis interno** busca conocer los recursos y capacidades que posee una organización para mantener su **ventaja competitiva**. Permite conocer cómo opera y trabaja la **organización**, sobre todo para conocer sus debilidades y fortalezas.

Además, este análisis permite determinar las capacidades que posee una empresa y lo que puede hacer. Esto hace que se tenga que conocer la empresa internamente y poder identificar los aspectos positivos y negativos que afectan al desempeño de la empresa. Este conocimiento permite realizar una evaluación del desempeño actual de la organización, para poderse proyectar en el futuro.

Ante todo, nos sirve para considerar la capacidad de crecimiento que se tiene. Todas las **fortalezas** que posee la empresa deberán maximizarse en la satisfacción del cliente. Las fortalezas también deben centrarse y orientarse al mercado. Mientras que, las **debilidades** que tiene la empresa deberán minimizarse para que no se conviertan en un riesgo para mantener la posición competitiva de la empresa.

En todo caso, las fortalezas y debilidades de una empresa pueden encontrarse en su infraestructura, su capital humano, su capacidad financiera, los productos que vende y su localización.

## **2. Análisis externo**

Por su parte el análisis externo, permite conocer información sobre el entorno en el que se mueve una empresa. Incluyendo aspectos como el económico, comercial, político, social, tecnológico y cultural.

Naturalmente, todo el contexto externo donde compite una empresa cambia continuamente y es muy complejo. Por esa razón, todo el entorno puede generar **oportunidades** o **amenazas** para una empresa.

De hecho, en este análisis la empresa deberá conocer el mercado en el que compite y especialmente conocer a sus **clientes** que son los que finalmente utilizan o consumen los **productos** que venden en el **mercado**.

Lo más importante es que la información que se obtiene ayuda a que se pueda tener conocimiento de qué se está haciendo bien y que se debe mejorar para que la empresa siga funcionando de forma eficiente y competitiva.

En general hay que conocer el mercado, como proyecciones de crecimiento, las tendencias que se presentan, las barreras existentes y los cambios que se puedan registrar. Esto, ya que pueden convertirse en factores claves como áreas de oportunidad o amenaza para la empresa.

De todos modos, las mediciones de la satisfacción del cliente resultan fundamentales, puesto que esto facilita la toma de decisiones que ayudan a lograr cambios que resultan positivos para su desempeño. Del cliente también interesa conocer sus motivaciones y sus necesidades insatisfechas. Otro aspecto importante que analizar es la competencia. Para identificar quiénes son los competidores, cuál es su desempeño, cuáles son sus fortalezas y debilidades.



Análisis

estratégico

## **Pasos para elaborar el análisis estratégico**

Por consiguiente, el análisis estratégico se realiza con el propósito de poder identificar los escenarios más probables que podría enfrentar una empresa. La identificación de estos escenarios puede ayudar a buscar las mejores estrategias que las empresas deberán implementar.

Los pasos más importantes para elaborar el análisis estratégico son:

1. Seleccionar los datos específicos e importantes que serán analizados.
2. Examinar y evaluar los procesos que lleva a cabo la empresa.
3. Proponer las recomendaciones necesarias para llevar a cabo las correcciones correspondientes.
4. Dar seguimiento a los cambios y realizar los ajustes oportunos.
5. Mantener una comunicación permanente con todos los involucrados para dar continuidad a las mejoras implementadas.

## **Beneficios de realizar un análisis estratégico**

Los principales beneficios de realizar el análisis estratégico son:

- Tener un mejor conocimiento sobre la organización y sobre su forma de operar.
- Determinar las medidas correctivas que se deben aplicar para lograr mejorar los puntos débiles de la organización.
- Tener un mejor conocimiento del mercado donde se compete.

- Logra mejorar la estructura de la organización.
- Permite conocer hacia donde se dirige el sector o industria donde se compete.



#### Análisis estratégico

Finalmente se puede decir que el análisis estratégico, es un proceso importante que debe realizar una empresa al momento de tomar decisiones importantes. Puesto que mientras se cuenta con mayor cantidad de información de la situación interna y externa de la empresa, las decisiones tomadas serán menos arriesgadas y más acertadas para el desempeño de la organización. De esa forma las organizaciones se vuelven más eficientes y competitivas.

En cualquier caso, un exceso de análisis podría provocar efectos negativos. Ya que si tratamos de analizar demasiado, perderemos demasiado tiempo y no tendremos un análisis efectivo.