

¿CÓMO FUNCIONA EL ANÁLISIS ESTRATÉGICO EN LA INVESTIGACIÓN EMPRESARIAL?

<https://blog.up.edu.mx/topic/doctorado-en-ciencias-empresariales/como-funciona-el-analisis-estrategico-en-la-investigacion-empresarial>

**Escrito por Doctorado en Ciencias Empresariales
en mayo 31, 2021**

El análisis estratégico es un proceso que implica investigar el entorno empresarial en el que opera una organización.

El análisis estratégico es una herramienta esencial para formular la planificación estratégica en torno **a su toma de decisiones y buen funcionamiento**. Con ayuda de la misma, los objetivos o metas establecidas pueden alcanzarse con mayor claridad.

En el esfuerzo constante por crecer, las organizaciones deben realizar periódicamente análisis estratégicos, los que, a su vez, contribuyen a determinar qué áreas necesitan mejoras. Para un funcionamiento eficiente, se vuelve fundamental la consideración acerca de cómo deben implementarse los cambios.

El análisis estratégico es crucial para las empresas **que han desarrollado objetivos y una misión para sí mismas**. Todas las organizaciones líderes reconocidas por sus logros llevan años de planificación estratégica que han implementado en varias etapas.

La planificación estratégica es una tarea a largo plazo que conlleva planificación continua y sistemática e inversión en recursos. La pregunta primordial que deben plantearse las empresas al realizar análisis estratégicos es: ¿Cómo está constituido el mercado? ¿Cómo son los clientes activos en este sector?

Al llevar a cabo análisis estratégicos, las organizaciones deben conocer a sus competidores y así poder definir una estrategia **que optimice su posicionamiento en el mercado**.

Una de las funciones más importantes de la planificación estratégica es predecir eventos futuros y deducir estrategias alternativas en caso de que cierto plan no funcione como se esperaba.

Contenido relacionado: [Elementos básicos en la investigación sobre los objetivos estratégicos de una empresa](#)

Tipos de análisis estratégico

Análisis estratégico interno: Como su nombre indica, por medio de este análisis las organizaciones evalúan sus procesos internos e identifican los puntos positivos y negativos. Establecen entonces el conjunto de recursos que pueden utilizarse para mejorar la imagen de la empresa en el mercado.

El análisis interno parte de la evaluación del desempeño de la organización, lo cual contempla su potencial y su capacidad para crecer.

El análisis de las fortalezas de una empresa debe estar orientado al mercado y enfocarse en el cliente. Las fortalezas sólo cobran un sentido pleno cuando le facilitan a la empresa satisfacer las necesidades del cliente. Asimismo, deben conocerse las debilidades y limitaciones, aunque puedan presentarse en el futuro.

El análisis FODA es una de las técnicas de análisis estratégico interno más usadas. No existe mejor manera de beneficiarse de un análisis estratégico que al utilizarlo **para detectar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas** involucradas en un proyecto.

Del análisis FODA puede surgir una visión sólida y de largo plazo a través de la planificación estratégica para una organización.

Lo más relevante es evaluar de forma constante el entorno en el que opera la empresa y actuar en consecuencia. Así, es esencial que una organización tenga en cuenta el principio FODA para poder planificar de manera eficiente.

Mediante un análisis FODA exhaustivo, cualquier empresa **puede prevenir una serie de problemas** capaz de sobrevenir de no realizarse un análisis sistemático.

Describamos con más detalle estos atributos y entendamos cómo una organización puede realizar un análisis estratégico completo para poder planificar y desempeñarse mejor con cada año que pasa:

1. Fortalezas: Existen varios atributos positivos dentro de una empresa que pueden controlarse para obtener mejores resultados, son las fortalezas, lo que la diferencian de las demás.

Existen ciertos recursos o estrategias que año tras año optimizan los procesos de tu organización. Conocerlos también se considera una fortaleza. Conocer este tipo de información es muy importante porque éstos son los elementos que conceden ventajas sobre la competencia.

2. Debilidades: Es prácticamente imposible que una organización o una empresa sólo tenga fortalezas y carezca de debilidades. Por lo tanto, habrá ciertas cualidades que necesitarán ser mejoradas para dar lugar a un mejor desempeño y competencia en el mercado: son debilidades empresariales.

La mayoría de los factores son previsible y una organización necesita identificarlos con mucha anticipación y abordar los problemas con medidas correctivas.

3. Amenazas: Existen factores negativos que afectan el crecimiento de una organización y estos factores también pueden analizarse.

Tales factores deben detectarse con el fin de que pueda implementarse una estrategia de gestión de riesgos para que ciertas amenazas -un mayor valor de marca en la competencia, una mejor relación de ésta con los minoristas, etc.- no tengan un efecto adverso en el crecimiento de la empresa.

Además, amenazas como múltiples jugadores en el mercado con los mismos productos, una caída de la economía, publicidad más efectiva de un producto por parte de los competidores, son algunas amenazas que deben manejarse con cautela para que la competencia no pueda aprovecharse de la situación.

4. Oportunidades: Es preciso detectar las oportunidades que una organización tiene para crecer. Conocer el camino que debe seguir es un paso indispensable hacia el éxito. Aprovechar aquellos factores externos positivos para la misma.

Análisis estratégico externo: Una vez que una organización ha completado con éxito su análisis interno, necesita conocer los factores externos que podrían obstaculizar su crecimiento.

Para ello, es necesario que identifiquen **cómo funciona el mercado y cómo reaccionan o se comportan los consumidores** ante determinados productos o servicios. La medición de la satisfacción del cliente es un método común de análisis externo.

Contenido relacionado: [¿Por qué como directora de una empresa debes invertir en temas de investigación como la inteligencia de negocios y mercadotecnia?](#)

El análisis PESTAL es una de las técnicas más utilizadas de análisis externo. El proceso que suele adoptarse cuando se emplea la técnica PESTAL es relativamente sencillo.

El análisis PESTAL (factores políticos, económicos, sociales, legales y ambientales) describe el marco de factores macro ambientales incluidos en el componente de escaneo ambiental del análisis estratégico externo.

Este modelo se ha ampliado añadiendo factores éticos y demográficos. Forma parte del análisis externo al realizarse un análisis estratégico o una investigación de mercado y comporta una visión general de los distintos factores macro ambientales que la organización debe tener en cuenta.

Al utilizar el análisis PESTAL, uno puede:

1. Descubrir problemas clave más allá del control de la organización, como los cambios en el escenario político que modifican las reglas capaces de ser implementadas en cualquier momento.
2. Identificar el impacto de cada problema.
3. Conocer lo importantes que son estos temas para la organización.
4. Calificar la probabilidad de que ocurran.
5. Considerar de manera práctica las implicaciones si el problema ocurriera.

Además de que el análisis estratégico puede llevar más tiempo de lo esperado y presentar muchas opciones a elegir, son considerablemente más las ventajas que les ofrece a los empresarios, si se toman en cuenta **la claridad y las mejoras competitivas** a que se tienen acceso.

Inscríbete al [Doctorado en Ciencias Empresariales](#) de la UP y vuélvete un experto en estrategia empresarial, inteligencia de negocios y mercadotecnia, y finanzas. Descarga nuestro plan de estudios aquí:

También podría interesarte:

[10 puntos clave para iniciar un proyecto de investigación empresarial](#)

[Las métricas más importantes para monitorear el desempeño de una empresa](#)

[¿Qué es la investigación empresarial y cuáles son sus beneficios?](#)

[¿Por qué la investigación académica juega un papel tan importante en la investigación empresarial?](#)

[¿Cómo es el proceso de investigación en las ciencias empresariales?](#)

ESCUELA EUROPIA DE MPRESAS

<https://escuelaeuropeadeempresa.eu/que-es-un-analisis-estrategico/>

MAR 2019

¿QUÉ ES UN ANÁLISIS ESTRATÉGICO?

Un análisis estratégico se puede definir como el proceso que lleva consigo el estudio, tanto a nivel interno como externo, de una empresa. Se realiza con el objetivo principal de llevar a cabo un plan de trabajo que ayude a tu negocio a conocer los aspectos que se deben mejorar, así como, aquellos puntos que funcionan y debes de potenciar.

Con este análisis conseguirás saber hacia dónde avanza tu empresa y te ayudará a tomar las medidas pertinentes. Existen dos tipos de análisis estratégico:

- Análisis interno. Lleva consigo una valoración del trabajo que realiza la empresa, se intenta conocer los puntos débiles de la organización y establecer posibles medidas para hacerlos desaparecer. Además, te ayuda a conocer la capacidad de tu empresa, es decir, hasta dónde puede llegar.
- Análisis externo. Se utiliza para conocer el sector. Se lleva a cabo una serie de mediciones que permiten conocer hacia donde se encamina el sector donde tu empresa trabaja y ayuda a saber qué nivel de satisfacción tienen los clientes.

LA IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS ESTRATÉGICO EN LAS EMPRESAS

Todas las empresas deben de realizar de manera periódica este tipo de análisis. Estamos en una época de continuo cambio por lo que un análisis estratégico permanente ayudará a tu negocio a permanecer actualizado con respecto a las novedades del sector. Conseguirás medir tus resultados y saber qué línea de trabajo debe de seguir tu organización.

Además, te ayuda a conocer a tus clientes, conocerás sus motivaciones, como piensan y que necesidades tienen. En definitiva, te proporcionará una información muy relevante para desempeñar tu trabajo.

BENEFICIOS DEL ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Trabajar para tu empresa siempre proporciona beneficios. Y este tipo de análisis está pensado para que tu empresa obtenga todos los beneficios posibles. El análisis estratégico está pensado para que las empresas obtengas las siguientes ventajas.

- Conocer la organización y su forma de trabajar
- Establecer medidas para mejorar puntos débiles
- Conocer el mercado
- Mejora en la estructuración
- Ayuda a conocer hacia donde avanza el sector

Desde Escuela Europea de Empresas somos conscientes de la importancia de realizar un análisis estratégico, por ello ponemos a su disposición cursos que te enseñarán la forma de realizar este análisis y te proporcionará la formación necesaria para que sepas como potenciar tu empresa.

CONSIDERACIONES PARA EL ANÁLISIS ESTRATÉGICO INTERNO EN UNA ORGANIZACIÓN

<https://www.auditool.org/blog/auditoria-interna/6709-consideraciones-para-el-analisis-estrategico-interno-en-una-organizacion>

CREADO: 23 AGOSTO 2019

El **análisis estratégico interno** tiene una participación importante dentro de una auditoría, pues es aquí donde se considera la forma en que el cliente lleva y conduce su negocio según lo estipuló en su planeación estratégica; es por esto que se analizan algunos criterios como:

- El plan estratégico y su desarrollo
- El proceso administrativo
- La claridad de la comunicación y desarrollo de estrategias, planes y procedimientos para la mejora continua del control interno.

El **análisis estratégico interno** evalúa los procedimientos internos que desarrolla el cliente, basándose, primeramente, en la situación del mercado, dando lugar a la toma de decisiones oportunas para el negocio, requiriendo de una capacidad autocrítica y auto evaluativa. Así mismo, se hace necesario revisar cada una de las capacidades de la empresa que son imprescindibles para alcanzar las metas y los objetivos, los cuales son únicamente responsabilidad de un control interno efectivo y una retroalimentación eficaz.

Para estudiar los factores internos, es necesario identificar todo de manera táctica, para así determinar las áreas que funcionan dentro del negocio y que el cliente debe evaluar para entender y analizar las fortalezas, debilidades y carencias, destrezas, ventajas, y factores claves de éxito para comprender el negocio. El conocimiento interno en un proceso de auditoría garantiza el progreso y el cumplimiento de la finalidad del encargo, puesto que el entendimiento del negocio es un objetivo clave para lograr una buena auditoría.

Este análisis es bastante extenso porque todas las respuestas se encuentran en los procesos, procedimientos, decisiones, recursos, estados y demás movimientos que diariamente el negocio realiza para la prestación de su servicio o la fabricación y comercialización de su producto; es por esto que cada organización debe identificar y establecer el proceso bajo el cual empezará a evaluarse internamente, por tanto, el análisis estratégico interno tiene como propósito ayudar al auditor a juzgar eficazmente las implicaciones de las estrategias y de los procesos de administración del cliente, con respecto a la auditoría.

Esto incluye considerar:

- Si son apropiadas las presunciones relacionadas con las opciones contables básicas y con las revelaciones.
- El punto hasta el cual los riesgos de negocios quedan reflejados en las estimaciones y valuaciones contables.
- Cómo los riesgos estratégicos del cliente pueden afectar la necesidad de trabajos adicionales de auditoría, a niveles de proceso o de transacción.

La plenitud de todo análisis que se centre en identificar las situaciones internas y externas de una organización para un entendimiento real, se le denomina **Análisis Estratégico**; que, si bien su nombre es simple considerando todo lo anteriormente abarcado, es el proceso que se establece para investigar sobre un entorno de negocios dentro del cual opera una organización, con el fin de formular estrategias que permitan la toma asertiva de decisiones y el cumplimiento de la planeación estratégica.

Se debe aclarar que no existen pasos analíticos específicos para la realización de un análisis estratégico, pues depende de quién la realice, qué enfoque se le dé y cómo se desarrollan los puntos y criterios a tratar.