
EL PUNTO DE PARTIDA DEL PLAN ESTRATÉGICO

El Análisis de la Situación



STRATGIA
Su apoyo estratégico

El Análisis de la Situación



Una de las piezas claves en el planeamiento estratégico de nuestra empresa involucra el contar con un buen análisis de la situación; es decir, dónde nos encontramos en este momento. De esta forma podemos planificar de forma efectiva el camino hacia los resultados deseados. Sin embargo, ésta es una de las etapas de la planificación en la que muchas veces perdemos la paciencia, no le prestamos atención, no la realizamos a consciencia o, por último, nos la saltamos para definir directamente qué hacer. ¡Grave error! Es casi imposible definir la ruta a seguir cuando no sabemos cuál es nuestro punto de partida. Así que paciencia, analiza la situación y eso facilitará el proceso de planificación.

El **análisis FODA**, una de las herramientas para realizar el **análisis de la situación**, nos permite entender claramente el entorno y lo que somos. En el **análisis FODA** resaltamos las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes. Es importante porque nos permite identificar los factores internos - sobre los que tenemos control - y los externos - sobre los que no - que podrían impactar positiva o negativamente en nuestra organización. En este proceso debemos siempre evaluar y tener en cuenta aquellos factores que regulan la habilidad y capacidad de nuestra empresa para seguir adelante, generar cambios y sobre todo, diferenciarse.

Dentro de las áreas de enfoque en el **análisis de la situación**, está la detección de oportunidades y amenazas, aquellas fuerzas externas, no controlables, que pueden impactar en el éxito de nuestro negocio. Esto nos permitirá prepararnos.

Es sumamente importante que periódicamente podamos revisar los factores internos para entender qué hacemos bien y qué debemos mejorar. Estas son perfectamente controlables, por lo que con el debido análisis es posible mejorar nuestras debilidades y capitalizar las fortalezas.

Además, debemos entender los factores externos que impactan nuestro negocio. El cambio, definitivamente, impacta desde diferentes ángulos. Por lo que dentro de los puntos a tener siempre en cuenta debemos considerar:

- 1) Estar atentos a los cambios en el consumidor, sus necesidades, preferencias, comportamientos, actitudes, etc.
- 2) Reconocer los cambios en el mercado y la competencia como la introducción de nuevos productos, la modificación de los actuales, las estrategias de marketing, nuevos canales de comunicación, etc.
- 3) Estar alertas a los factores externos como la estacionalidad o el económico que podrían mostrarnos una amenaza o una oportunidad.

4) Entender a la competencia y a los productos sustitutos.

5) Comprender a los proveedores e identificar el valor que tienen para nuestra empresa, así como su poder de negociación.

Pero, el análisis FODA también tiene un lado negativo. Nos ayuda a identificar y comprender aquellos temas claves que impactan nuestro negocio, pero no necesariamente nos da las soluciones. El saber qué esperamos alcanzar hará más útil el análisis para nuestro negocio y nos ahorrará tiempo.

Debemos tener en cuenta que el análisis FODA es sólo una etapa de todo el proceso de planificación y que para temas complejos, como parte del análisis de la situación, requeriremos conducir investigaciones y análisis mucho más profundos para tomar decisiones.

El análisis FODA puede ser limitante porque no nos ayuda a priorizar. Ilustra una situación pero no nos provee soluciones o alternativas para la toma de decisiones. Puede llevarnos a generar muchas ideas, pero no nos ayuda a escoger la mejor. Puede producir mucha información, pero no todo es relevante por lo que es importante seleccionar lo más importante. No dependamos sólo del análisis FODA en nuestro proceso de planificación.

Recordemos, que el análisis de la situación nos permite recolectar y evaluar información pasada y presente con respecto al entorno de nuestra empresa, así como identificar los factores internos y externos que pueden influir e impactar positiva o negativamente en su desempeño. Nos ayuda a definir las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a tener presente en la actualidad y en el futuro.

El gran desafío al final de este proceso no será sólo satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, sino la habilidad de diferenciarnos y satisfacerlas mejor que la competencia conociendo dónde nos encontramos y el camino hacia dónde debemos ir.



www.stratgia.com
Teléfono:
(511) 364-5311
Información:
servicioalcliente@stratgia.com

