

PROPÓSITO:**GUIA 04**

Reconocer que el análisis de la situación es importante para lograr un buen diagnóstico

MOTIVACIÓN:

La zorra y las uvas



Una zorra que tenía mucha hambre, al ver colgando de una parra unos deliciosos racimos de uvas, quiso atraparlos con su boca. Como no pudo alcanzarlos, se alejó diciéndose: ¡Ni me agradan, están tan verdes...!

Lección: No culpes a los demás (o la situación) de lo que no puedes lograr. Éste es un mal muy común en los **managers terribles** y en los directivos poco efectivos: Culpar a su equipo por la falta de resultados para evitar salir dañado. Lo cierto es que los resultados de tus colaboradores son resultado de tus **habilidades directivas**; así que acepta tu responsabilidad y convierte esas uvas en tu siguiente meta.

También, esta fábula puede aplicar a los emprendedores que buscan “excusas” y razones de sus **fracasos**. Si tu negocio no consigue despegar y fracasas, nunca digas que en realidad no te interesaba o que el mercado no estaba preparado o que los inversionistas no cumplieron. Si alcanzas las deliciosas uvas es únicamente porque te esforzaste en hacerlo, invirtiendo tiempo y dinero en tus estrategias; al final, todo dependerá de ti.

EXPLICACIÓN:

El **análisis de la situación** se trata de una revisión detallada de la **situación** en sí, y permite la comprensión de muchos factores contextuales, tales como: tipos y alcance de la violencia contra mujeres y niñas. necesidades de la población. fortalezas y debilidades de los servicios disponibles.

Una de las principales necesidades de los emprendedores es conocer la situación actual de la empresa. La idea es tener un claro entendimiento del entorno de actuación, de las fortalezas y debilidades del proyecto y las posibles mejoras que se pudieran adoptar para mejorar constantemente. Este es un proceso que permitirá tener claro los pasos a seguir para lograr el éxito empresarial.

Análisis Interno

Consiste en detectar las fortalezas y debilidades de la empresa que originen ventajas o desventajas competitivas. Para llevarlo a cabo se estudian los siguientes factores:

Producción. Capacidad de producción, costes de fabricación, calidad e innovación tecnológica.

Marketing. Línea y gama de productos, imagen, posicionamiento y cuota en el mercado, precios, publicidad, distribución , equipo de ventas, promociones y servicio al cliente.

Organización. Estructura, proceso de dirección y control y cultura de la empresa.

Personal. Selección, formación, motivación, remuneración y rotación.

Finanzas. Recursos financieros disponibles, nivel de endeudamiento, rentabilidad y liquidez. **Investigación y Desarrollo .** Nuevos productos, patentes y ausencia de innovación.

El análisis externo

Se trata de identificar y analizar las amenazas y oportunidades de nuestro mercado. Abarca diversas áreas:

Mercado. Definir nuestro target y sus características. También los aspectos generales (tamaño y segmento de mercado, evolución de la demanda, deseos del consumidor) , y otros de comportamiento (tipos de compra, conducta a la hora de comprar).

Sector. Detectar las tendencias del mercado para averiguar posibles oportunidades de éxito, estudiando las empresas, fabricantes, proveedores, distribuidores y clientes .

Competencia. Identificar y evaluar a la competencia actual y potencial. Analizar sus productos, precios, distribución, publicidad, etc.

Entorno. Son los factores que no podemos controlar, como los económicos, políticos, legales, sociológicos, tecnológicos, etc.

EJERCICIOS:

1. realizo un diagnostico sobre la pandemia
2. realizo un análisis interno sobre la pandemia
3. realizo un análisis externo sobre la pandemia

EVALUACIÓN:

- 1 Que es el **análisis de la situación?**
2. explique el análisis interno
3. explique el análisis externo

BIBLIOGRAFÍA:

<https://cei.es/analisis-situacion-actual-empresa/>

<https://www.endvawnow.org/es/articles/334>