

A top-down view of several hands of different skin tones reaching towards the center, each holding a light-colored wooden puzzle piece. The pieces are being assembled into a circular pattern. The background is a light, neutral color.

UNIDAD 1- PARTE II

MATRIZ FODA

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

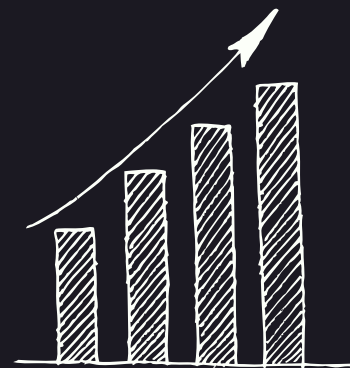
¿QUE TE IMAGINAS QUE ES
Y PARA QUE PUEDE SERVIR?



FORTALEZAS



DEBILIDADES



OPORTUNIDADES



AMENAZAS

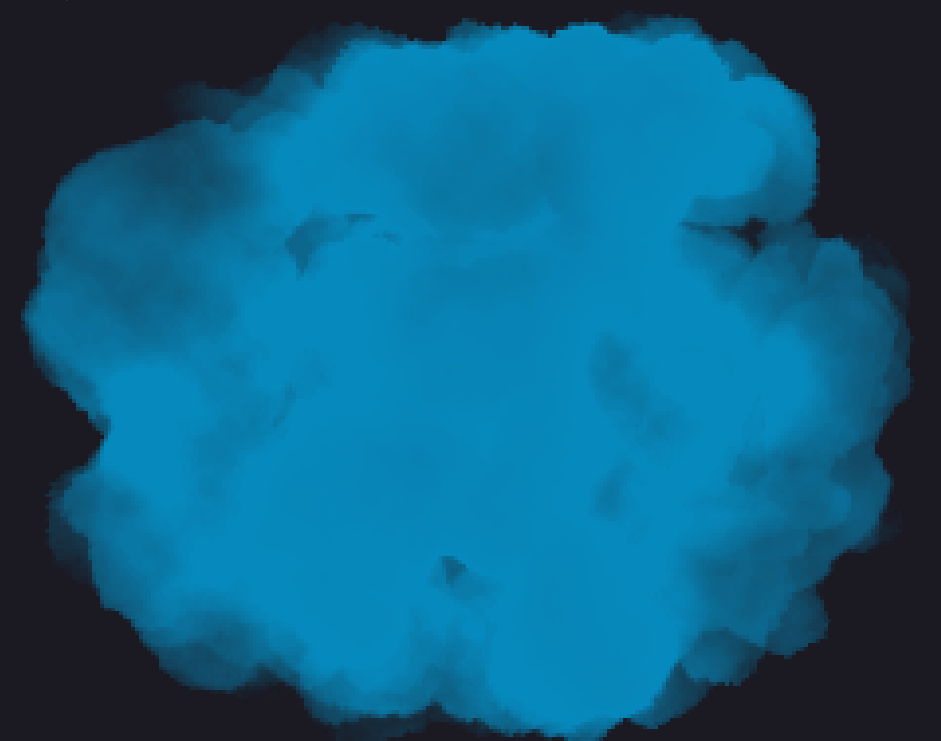
¿QUÉ ES UN ANÁLISIS FODA?

El Análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir las oportunidades y amenazas. Es un ejercicio introspectivo de diagnóstico empresarial, en donde se realiza la *identificación* a través de un análisis previo, con la mayor objetividad posible, de las características propias de la organización o persona que la hacen fuerte ante los competidores, y que la distinguen de la competencia. También se *identifican* las debilidades, o sea aquellas características o áreas en las que se encuentran en desventaja con respecto al resto de la comunidad empresarial y que hace falta mejorar o fortalecer para equilibrar el desempeño global de la entera organización.

¿PARA QUE SIRVE EL FODA?

- 1- Permite valorar la posición de la empresa en el tiempo, ya que sus componentes son dinámicos y no estáticos.
- 2- Su implementación en el proceso de planeación estratégica se considera funcional cuando las debilidades se ven disminuidas, las fortalezas son incrementadas, el impacto de oportunidades es capitalizado en el alcance de los objetivos de la empresa, los cuales principalmente son: sobrevivencia en el mercado y elevar el nivel de ganancias.
- 3- Sirve como un filtro que reduce nuestro universo de análisis disminuyendo nuestra necesidad de procesamiento.
- 4- Es una herramienta de mucha importancia para identificar los giros estratégicos que los empresarios tienen que realizar .
- 5- Brinda información de diagnóstico para la adecuada toma de decisiones.

Para Porter las fortalezas y debilidades son las capacidades, el estudio tanto de los aspectos fuertes como débiles de las organizaciones POR EJEMPLO productos, distribución, comercialización y ventas, operaciones, investigación e ingeniería, costos generales, estructura financiera, organización, habilidad directiva, comunicación, imagen, etc.



VARIABLES

FORTALEZAS

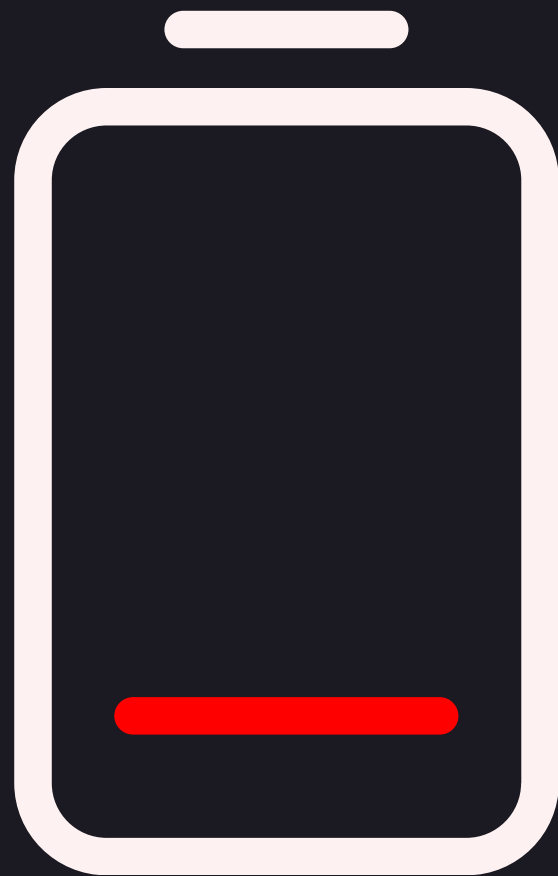
Función que realiza la organización de manera correcta, como son ciertas capacidades especiales por las que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Son los recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se tienen y actividades que se desarrollan positivamente.

¿Qué cosas son las que tu empresa hace muy bien, mejor que muchas otras?

¿Tu empresa es fuerte en el mercado o en el segmento al que apunta? ¿Por qué?

¿El equipo de gente está comprometido con la empresa y con la visión a futuro?

DEBILIDADES



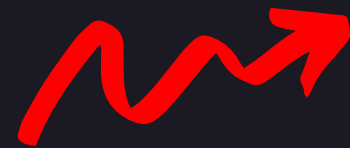
Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Son los recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc. pero que podemos tener influencia sobre ellas al conocerlas, para reducir sus efectos en la empresa.

¿CUÁLES SON LAS RAZONES DE LOS PROBLEMAS EXISTENTES?

¿Los defectos vienen de la mano de *insuficientes* recursos o de una mal asignación de los mismos?

OPORTUNIDADES

LA OPORTUNIDAD EN EL MEDIO ES UN FACTOR DE GRAN IMPORTANCIA QUE PERMITE DE ALGUNA MANERA MOLDEAR LAS ESTRATEGIAS DE LAS ORGANIZACIONES.



Variables que resultan positivas, favorables, explotables y que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, ya que permiten obtener ventajas competitivas con respecto a otras

¿El mercado en el que opera tu empresa está en crecimiento?

¿Los productos o servicios satisfacen las tendencias de consumo, o podrían adaptarse para hacerlo?

¿Existen nuevas tecnologías o cambios en el marco regulatorio que tu empresa pueda aprovechar?

Situaciones que provienen del entorno (variables externas) y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización, difícilmente podemos incidir en estas, sin embargo es esencial conocerlas para minimizar la capacidad que tienen de afectarnos.

AMENAZA



¿Qué cosas hacen los competidores de mejor forma que tu empresa?

¿Qué obstáculos legales, impositivos o normativos enfrenta tu negocio?

¿Existen nuevas tecnologías o modas de consumo que amenazan el futuro de tus productos o servicios?

ESTRATEGIAS

Las estrategias se trazan comparando fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades.

ENFOQUE DE ÉXITO

¿De qué forma podemos usar nuestras fortalezas para aprovechar nuestras oportunidades?

ENFOQUE DE REACCIÓN

¿Cómo se pueden usar nuestras fortalezas para mitigar las amenazas?

ENFOQUE DE ADAPTACIÓN

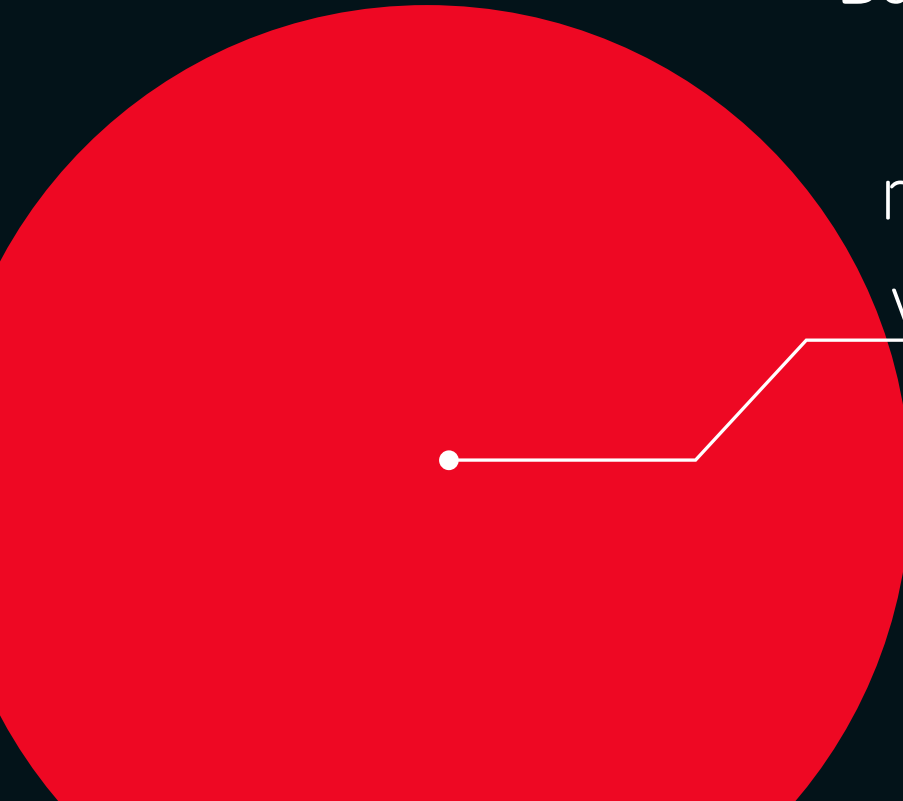
¿Cómo podemos aprovechar las oportunidades para corregir nuestras debilidades?

ENFOQUE DE SUPERVIVENCIA

¿Cómo podemos mantenernos en pie aun con las amenazas vistas?



COSTO DE OPORTUNIDAD



Costo de Oportunidad son términos usados para definir el costo de una oportunidad que se ha dejado de lado. Lo que se ha dejado de ganar. Básicamente, sigue la línea de que una situación fue rechazada para dar espacio para la realización de otra. Estos costos pueden ser tanto monetarios como sociales, partiendo del principio de que representa el valor asociado a la mejor alternativa no elegida. Cuando hay más de una opción de inversión, es muy importante pensar en el Costo de Oportunidad como ventaja o desventaja de la elección hecha.



OTRAS MATRICES PARA LA TOMA DE DECISIONES

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

Matriz CPM							
		Tu empresa		Empresa A		Empresa B	
Factor crítico de éxito	Peso	Clasificación	Puntuación	Clasificación	Puntuación	Clasificación	Puntuación
Reputación de la marca	0,13	2	0,26	3	0,39	1	0,13
Nivel de integración de productos	0,08	4	0,32	3	0,24	1	0,08
Rango de productos	0,08	3	0,24	1	0,08	2	0,16
Nuevas introducciones exitosas	0,04	3	0,12	3	0,12	3	0,12
Participación de mercado	0,14	2	0,28	4	0,56	4	0,56
Ventas por empleado	0,08	1	0,08	2	0,16	3	0,24
Estructura de bajo costo	0,05	1	0,05	3	0,15	4	0,2
Variedad de los canales de distribución	0,07	4	0,28	2	0,14	2	0,14
Retención de consumidores	0,02	2	0,04	4	0,08	1	0,02
Capacidad tecnológica	0,11	3	0,33	4	0,44	4	0,44
Ventas online	0,15	3	0,45	3	0,45	4	0,6
Promociones	0,05	1	0,05	2	0,10	1	0,05
Total	1,00	-	2,50	-	2,91	-	2,74

OTRAS MATRICES PARA LA TOMA DE DECISIONES



5 FUERZAS DE PORTER

VEAMOS UN EJEMPLO JUNTOS



FORTALEZAS

DEBILIDADES

OPORTUNIDADES

AMENAZAS

IDENTIDADES FALSAS - HACKEO - TENDENCIA A LA VIRTUALIDAD - FACIL DE USAR - CRECIMIENTO DE TIKTOK - GROOMING - ESTABLECE RELACIONES SOCIALES - EDITAR HISTORIAS - ROBO DE IDENTIDAD - APLICACION GRATUITA - SERIE: EL DILEMA DE LAS REDES - NUEVO CANAL DE VENTA - FALENCIA EN CRITERIO DE CONTENIDO - PANDEMIA (AISLAMIENTO) -

GRACIAS