

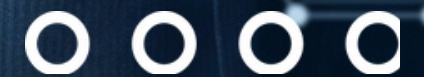


¡BIENVENIDOS!





CÓMO HACER UN ANÁLISIS FODA



ANTONIO ATILANO

BUSINESS COACH

PERFIL

Especialista en Brand Management.

ÁREAS DE ESPECIALIDAD

- Mercadotecnia
- Comunicación corporativa interna y externa
- Publicidad

FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

DOCTORADO EN DIRECCIÓN Y MERCADOTECNIA (EN CURSO)

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP).

MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

Universidad Anáhuac México Norte.

DIPLOMADO EN MARKETING FUNCTION

Universidad Anáhuac México Norte.

LICENCIATURA EN RELACIONES COMERCIALES

Instituto Politécnico Nacional (IPN).

EXPERIENCIA

DIRECTOR DE MERCADOTECNIA Y COMUNICACIÓN
Acciona México.

GERENTE DE MERCADOTECNIA
TYCO, ADT, GDF SUEZ y MaxiGas Natural.

LÍDER DE MERCADOTECNIA
Bridgestone Firestone.

DOCENTE DE LICENCIATURA Y POSGRADOS
Universidad Anáhuac México Norte, Sur y Puebla, Universidad Iberoamericana y UPAEP.

¿Qué es?



El *análisis FODA* es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acorde con los objetivos y políticas formulados.

¿Para qué sirve? o ¿Cuándo se utiliza?

El FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de la corporación y en diferentes tipos de análisis tales como producto, mercado, producto-mercado, línea de productos, corporación, empresa, división, unidad estratégica de negocios, etc.

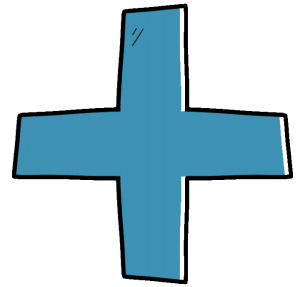
Luego de analizar, se deben tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.



El FODA es un análisis valioso sólo si se consideran la estrategia, la cultura, los recursos, los mercados, y la administración



¿Cuáles son las variables que emplea?



Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.



Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización

ESTRATEGIAS

- ¿Cómo se puede detener cada debilidad?
- ¿Cómo se puede aprovechar cada fortaleza?
- ¿Cómo se puede explotar cada oportunidad?
- ¿Cómo se puede defender de cada amenaza?



Paso por paso...

El análisis y matriz FODA suele seguir estas fases:

Identificar los criterios de análisis.

Establecimiento de objetivos o metas

Es importante señalar claramente, las metas a alcanzar, con objetivos específicos y sobre todo evaluables, para así retroalimentar la estrategia a lo largo del tiempo



Se elabora en listado (fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades)

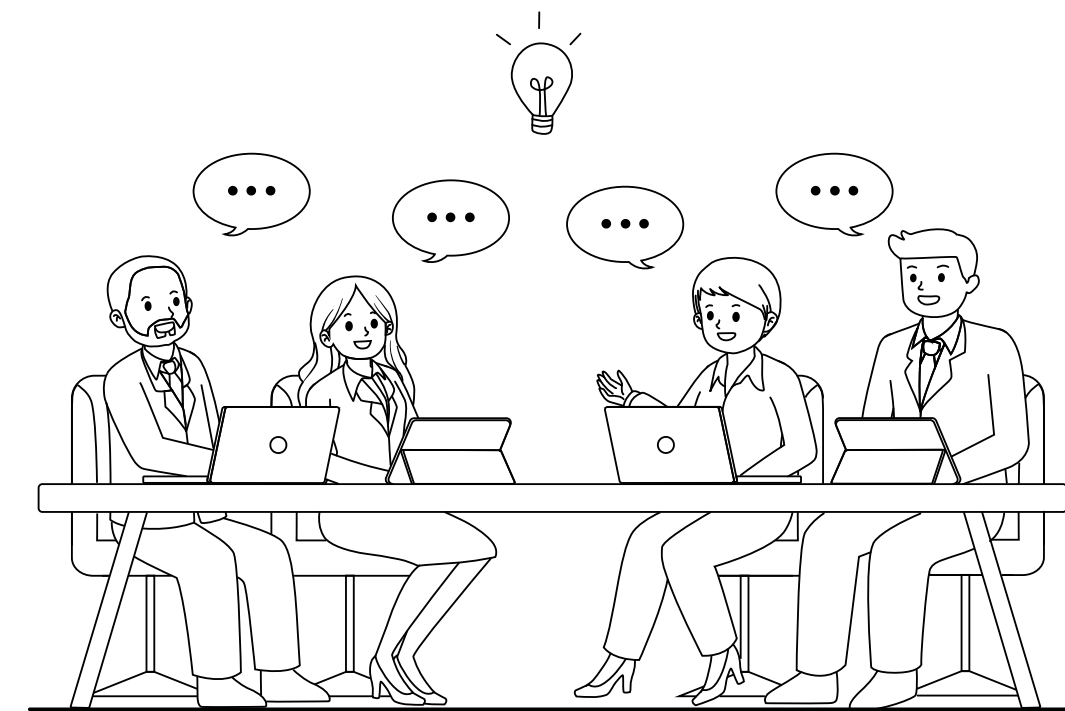
Análisis externo

¿Cuáles son las oportunidades que ofrece el entorno y como se pueden aprovechar?

Las oportunidades hacen referencia a factores externos atractivos y positivos

¿Qué tipo de amenazas hay en el entorno y cómo se pueden evitar o eliminar?

Las amenazas hacen referencia a factores externos, más allá del control de la empresa, equipo o persona, y que pueden poner en riesgo la consecución de los objetivos propuestos.



Se elabora en listado (fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades)

Análisis interno

¿Cuáles son las fortalezas de la empresa, equipo o producto y cómo se pueden potenciar?
Las fortalezas hacen referencia a atributos propios de la empresa, equipo o producto de mercado signo positivo

¿Cuáles son las debilidades de la empresa, equipo o producto y cómo se pueden limitar o eliminar?

Las debilidades hacen referencia a rasgos que aunque están bajo el control de la empresa, equipo o producto limitan su capacidad para alcanzar los objetivos deseados



Asignación de una ponderación para cada una de las fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas.

Esta puede ser 1, 2 y 3; donde 1 es el valor más fuerte y 3 el más débil

Se ordenan de acuerdo a su importancia (ponderación)

Trazar la matriz FODA.

Vaciar el listado F, O, D y A en cada cuadrante



Y empezar a adecuar las estrategias FO, DO, FA y DA

Se debe asignar a cada estrategia generada recursos (tiempo, apoyos, costos, etc.), es decir cuándo debe realizarse, quién lo va a hacer, qué va a hacer, etc.

Se empieza enfrentando variables: fuerte con fuerte, pero no es una regla fija que deba ser. Esta parte requiere análisis y reflexión por parte del estratega, es un trabajo de adecuación



La presentación de la Matriz de estrategias debe incluir el análisis de las acciones a realizar:

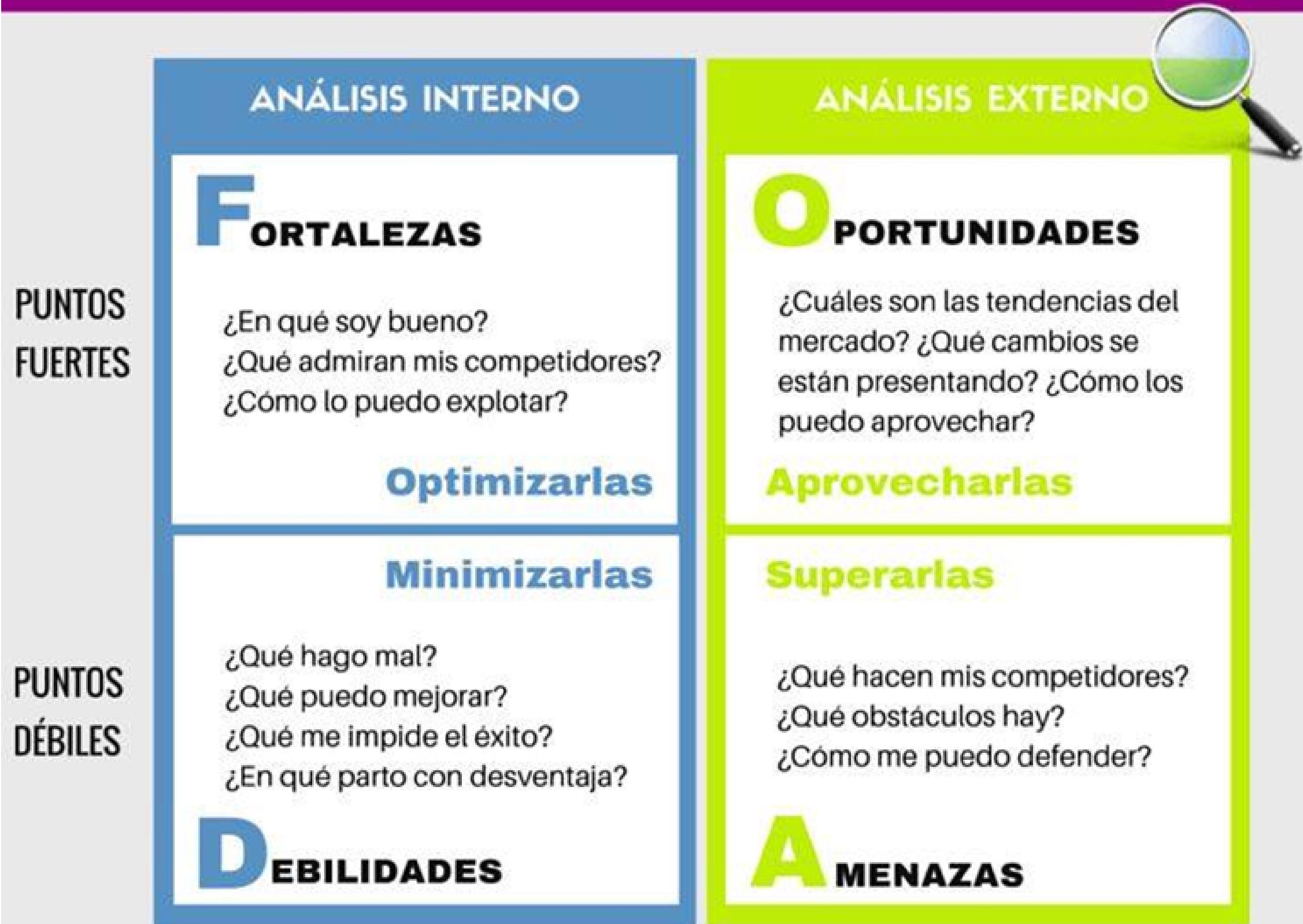
Con sus cronogramas de trabajo y sus correspondientes líderes en cada etapa. Incluir costos y posible presupuesto para la ejecución de cada actividad. De acuerdo a la planeación estratégica, esto se da en la segunda fase.



<p style="text-align: center;">Definición de estrategias a partir del Análisis FODA</p>		INTERNOS	
		<p>Fortalezas: capacidades especiales con que cuenta la empresa, producto, servicio, etc., y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.</p>	<p>Debilidades: aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, factores que evitarán el éxito del objetivo planteado</p>
EXTERNOS	<p>Oportunidades: aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, producto, servicio, etc., y que permiten obtener ventajas competitivas</p>	<p>Estrategias (FO) (maxi-maxi) Planes conducentes a potencializar y asegurar el éxito del proyecto. Presentar acciones que permitan aprovechar al máximo estas fortalezas</p>	<p>Estrategias (DO) (mini-maxi) Oportunidades de mejora_ planes conducentes que representan ajustes positivos para el proyecto_.</p>
	<p>Amenazas: aquellas situaciones que provienen del entorno y que afectan el éxito del objetivo planteado</p>	<p>Estrategias (FA) (maxi-mini) Planes conducentes a fortalezas externas que de una u otra manera ponen en riesgo el éxito del proyecto. Prioridad ALTA, establecer acciones que contengan o minimicen los efectos negativos en el proyecto</p>	<p>Estrategias (DA) (mini-mimi) Planes conducentes a cada una de las debilidades que se consideran como amenaza para el éxito del proyecto. Nivel de prioridad ALTO</p>

	Internos	Entorno
Positivos	<p>¿Cuáles son tus fortalezas en comparación con tus competidores?</p> <p>¿Estás aprovechando al máximo tus fortalezas?</p>	<p>¿Qué oportunidades hay en el mercado?</p> <p>¿Qué estás haciendo para apoderarte de esas oportunidades?</p>
Negativos	<p>¿Cuáles son tus debilidades?</p> <p>¿Qué estás haciendo para fortalecer tus puntos débiles y disminuir tu vulnerabilidad?</p>	<p>¿Cuáles son tus amenazas?</p> <p>¿Estás considerando un plan alternativo en caso que esas amenazas se hagan realidad?</p>

MATRIZ FODA (análisis de la situación)





AMENAZAS

Situaciones que provienen del entorno atentando contra la estabilidad de la organización.

Ejemplos:

Conflictos Gremiales
Regulación Desfavorable
Cambios en la Legislación

FORTALEZAS

Capacidades especiales y recursos con que cuenta la empresa.



Ejemplos:

Buen ambiente laboral
Proactividad en la gestión
Conocimiento del mercado

Análisis FODA

Ejemplos:

Salarios bajos
Equipamiento viejo
Falta de capacitación

DEBILIDADES

Factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.



Ejemplos:

Regulación a favor
Competencia Débil
Mercado mal atendido

OPORTUNIDADES

Factores que resultan positivos y favorables en el entorno de la empresa.



FORTALEZAS

Capacidades especiales y recursos con que cuenta la empresa.



Ejemplos:

Buen ambiente laboral
Proactividad en la gestión
Conocimiento del mercado

lisis

FO

Ejemplos:

Salarios bajos
Equipamiento viejo
Falta de capacitación

DEBILIDADES

Factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.



MKT

DA

Ejemplos:

Regulación a favor
Competencia Débil
Mercado mal atendido

OPORTUNIDADES

Factores que resultan positivos
y favorables en el entorno
de la empresa.



Total



AMENAZAS

Situaciones que provienen del entorno atentando contra la estabilidad de la organización.

Ejemplos:

Conflictos Gremiales
Regulación Desfavorable
Cambios en la Legislación

Aná

¡MUCHAS GRACIAS!



Puebla
Contigo y con rumbo
Gobierno Municipal

GRACIAS

¿DUDAS?

CONTACTO



@barrera.business.development



@barrera_mexico



/coachdanielbarrera



223 113 7787
