



Unidad 3

Análisis y Evaluación

Objetivo:

El alumno evaluará el desempeño de cada unidad operativa a través de técnicas de análisis y evaluación de procesos para mejora de los mismos al interior de cada unidad operativa

FODA

Análisis para identificar las fortalezas,
oportunidades, debilidades y amenazas de
una empresa



FODA

- La matriz FODA es un marco conceptual para un análisis sistemático que facilita la articulación de las amenazas externas y las oportunidades con las debilidades y las fortalezas internas de la organización.



FODA

- **Analizar la situación competitiva** de una compañía o incluso de una nación que conduzca al desarrollo de cuatro conjuntos distintos de alternativas estratégicas.



<div>Factores internos</div> <div>Factores externos</div>	Fortalezas internas (F)	Debilidades internas (D)
	<p>como las administrativas, operativas, financieras, de marketing, investigación y desarrollo e ingeniería</p>	<p>como las de las áreas mostradas en el recuadro de Fortalezas</p>
Oportunidades externas (O) (Incluidos los riesgos) como las condiciones económicas actuales y futuras, los cambios políticos y sociales, y nuevos productos, servicios y tecnologías	<p>Estrategia FO: maxi-maxi</p> <p>Es potencialmente la estrategia más exitosa, pues utiliza las fortalezas de la organización para aprovechar las oportunidades</p>	<p>Estrategia DO: mini-maxi</p> <p>Como una estrategia de desarrollo para superar debilidades y así aprovechar las oportunidades</p>
Amenazas externas (A) Como los fallos en el suministro de energía, la competencia y áreas similares a las del recuadro Oportunidades	<p>Estrategia FA: maxi-mini</p> <p>Uso de las fortalezas para hacer frente o evitar las amenazas</p>	<p>Estrategia DA: mini-mini</p> <p>Como la reducción, liquidación o conversión para minimizar las debilidades y amenazas</p>



- Las **Fortalezas** deben utilizarse;
- Las **Oportunidades** deben aprovecharse;
- Las **Debilidades** deben eliminarse y
- Las **Amenazas** deben sortearse...



Analizar la situación
competitiva de un ingeniero
egresado de UTT por medio
de una matriz FODA.



Estrategia FO

Situación más deseable de una compañía. La meta de una empresa es pasar de las otras posiciones en la matriz a esta. Si tiene debilidades, se esforzarán por superarlas y convertirlas en fortalezas, para con ellas enfrentar las amenazas, de tal modo que se puedan concentrar en las oportunidades.



Estrategia FA

- La meta es maximizar las fortalezas a la vez que se minimizan las amenazas. Así, una compañía aprovecha sus fortalezas tecnológicas, financieras, administrativas o de marketing para hacer frente a la amenaza que representa un nuevo producto introducido por su competidor.



Estrategia DO

- Minimizar las debilidades y maximiza las oportunidades. Una empresa con ciertas debilidades en algunos aspectos puede fortalecerlas internamente o adquirir del exterior las capacidades necesarias (tecnología, personas con habilidades necesarias) y así aprovechar las oportunidades del ambiente externo.



Estrategia DA

- Minimizar tanto las debilidades como las amenazas y puede llamarse estrategia “mini-mini”. Por ejemplo, puede requerir que la compañía forme una *joint venture*, que reduzca sus gastos o incluso que se liquide.



Actividades conjuntas

- Siempre que dos socios consideren la realización de actividades conjuntas, es prudente analizar las fortalezas y debilidades de cada uno, así como sus oportunidades y sus amenazas. Además, se deberían considerar sus estrategias alternativas antes de su asociación: estas dos matrices FODA proporcionan un mejor entendimiento de los socios en prospecto antes del enlace real. Por ejemplo, las fortalezas y debilidades complementarias podrían dar como resultado una ventaja competitiva para ambas compañías.
- Identificación de problemas potenciales en asociaciones menos rígidas, como una alianza estratégica.



joint venture (JV)

En el mundo, varias compañías grandes se asocian con diferentes objetivos a través del joint venture. Ejemplos famosos:

1. Nokia y Siemens

En el 2006, la alemana Siemens y la finlandesa Nokia, dos gigantes de la **telefonía móvil mundial**, anunciaron la formación de una joint venture llamada Nokia Siemens Networks, en Finlandia. La idea surgió gracias a otras uniones de empresas del campo. El lanzamiento oficial ocurrió en febrero de 2007.



joint venture (JV)

2. Sony Ericsson

Sony Ericsson, es una de las empresas más conocidas de joint venture del mundo, fué una unión entre Sony y la empresa sueca Ericsson, fabricante de **equipos de telecomunicaciones**. La compañía sueca utilizaba chips producidos por Phillips, pero un incendio en marzo del 2000 destruyó sus instalaciones. Al enfrentar dificultades cada vez mayores, la empresa obtuvo la colaboración de Sony en 2012, y la sede se trasladó de Suecia a Japón.



joint venture (JV)

3. Hisun-Pfizer

La empresa más grande de **medicamentos** del mundo, Pfizer, se unió con una compañía farmacéutica china, Zhejiang Hisun, y formaron una joint venture acogida en la ciudad de Hangzhou. La unión de la empresa vino después que Pfizer detectó una baja en sus ventas, y también por identificar el potencial del mercado chino: de acuerdo con la compañía, hasta el final de 2015 el país será el segundo mayor mercado de fármacos del planeta.



- En el análisis de la matriz FODA se demostró que las compañías podrían usar sus fortalezas y superar sus debilidades aprovechando las oportunidades y enfrentando las amenazas.
- La estrategia potencialmente más exitosa consiste en usar los puntos fuertes de la empresa y en tomar ventaja de las oportunidades.

