

## **ANÁLISIS FODA.**

El análisis FODA es un diagnóstico que permite visualizar potencialidades y limitantes de la empresa tanto a lo interno como a lo externo, con miras a la elaboración de un plan estratégico. Con la mayor explicación de cada uno de los elementos que constituyen el FODA, se pretende planear con el objetivo de mejorar lo bueno que se tiene, eliminar o disminuir lo malo, aprovechar al máximo las oportunidades del entorno y evitar o disminuir los efectos de las amenazas.

**En términos generales el FODA se determina:**

### **Análisis Externo**

La organización no existe ni puede existir fuera de un ambiente, fuera de ese entorno que le rodea; así que el análisis externo permite fijar las oportunidades y amenazas que el contexto puede presentarle a una organización.

### **Oportunidades**

Las oportunidades son aquellos factores, positivos, que se generan en el entorno y que, una vez identificados, pueden ser aprovechados.

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

- ¿A qué buenas oportunidades se enfrenta la empresa?
- ¿De qué tendencias del mercado se tiene información?
- ¿Existe una coyuntura en la economía del país?
- ¿Qué cambios de tecnología se están presentando en el mercado?
- ¿Qué cambios en la normatividad legal y/o política se están presentando?
- ¿Qué cambios en los patrones sociales y de estilos de vida se están presentando?

### **Amenazas**

Las amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearlas.

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

- ¿A qué obstáculos se enfrenta la empresa?
- ¿Qué están haciendo los competidores?

¿Se tienen problemas de recursos de capital?

¿Puede alguna de las amenazas impedir totalmente la actividad de la empresa?

### **Análisis Interno**

Los elementos internos que se deben analizar durante el análisis DAFO corresponden a las fortalezas y debilidades que se tienen respecto a la disponibilidad de recursos de capital, personal, activos, calidad de producto, estructura interna y de mercado, percepción de los consumidores, entre otros.

El análisis interno permite fijar las fortalezas y debilidades de la organización, realizando un estudio que permite conocer la cantidad y calidad de los recursos y procesos con que cuenta el ente.

Para realizar el análisis interno de una corporación deben aplicarse diferentes técnicas que permitan identificar dentro de la organización qué atributos le permiten generar una ventaja competitiva sobre el resto de sus competidores.

### **Fortalezas**

Las Fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

¿Qué ventajas tiene la empresa?

¿Qué hace la empresa mejor que cualquier otra?

¿A qué recursos de bajo coste o de manera única se tiene acceso?

¿Qué percibe la gente del mercado como una fortaleza?

¿Qué elementos facilitan obtener una venta?

### **Debilidades**

Las Debilidades se refieren, por el contrario, a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización. También se pueden clasificar: Aspectos del Servicio que se brinda, Aspectos Financieros, Aspectos de Mercado, Aspectos Organizacionales, Aspectos de Control.

Las Debilidades son problemas internos, que, una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

¿Qué se puede mejorar?

¿Que se debería evitar?

¿Qué percibe la gente del mercado como una debilidad?

¿Qué factores reducen las ventas o el éxito del proyecto?

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Análisis Interno</b>	Capacidades distintas Ventajas naturales Recursos superiores	Recursos y capacidades escasas Resistencia al cambio Problemas de motivación del personal
	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Análisis Externos</b>	Nuevas tecnologías Debilitamiento de competidores Posicionamiento estratégico	Altos riesgos - Cambios en el entorno

Una adecuada forma de identificar oportunidades y amenazas, es clasificar el entorno por sectores:

- **Entorno físico:** Es relacionado a la existencia, uso y cambios en los recursos o factores naturales (tierra, Agua y clima)
- **Entorno económico:** Índice de precios, inflación, impuestos, disponibilidad de divisas, estímulos o subsidios.
- **Entorno tecnológico:** Desarrollo en materia de equipo, materias primas, diseño de productos, plantas o procedimientos de producción.
- **Entorno socio-cultural:** Normas comunales, aspiraciones de la gente, gustos y preferencias, propensión al gasto, al ahorro, al descanso, al trabajo.
- **Entorno jurídico-político:** Leyes de la nación, así como normas municipales, orientaciones de los aspirantes al primer poder, estabilidad del sistema político.

## **Ejemplo de Análisis FODA a la Empresa *Mc'Donald's EN PANAMA.***

### **Fortalezas:**

Fuerte Presencia de marca.

Posee muchas sucursales en todo la ciudad de Panamá superando con creces la competencia.

Fuerte posicionamiento en el mercado de comida rápida.

Posee muchos consumidores fieles a la marca.

Atractivas promociones para los niños.

Publicidad con fuerte impacto en los consumidores infantiles.

Buenas relaciones con los representantes de las productoras de Hollywood en Panamá, facilitando tener promociones según las películas en cartelera.

Fuerte imagen corporativa en cada uno de sus elementos.

### **Oportunidades:**

Nuevas sociedades estratégicas (joint-venture) con las televisoras locales y su programación.

Educar a los niños a consumir en Mc'Donald's a través de la psicología de enseñanza.

Utilizar el internet como un medio para aproximarse a niños y a sus padres como herramienta promocional

Utilizar su presencia mundial para colocar sucursales en puntos turísticos de Panamá.

Producir nuevos paquetes de consumo según las nuevas tendencias alimenticias.

Crear afiliaciones y suscripciones para ofrecer productos y servicios únicos exclusivos para afiliados.

### **Debilidades:**

No tener alimentos culturales o folclóricos de Panamá.

Poseer elementos visuales alejados de la cultura y tradiciones panameñas.

Una parte del mercado lo considera comida no saludable.

### **Amenazas:**

Al tener fuerte presencia en la capital puede relajarse y no tener presencia en otras provincias de Panamá.

Teniendo varios dueños por sucursales la franquicia puede perder la imagen corporativa por el descuido de uno solo.

Perder presencia en la mente de sus competidores por descuidar la atención al cliente y la calidad de los productos.

No prestar atención a la competencia y perder ventaja en el mercado.