

ANÁLISIS FODA

El Análisis FODA es una herramienta del análisis del negocio que permite identificar los factores internos y externos más importantes para la definición de la estrategia del negocio. Su función es conocer a fondo nuestro negocio para lograr una ventaja competitiva ante los demás que se le parezcan.

Las iniciales de FODA significan: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas y se clasifican como factores: internos, externos, positivos y negativos, como muestra la siguiente tabla:

ANÁLISIS	INTERNO	EXTERNO
P O S I T I V O	F ORTALEZAS: Son elementos positivos e internos que diferencian al negocio de otros de igual clase y deben ser utilizados.	O PORTUNIDADES: Son elementos positivos y externos que se generan en el entorno y que deben ser aprovechados si son identificados.
N E G A T I V O	D EBILIDADES: Son elementos negativos e internos que, una vez identificados y desarrollando una estrategia adecuada, pueden y deben eliminarse.	A MENAZAS: Son elementos negativos y externos que pueden atentar contra el negocio, por lo que, llegado el caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para sortearlos.

La Matriz FODA es un marco conceptual para un análisis sistemático simple que ayuda a diferenciar los factores relevantes de los que no lo son, para generar un diagnóstico que finalmente nos ayude a desarrollar estrategias y tomar decisiones. Lo anterior busca dar respuesta a las preguntas: ¿Cómo mantendré y utilizaré las ventajas de mi proyecto? ¿Qué acciones tomaré para resolver las debilidades que percibo? ¿De qué forma aprovecharé las oportunidades que se me presentan? ¿Qué hare para prevenir las amenazas posibles?

Identifique, a su juicio, cuales son las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del negocio de cada emprendedor. Recuerde que las fortalezas y debilidades son variables internas, y que las oportunidades y amenazas son estímulos externos.

Fortalezas (Internas):

Debilidades (Internas):

Oportunidades (Externas):

Amenazas (Externas):

Artefacto de Apoyo

Este artefacto representa una guía de los tópicos en los cuales debe enfocar su análisis. Para completarlo debe realizar preguntas que le permitan indagar en cada uno de los puntos planteados, y combinar la información entregada por el microempresario con lo que se observa y su criterio. Es necesario analizar todos los puntos expuestos mientras sea posible. En caso de que sea necesario, incluir información adicional.

ANÁLISIS INTERNO

1) Lugar de trabajo (Lugar, Higiene, Materia Prima, Proceso, Permisos, Iluminación, etc).

2) Orden Financiero (Flujos de caja (lleva un registro de ingresos y egresos), Bolsillo Izquierdo y Derecho, Costos y Gastos están bien diferenciados).

3) Producción (Producto, Diferenciación, Presentación, Precio, Cantidad).

4) Marketing (Segmento Objetivo, Publicidad del producto o servicio, Afluencia público, Presentación del lugar).

5) Herramientas Tecnológicas (Uso de computadores, Internet, Frecuencia de uso).

6) Habilidades Personales (Escuchar, Negociar, Liderazgo, Comunicar, Identificación de clientes).

7) Quiebres del Negocio (Identificación, Actitud).

8) Procesos de Producción (Cuando compran, Transporte, Almacenamiento, Stock).

9) RRHH (Cantidad de trabajadores o personal de apoyo, Trato, Relación Afectiva).

10) Posible Expansión (Nuevas Adquisiciones, Aumento del Personal, Fusión).

ANÁLISIS EXTERNO

1) Competidores Actuales (Quiénes son? Cuántos son? Como son?).

2) Poder de Proveedores (Cantidad proveedores, Trato, Integración).

3) Poder de Compradores (Clientes) (Cantidad de Clientes, Trato, Fidelidad, Satisfacción, Integración hacia delante y hacia atrás).

4) Nuevos Competidores (Cómo me influye? Características, Alcance).
