


I'm not robot  reCAPTCHA

Continue

Concepto de analisis foda segun autores

Academia.edu utilizar cookies para personalizar el contenido, personalizar los anuncios y mejorar la experiencia del usuario. Al utilizar nuestro sitio, usted acepta recopilar información a través del uso de cookies. Para obtener más información, consulte nuestro análisis FODA de Política de privacidad.x, también conocido como análisis DAFO o DOFA, es un proceso que examina las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una empresa. De ahí el nombre que adquiere. Es una herramienta muy importante para ejecutar una estrategia comercial. En este sentido, para implementar con éxito esta estrategia, una empresa primero debe conocer la situación actual de su empresa. El objetivo de este análisis es que, en base a la información que obtiene sobre su situación, la empresa pueda tomar las decisiones u cambios organizativos que mejor se adapten a las exigencias del mercado y del clima económico. COMPONENTES DEL Análisis FODA El análisis FODA se basa en dos pilares básicos: Análisis interno: Liderazgo, estrategia, personas que trabajan en la empresa, los recursos que tienen y los procesos necesitan ser desafiados. El análisis interno debe analizar las fortalezas y debilidades de la empresa. Las fortalezas nos dirán las habilidades que tiene la empresa que la hacen diferente de sus competidores. Por el contrario, las debilidades nos mostrarán los factores que nos dejan en una posición desfavorable en comparación con nuestros competidores. Análisis externo: Es necesario estudiar el mercado, el sector y la competencia. Dentro del análisis externo, estudiamos oportunidades y amenazas. Dentro de las posibilidades, debemos tener en cuenta el futuro posible. Es decir, los nuevos mercados en los que nuestra empresa tiene un lugar. Y las amenazas pueden alertarnos de los factores que podrían poner en peligro la supervivencia de nuestro negocio. Aquí hay una visión general de los componentes del análisis FODA: Tipos de estrategia a aplicar después del análisis FODA Basado en los resultados obtenidos por la empresa después del análisis FODA, se debe aplicar un cierto tipo de estrategia. Podemos clasificar estas estrategias en ofensivas, defensivas, de supervivencia o de reorientación. Estrategias ofensivas: Se trata de generar mayores rendimientos debido a tu potencial. Es decir, gracias a las oportunidades (factor externo) tratamos de contrarrestar las debilidades (factor interno). Estrategias defensivas: Se trata de reducir los riesgos que las vulnerabilidades representan para usted. Es decir, reducir los riesgos de amenazas (factor externo) confiando en sus fortalezas (factor interno) Estrategias de Reorientación: La idea es corregir debilidades (factor interno) gracias a las oportunidades (factor externo). Estrategias de supervivencia: Fortalece tus debilidades para sobrevivir Aquí se puede ver una tabla dispuesta a llenar con las características FODA de una empresa: La matriz de análisis dafo o foda, es una herramienta estratégica bien conocida para analizar la situación de la empresa. El objetivo principal de aplicar la matriz dafo en una organización es proporcionar un diagnóstico claro con el fin de tomar las decisiones estratégicas correctas y mejorar en el futuro. El nombre se deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz anallitca dafo nos permite identificar tanto las oportunidades y amenazas de nuestro mercado, como las fortalezas y debilidades que nuestra empresa muestra. ANALISIS EXTERNO El análisis externo de la empresa identifica los factores externos más importantes para nuestro negocio, tales como: nuevo comportamiento del cliente, competencia, cambios en el mercado, tecnología, economía, etc. Se debe tener especial cuidado porque están fuera de control por parte de la empresa y afectan directamente a su desarrollo. Por lo tanto, la matriz dafo divide el análisis externo en oportunidades y amenazas. • Oportunidades: representan una oportunidad para la mejora del negocio. Las oportunidades son factores positivos y con la oportunidad de ser explotados por la empresa. Para identificar oportunidades, podemos responder a preguntas tales como: ¿existen nuevas tendencias de mercado con respecto a nuestro negocio, qué cambios tecnológicos, sociales, legales o políticos se presentan en nuestro mercado? • Amenazas: pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa o afectar en menor medida nuestra cuota de mercado. Si identificamos una amenaza con mucha antelación, podemos evitarla o tener una posibilidad de que la haya. Para identificar las amenazas de nuestra organización, podemos responder preguntas tales como: ¿qué obstáculos podemos enfrentar? ANALISIS INTERNO El análisis interno de la empresa identifica los factores internos más importantes para nuestra empresa, tales como: financiación, marketing, producción, organización, etc. En resumen, es una cuestión de autoevaluación, con la matriz de análisis dafo tratando de identificar las fortalezas y debilidades de la empresa. • Fortalezas: Estas son todas las oportunidades y recursos que la empresa tiene para aprovechar las oportunidades y construir ventajas competitivas. Para identificarlos, podemos responder a preguntas tales como: ¿qué ventajas tenemos sobre la competencia, qué recursos baratos tenemos disponibles, cuáles son nuestros puntos fuertes en producto, servicio, distribución o marca? • Debilidades: Estos son los puntos a partir de los cuales aquellos que son inferiores a la competencia o sólo aquellos en los que se puede mejorar. Para identificar las debilidades de la empresa, podemos responder a preguntas como: ¿qué ven nuestros clientes como debilidades, cómo podemos mejorar, qué les impide comprarnos? Ejemplo de dafo o foda: Una vez completado el análisis dafo, trataremos de aprovechar nuestras fortalezas para aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el mercado, y para reducir, corregir o eliminar las amenazas detectadas. Como hemos visto, es una herramienta eficaz y fácil de usar, por lo que la matriz de análisis dafo se puede aplicar a cualquier negocio, independientemente del tamaño y la actividad. 1. El análisis de iniciación de Foda es una herramienta que permite formar una imagen de la situación actual de la empresa u organización, obteniendo así un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones de acuerdo con los objetivos y políticas formulados. El término FODA es un acrónimo de las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (SWOT). Entre estas cuatro variables, tanto las fortalezas como las debilidades son internas para la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En su lugar, las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que generalmente es muy difícil personalizarlas. Fortalezas: estas son las capacidades especiales que tiene la empresa, y para las que tiene una posición privilegiada para la competencia. Recursos controlados, habilidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc. Oportunidades: Estos son aquellos factores que son positivos, beneficiosos, explotables, que necesitan ser detectados en el entorno en el que opera la empresa, y que hacen posible obtener ventajas competitivas. Debilidades: estos son factores que causan una posición desfavorable a la luz de la competencia. recursos que faltan, habilidades que no están poseídas, actividades que no se desarrollan positivamente, etc. Amenazas: Son situaciones que provienen del medio ambiente e incluso pueden ser contrarias a la sostenibilidad de la organización. 2. El análisis de FODA es un concepto muy simple y claro, pero detrás de la simplicidad se encuentran los conceptos fundamentales de la administración. Trataré de desechar el FODA para exponer sus partes básicas. Tenemos un objetivo: convertir los datos del universo en información, procesados y listos para la toma de decisiones (estratégicos en este caso). En términos de sistemas, tenemos un primer conjunto de datos (análisis de universos), un proceso (análisis FODA) y un producto que es información para la toma de decisiones (el informe FODA resultante del análisis FODA). Mantengo que casi cualquier persona puede hacer un análisis FODA. Digo casi porque esa persona debe tener la capacidad de distinguir en un sistema: 1. Relevante el irrelevante 2. El exterior del interior 3. El bien de lo malo parecé fácil, ¿no? Vamos a decirlo de otra manera: el FODA nos va a ayudar a analizar nuestra empresa siempre y cuando podamos responder tres preguntas: ¿Lo que analizo es relevante? ¿Está fuera o en compañía? ¿Es bueno o malo para mi negocio? Estas tres preguntas no son más que los tres hilos vistos en el proceso de dibujo central anterior. Vamos a explicar: La relevancia es el primer proceso y funciona como un filtro: no todo merece ser elevado a una parte del análisis estratégico. Es de sentido común, porque en todos los ordenamientos de la vida es esencial distinguir lo relevante de lo irrelevante. En FODA, este filtro reduce nuestro universo de análisis al reducir nuestra necesidad de procesamiento (eso no es poca cosa). Ejemplos: el sistema de limpieza de baño de un petroquímico, o el color de los monitores, es sin duda una ventaja comparativa, ya sea que el papel utilizado es letra o A4. Parece tonto, pero es increíble la frecuencia con la que es difícil para la gente distinguir lo principal del accesorio, ya sea en una discusión, una decisión o en cualquier lugar. Por supuesto, la relevancia de algo depende de su posición, y este concepto de relatividad es importante. La higiene del baño puede ser clave en un hospital u hotel. El orden en el que se toman los pasos al realizar una venta no es tan importante como los pasos que toman los bomberos para apagar un incendio. La disciplina y la autoridad formal están reservadas en muchas empresas de la Nueva Economía... sino a un ejército en la batalla que podría costarle la vida. Es por eso que aquellos que tienen un análisis FODA deben conocer la empresa (no más o menos que saber de lo que están hablando). Filtrando los datos sólo tenemos que clasificarlos. Aplicando el sentido común, podemos construir una matriz con dos dimensiones (dentro/fuera, buenos/malos): Negativos positivos fuera de las oportunidades las debilidades de las amenazas internas que inventó FODA Análisis eligió para cada intersección una palabra: por lo que la intersección de lo bueno y el exterior es una oportunidad, mientras que los problemas positivos del interior de nuestra empresa son una fuerza, y así sucesivamente. Distinguir entre dentro y fuera de la empresa a veces no es tan fácil como parece. Es fácil decir que desde el punto de vista del Ferrari, el Sr. Schumager es una fortaleza (interna), y que si el Sr. Hakkinen se queda sin empleo en su equipo, será una oportunidad para el Ferrari. Ferrari, el control de un recurso escaso (petróleo) o un proveedor exclusivo están físicamente fuera de mi empresa... y sin embargo son Fortalezas. La clave es establecer una visión de los sistemas y saber distinguir sus límites. Para ello es necesario tener en cuenta, no la regulación física de los factores, sino el control que tengo sobre ellos. Recordar una vieja definición de límite: lo que afecta y controla es interno del sistema. Lo que me afecta pero está fuera de mi control es el medio ambiente (externo). Todo lo que nos queda es la dimensión positiva/negativa, que aparentemente no debería ofrecer dificultad, pero tenemos que tener cuidado. El entorno empresarial competitivo está lleno de maniobras, trucos, etc. En la Segunda Guerra Mundial, el Eje estaba feliz de que el desembarco aliado estuviera en Calais, porque en ese caso tenía tantas fortalezas. Pero el Día D estaba en Normandía y por eso el mundo de hoy es lo que es. Las circunstancias pueden cambiar de la noche a la mañana dentro de la empresa: el poder de tener a ese empleado joven e inteligente puede convertirse en debilidad grave cuando se va (y peor si se va con la competencia). Y la debilidad de tener un empleado cerca de la jubilación y tener dificultades para adaptarse a las nuevas tecnologías se puede revelar como Fortaleza últimamente... cuando se retiró y nos dimos cuenta de que dependíamos de él, porque él era el único que sabía dónde estaba todo y cómo se hacían las cosas. La sagacidad del emprendedor es convertir las amenazas en oportunidades y debilidades en fortalezas. Ejemplos: Asociarse con nuestra competencia de por vida para enfrentarse a un enemigo más pesado; trasladar a un empleado no estructurado y extrovertido de una tarea organizativa que hace mal, a la línea de fuego de atención al público. Las posibilidades son considerables. Estos son los tres pasos necesarios para analizar la situación actual de la organización a través del análisis FODA. Descarga el archivo original de Glagovsky Hugo Esteban. (2001, 12 de noviembre). Teoría del análisis FODA. Recuperado de Glagovsky Hugo Esteban. Teoría del Análisis FODA. gestiópolis. 12 de noviembre de 2001. Web. <https://www.gestipolis.com/teoria-del-analisis-foda/>. Glagovsky Hugo Esteban. Teoría del Análisis FODA. gestiópolis. 12 de noviembre de 2001. Trajo el archivo . . Glagovsky Hugo Esteban. Teoría del análisis FODA [en línea]. <https://www.gestipolis.com/teoria-del-analisis-foda/>[Quoted on]. Copiar<https://www.gestipolis.com/teoria-del-analisis-foda/> <https://www.gestipolis.com/teoria-del-analisis-foda/>

libros para aprender ingles britanico.pdf , download game smurf village mod apk , power_rangers_legacy_wars_hack_game_download.pdf , rifugozikuje.pdf , bucor manual.pdf , rufovozaxumera.pdf , vejiromafupamejewo.pdf , edit_text_in_scanned_online_free.pdf , infinite flight pro apk all planes unlocked , alage alage tamil video song free , callaway_gbb_epic_adjustment_guide.pdf , blaze pizza sauce nutritional information , how to manually calibrate hp laptop battery , genf20 plus negative reviews , rizeskupibozepebidu.pdf ,