

## ANEXO 7

### Ejemplo de un análisis FODA

<b>Fortalezas potenciales de los recursos y capacidades competitivas</b>	<b>Debilidades portenciales de los recursos y deficiencias competitivas</b>
Una poderosa estrategia, respaldada por buenas habilidades y conocimientos específicos en las áreas clave.	No hay una dirección estratégica clara
Una condición financiera poderosa; amplios recursos financieros para desarrollar el negocio.	Instalaciones obsoletas.
Imagen de la marca, reputación de la compañía.	Un balance general débil; cargado con un exceso de deuda.
Liderazgo del mercado ampliamente reconocido y base de clientes atractiva.	Costos generales por unidad más elevados en relación con los competidores clave.
Capacidad para aprovechar las economías de escala y/o los efectos de las curva de aprendizaje y/o experiencia.	Ausencia de ciertas habilidades y competencias clave/ausencia de una profundidad administrativa
Tecnología patentada/capacidades tecnológicas superiores/patentes importantes.	Rentabilidad inferior a la normal debido a...
Ventajas de costo.	Afectada por problemas de operación internos.
Publicidad y promoción poderosas.	Rezago en investigación y desarrollo.
Capacidades de innovación del producto.	Línea de productos limitada en relación a los rivales.
Habilidades comprobadas en los procesos de mejoramiento del producto.	Imagen de marca o reputación débiles.
Reputación de un buen servicio al cliente.	Red de agentes o de distribución más débil en relación con los rivales.
Mejor calidad del producto en relación con los rivales.	Habilidades de mercadotecnia inferiores en relación con los rivales.
Amplia cobertura geográfica y capacidad de distribución.	Escasez de recursos para financiar iniciativas estratégicas prometedoras.
Alianzas/empresas conjuntas con otras compañías.	Capacidad subutilizada de la planta.
	Rezagos en la calidad del producto.
<b>Oportunidades potenciales de la compañía</b>	<b>Amenazas externas potenciales para el bienestar de la compañía</b>
Servir a grupos de clientes adicionales o abrirse hacia nuevos mercados geográficos o segmentos del producto.	Probable ingreso de competidores potenciales.
Ampliar la línea de productos de la compañía para satisfacer una gama más amplia de necesidades del cliente.	Pérdida de ventas debido a productos sustitutos.
Transferir las habilidades o el conocimiento tecnológico de la compañía a nuevos productos o negocios.	Demoras en el crecimiento del mercado
Integrarse hacia delante o hacia atrás.	Cambios adversos en las tasas de cambio de divisas y en las políticas comerciales de los gobiernos extranjeros.
Disminución de las barreras comerciales en mercados extranjeros atractivos.	Nuevos requerimientos reguladores costosos.
Oportunidades para ganar a los rivales la participación de mercado.	Vulnerabilidad a una recesión en el ciclo de negocios.
Capacidad para crecer rápidamente debido a considerables incrementos en la demanda del mercado.	Un creciente poder de negociación e los clientes o proveedores.
Adquisición de empresas rivales.	Cambio en las necesidades y gustos del consumidor, lo que hace que se alejen del producto.
Alianzas o empresas conjuntas que amplíen la cobertura de mercado y la capacidad competitiva.	Cambios demográficos adversos.
Oportunidades para aprovechar las nuevas tecnologías.	Vulnerabilidad a las fuerzas impulsoras de la industria.
Oportunidades de mercado para ampliar la marca registrada de la compañía o su reputación hacia nuevas áreas geográficas.	

Fuente: Thompson (2000).