Plantillas para anàlisis de capacidades

5 sugerencias para trabajar màs fàcilmente

# Plantilla de anàlisis DOFA

Las cuatro dimensiones son una extensión de los encabezados sencillos de Pro y Contra.

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema del análisis:** (defina aquí el tema a analizar) | |
| **Fortalezas** ¿Ventajas de la propuesta?  ¿Capacidades?  ¿Ventajas competitivas?  ¿PUV's (propuesta única de ventas)?  ¿Recursos, activos, talento humano?  ¿Experiencia, conocimiento, datos?  ¿Reservas financieras, retorno probable?  ¿Marketing – alcance, distribución?  ¿Aspectos innovadores?  ¿Ubicación geográfica?  ¿Precio, valor, calidad?  ¿Acreditaciones, calificaciones, certificaciones?  ¿Procesos, sistemas, TI, comunicaciones?  ¿Cultural, actitudinal, de comportamiento? | **Debilidades** ¿Desventajas de la propuesta?  ¿Brechas en la capacidad?  ¿Falta de fuerza competitiva?  ¿Reputación, presencia y alcance?  ¿Aspectos Financieros?  ¿Vulnerabilidades propias conocidas?  ¿Escala de tiempo, fechas tope y presiones?  ¿Flujo de caja?  ¿Continuidad, robustez de la cadena de suministros?  ¿Efectos sobre las actividades principales, distracción?  ¿Confiabilidad de los datos, predictibilidad del plan?  ¿Motivación, compromiso, liderazgo? |
| **Oportunidades** ¿Desarrollos del mercado?  ¿Vulnerabilidades de los competidores?  ¿Tendencias de la industria o de estilo de vida?  ¿Desarrollos tecnológicos e innovaciones?  ¿Influencias globales?  ¿Nuevos mercados, verticales, horizontales?  ¿Mercados objetivo nicho?  ¿Geografía, exportación, importación?  ¿Nuevas propuestas únicas de venta?  ¿Tácticas - sorpresa, grandes contratos, etc?  ¿Desarrollo de negocios o de productos?  ¿Información e investigación?  ¿Sociedades, agencias, distribución?  ¿Volúmenes, producción, economías?  ¿Influencias estacionales, del clima, o de la moda? | **Amenazas** ¿Efectos políticos?  ¿Efectos legislativos?  ¿Efectos ambientales?  ¿Desarrollos de TI?  ¿Intenciones de los competidores?  ¿Demanda del mercado?  ¿Nuevas tecnologías, servicios, ideas?  ¿Contratos y alianzas vitales?  ¿Mantener las capacidades internas?  ¿Obstáculos enfrentados?  ¿Debilidades no superables?  ¿Pérdida de personal clave?  ¿Respaldo financiero sostenible?  ¿Economía – local o extranjera?  ¿Influencias estacionales, del clima, o de la moda? |

La plantilla del análisis DOFA es generalmente presentada como una matriz de cuatro secciones, una para cada uno de los elementos: Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. Es importante identificar y describir claramente el tema analizado mediante DOFA, de forma que las personas que participen entiendadn el propósito y sus implicaciones.

# Plantilla de anàlisis PEST

El análisis puede convertirse en una medida más científica, al asignarle una calificación a cada item. Esto es particularmente útil cuando se analiza más de un mercado, con el objetivo de decidir cual de las dos oportunidades de mercado tiene mayor potencial o más obstáculos; por ejemplo, cuando esté decidiendo entre desarrollar el mercado A o el B, concentrarse en distribución local o exportación, o adquirir la empresa X o Y.

|  |  |
| --- | --- |
| **Tema del análisis:** (defina aquí el tema a analizar) | |
| **Políticos**  legislación actual en el mercado local  legislación futura  legislación internacional  procesos y entidades regulatorias  políticas gubernamentales  período gubernamental y cambios  políticas de comercio exterior  financiamiento e iniciativas  grupos de cabildeo y de presión  grupos de presión internacionales | **Económicos**  situación económica local  tendencias en la economía local  economía y tendencias en otros países  asuntos generales de impuestos  impuestos específicos de los productos y servicios  estacionalidad y asuntos climáticos  ciclos de mercado  factores específicos de la industria  rutas del mercado y tendencias de distribución  motivadores de los clientes/usuarios  intereses y tasas de cambio |
| **Social**  tendencias de estilo de vida  demografía  opinión y actitud del consumidor  punto de vista de los medios  cambios de leyes que afecten factores sociales  imagen de la marca, la tecnología y la empresa  patrones de compra del consumidor  moda y modelos a seguir  grandes eventos e influencias  acceso y tendencias de compra  factores étnicos y religiosos  publicidad y relaciones públicas | **Tecnológicos**  desarrollos tecnológicos competidores  financiamiento para la investigación  tecnologías asociadas/dependientes  tecnologías/soluciones sustitutas  madurez de la tecnología  capacidad y madurez de la manufactura  información y comunicación  mecanismos/tecnología de compra  legislación tecnológica  potencial de innovación  acceso a la tecnología, licenciamiento, patentes  asuntos de propiedad intelectual |