



**Junior  
Achievement  
Costa Rica**

Miembro de  
JA Worldwide

La  
**Compañía**

# **Sesión 5: FODA y ventaja competitiva**



**Junior  
Achievement  
Costa Rica**

Miembro de  
JA Worldwide

# Análisis FODA

Lo  
Compañía



# Análisis FODA

Con este análisis podrá diagnosticar cuáles son sus **fortalezas** y utilizar las mismas de la manera correcta, para aprovechar las **oportunidades** que el mercado brinda. De igual forma, podrá identificar sus **debilidades**, aspecto en el cual la empresa podrá invertir conocimientos y recursos con el fin de eliminarlas o mitigarlas; lo anterior, para no verse **amenazados** por los fuertes competidores de la industria.

Este análisis se enfoca en los **factores internos** (las fortalezas y debilidades) y los **factores externos** (oportunidades y amenazas) que dan a las empresas ciertas **ventajas** y **desventajas** en la satisfacción de necesidades de su(s) mercado(s) meta.

# Fortalezas - Mantener



## Fortalezas

Son vistas como todas aquellas acciones que una organización realiza de una forma efectiva para satisfacer las necesidades de los clientes, por lo que éstas se convierten en una capacidad.

## Mantener

Son los puntos fuertes de la compañía a lo interno de su negocio, organización o estructuración, por tanto, debe siempre mantener esos recursos para asegurarse no perder competitividad en el mercado. El concepto “mantener”, es crear una serie de estrategias para no perder las fortalezas actuales.

Entre las ventajas que pueden tener las empresas están la abundancia de recursos financieros, reconocimiento de marca, economías de escala, tecnología exclusiva, procesos patentados, elevado talento humano o alianzas con otras empresas, entre otras.

# Oportunidades - Explotar



## Oportunidades

Una vez que los gerentes lograron identificar las fortalezas que mantienen a nivel interno, se hace necesario igualmente tomar en cuenta los factores externos que pueden afectar positiva o negativamente a esas fortalezas; las oportunidades de mercado pueden venir de muchas fuentes como por ejemplo el crecimiento rápido, cambios en las necesidades de los clientes, apertura de mercados extranjeros, descubrimiento de nuevos productos, nuevas tecnologías o alianzas estratégicas, entre otras.

## Explotar

Una empresa tiene una oportunidad cuando tiene los recursos para ejercerla y explotarla, el error común de pequeñas empresas, es decir que tienen oportunidades cuando no cuenta con los recursos para aprovecharlas y llevarlas a cabo. Por tanto, el concepto explotar es a partir de tener las materias primas necesarias, crear las estrategias para poder tomar las oportunidades que brinda el mercado.

# Amenazas - Afrontar



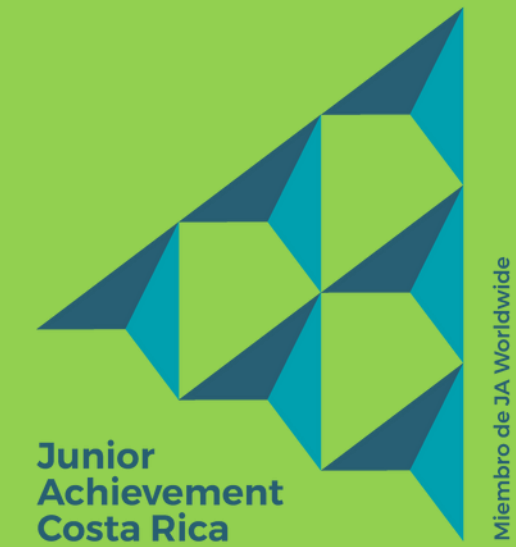
## Amenazas

Son **aspectos externos** no tan positivos que **dificultan** la capacidad de la **empresa** para atender las necesidades de sus clientes. Entre las amenazas más comunes se pueden mencionar: entrada de competidores extranjeros, productos en fases de declinación, recesiones económicas, nuevas tecnologías, cambios de gustos de los consumidores, cambios demográficos, barreras comerciales, disturbios políticos, entre otros.

## Afrontar

Consiste en crear las estrategias para poder **sobrellevar las amenazas del mercado**, y de esta manera poder vivir con ellas y **mitigar su efecto** al máximo para lo que representa las operaciones y clientes de la **empresa**.

# Debilidades - Corregir



## Debilidades

Representan los defectos, carencias o vicios que ocurren dentro de la organización y la colocan en un punto desfavorable en comparación con sus competidores. La falta de capacitación, equipo o tecnología son factores que ponen en desventaja a cualquier empresa.

## Corregir

Supone eliminar las debilidades o, al menos, tomar las medidas necesarias que estén en nuestra mano para no tener que enfrentarnos a ellas y que no vuelvan a influir en el desarrollo del plan de negocio.



**Junior  
Achievement  
Costa Rica**

Miembro de  
JA Worldwide

# Competitividad

La  
Compañía



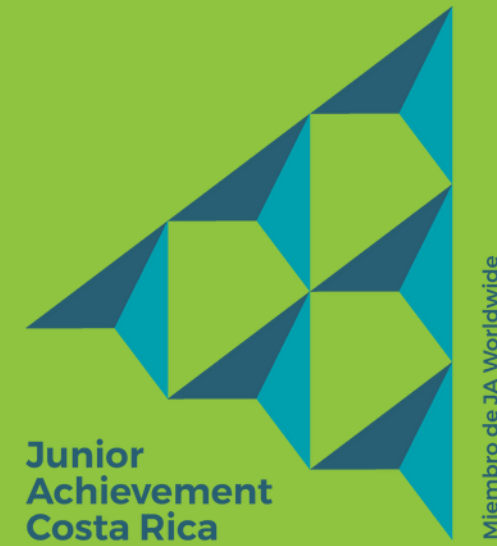
# Competitividad

Punto importante para poder competir con éxito en una industria, es **definir la estrategia competitiva** a utilizar con bases en la ventajas de la empresa, así como, **determinar la competencia directa e indirecta**. Con lo cual se podrá tomar las precauciones del caso, y se podrá crear un **plan de acción** para buscar ganar participación de mercado y con ello generar utilidades.

# Ventaja Competitiva

Es aquella ventaja que tiene una compañía con respecto a las demás de la industria. Mayoritariamente están orientadas en costos, diferenciación, investigación y desarrollo (I+D).

- ✓ **Única-legal:** Nadie más la tenga.
- ✓ **Mantener en el tiempo:** Si es fácilmente copiable, prontamente los competidores tendrán la misma condición, y dejará de ser ventaja competitiva.
- ✓ **Verdaderamente superior a la competencia:** Evidencia hacer un producto o servicio mejor que los demás.
- ✓ **Flexible:** Que un cambio en el mercado no le afecte tanto como para eliminarla.



# Estrategias Competitivas



Costos



Diferenciación



Nicho



# Costos

Consiste en ser líder de mercado en **costos** y ofrecer a la industria en su totalidad el precio más bajo y así captar gran participación de **mercado**.

Lo **Compañía**

Junior  
Achievement  
Costa Rica

Miembro de JA Worldwide



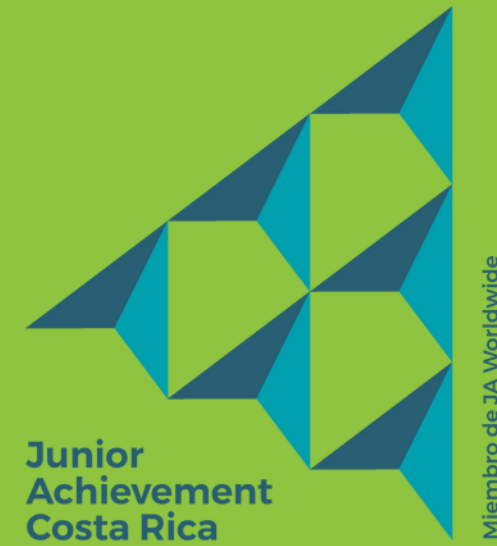
# Diferenciación

Consiste en crear un **producto** que sea percibido como **único** en el mercado, y por tanto, merece un **precio mayor** al de sus competidores. El objetivo es obtener gran **participación** de mercado a través de un bien de **calidad/único**.





# Nicho



Su primer diferencia con las dos anteriores, es que esta estrategia busca un **grupo de consumidores en específico** y no a la industria en su totalidad, por tanto, se sacrifica la captación de participación de mercado. El enfoque o nicho consiste en aplicar **una o ambas de las estrategias anteriores** a un pequeño grupo en particular. Es muy empleada por pequeñas empresas que no tienen los recursos para desarrollar un producto para toda una industria.

# Competencia



Miembro de JA Worldwide

## Directa

Son todos aquellos negocios que venden un **producto igual o casi igual** al nuestro y que lo venden en el mismo mercado en el que estamos nosotros, es decir, buscan a nuestros mismos clientes para venderles prácticamente lo mismo.

## Indirecta

La forman todos los negocios que intervienen de forma lateral en nuestro mercado y clientes, que buscan satisfacer las mismas necesidades de **forma diferente** y con productos sustitutos.





**Junior  
Achievement  
Costa Rica**

Miembro de  
JA Worldwide

La  
**Compañía**

## Tarea:

- **Diseño logo.**

## Recordatorio:

- **Cargar en la academia virtual el documento Modelo de negocio**
- **Recordatorio:** calificar a los estudiantes con documento “Evaluador de asistencia”





# Junior Achievement Costa Rica

---

Miembro de JA Worldwide

La  
Compañía

Todos los derechos reservados, Junior Achievement Costa  
Rica