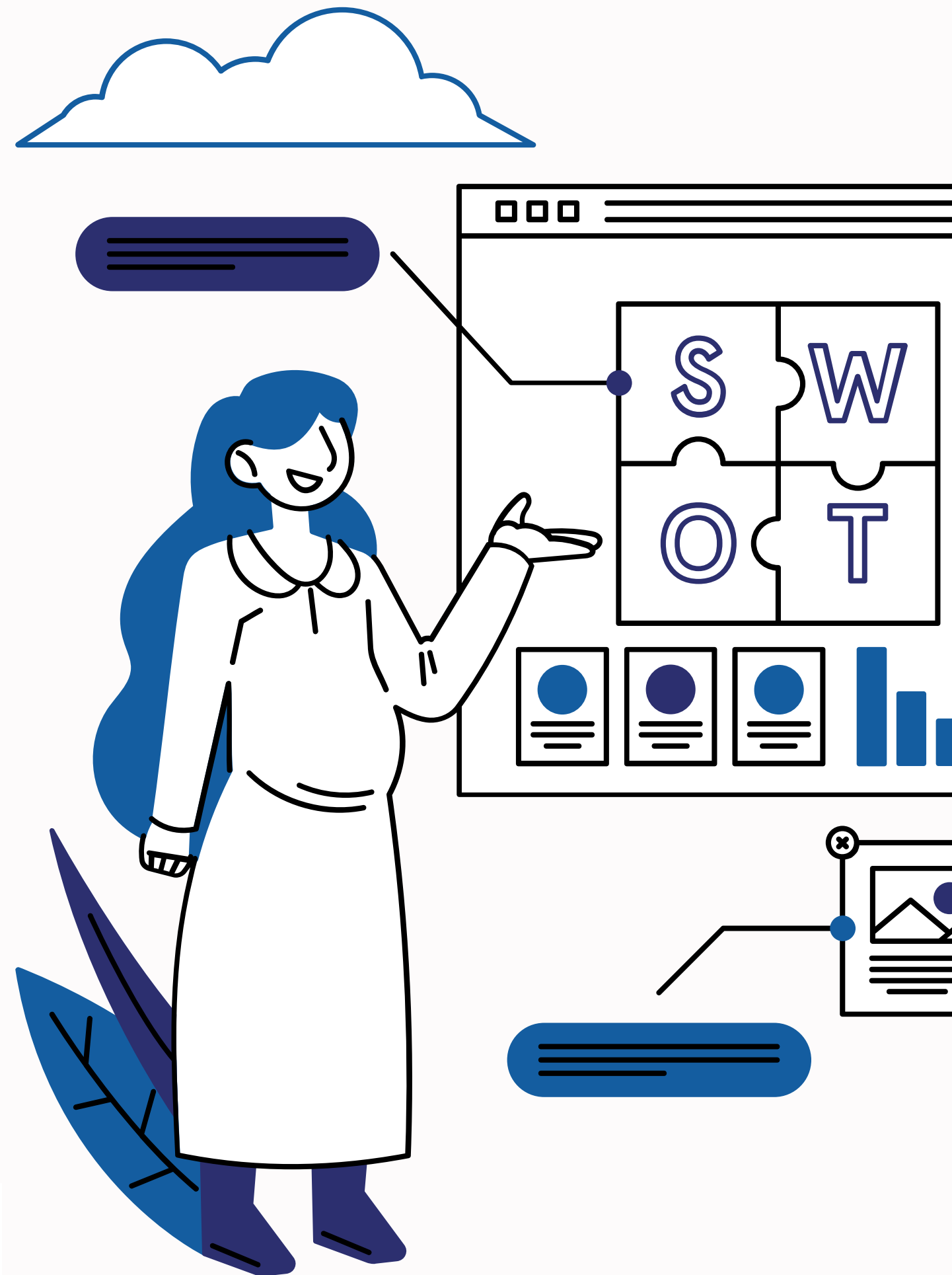
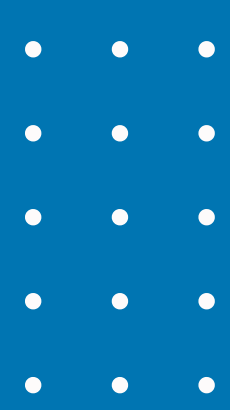


# "MATRIZ DOFA-CAME"

Herramienta organizacional





**"Transforma tus debilidades en  
oportunidades y tus amenazas en  
fortalezas."**



# CONCEPTOS PREVIOS



## AUTOCONOCIMIENTO

Identificar sus fortalezas y debilidades, así como comprender su posición en el mercado y su entorno competitivo.



## ANÁLISIS DEL ENTORNO

Identificar las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que podrían afectar negativamente.



## PLANIFICACIÓN

Desarrollar una estrategia efectiva para capitalizar las fortalezas, mitigar las debilidades, aprovechar las oportunidades y defenderse de las amenazas.



# Propósito de la herramienta



Ayuda a identificar factores **internos** y **externos** que influyen en el éxito de una iniciativa, facilitando decisiones estratégicas y **planes de mejora**.



## ¿Qué es?

Es una herramienta de **análisis estratégico** utilizada en el ámbito empresarial, organizacional y personal. **FODA** es un acrónimo que se refiere a **Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.**



# ¿Cómo se aplica?

1

## Realiza un análisis FODA

Identifica en tu empresa u organización para un análisis interno y externo:

- **Fortalezas.** Puntos fuertes como recursos sólidos, habilidades, etc.
- **Debilidades.** Áreas de mejora internas como recursos limitados, deficiencias en procesos, etc.
- **Oportunidades.** Circunstancias externas favorables como cambios de mercado, nuevas tendencias, etc.
- **Amenazas.** Circunstancias externas desfavorables como la competencia intensificada, cambios en la regulación, etc.

2

## Desarrolla estrategias CAME

- **Corregir (C):** Estrategias para minimizar las debilidades internas
- **Aprovechar (A):** Estrategias para explotar al máximo las fortalezas
- **Mantener (M):** Estrategias para mantener y reforzar las fortalezas internas
- **Explotar (E):** Estrategias para explotar oportunidades externas





# ¿Cómo se aplica?

3

## Prioriza las estrategias

En la lista de estrategias CAME, prioriza aquellas con alto impacto positivo y viabilidad de implementación con recursos disponibles.

4

## Implemente y monitorea

Ajusta acciones según cambios en el entorno empresarial y resultados obtenidos. El análisis FODA-CAME es continuo, requiere revisión y adaptación constante para garantizar la relevancia y efectividad de las estrategias.



# Recursos a considerar para realizar una: "Matriz DOFA-CAME"

- Análisis interno
- Análisis externo

DAFO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>FORTALEZAS</b>	<p><b>CAME:</b> EXPLOTAR OPORTUNIDADES (A) <b>ESTRATEGIA:</b> OFENSIVA (ATAQUE-POSICIONAMIENTO) <b>POTENCIAR</b></p> <p><i>Invertir: definir la correspondencia entre fortalezas y oportunidades que nos lleva a ventajas comparativas.</i></p>	<p><b>CAME:</b> FORTALEZAS (M) <b>ESTRATEGIA:</b> DEFENSIVA <b>EVALUAR EL RIESGO</b></p> <p><i>Defender: indican una necesidad de movilizar los recursos.</i></p>
<b>DEBILIDADES</b>	<p><b>CAME:</b> CORREGIR DEBILIDADES (C) <b>ESTRATEGIA:</b> REORIENTACIÓN <b>TOMAR DECISIONES</b></p> <p><i>Decidir: requieren en una decisión, invertir, retirar, colaborar...</i></p>	<p><b>CAME:</b> AFRONTAR AMENAZAS (E) <b>ESTRATEGIA:</b> SUPERVIVENCIA <b>CONOCER LAS LIMITACIONES</b></p> <p><i>Controlar daños: es necesario controlar los perjuicios.</i></p>

## CAME-DAFO

Analiza la relación entre análisis CAME y DAFO.



## DOFA

Debilidades,  
Oportunidades,  
Fortalezas y  
Amenazas.



## CAME

Corregir, Afrontar,  
Mantener y  
Explotar.

# PARTES DE UN "FODA"

## AMENAZAS

- Están se encuentran fuera, o sea, en lo exterior de una organización
- Estar atento a los nuevos productos en el mercado,
- La competencia es poderosa y está constantemente innovando
- El gobierno puede ser un detonante para que la amenaza se haga aún más fuerte
- Competidores con una estructura de costo menor
- Bajo crecimiento industrial

## FORTALEZAS

- Capacidad para fundamental e innovar en áreas claves.
- Presencia en mercados al mayor y de tal.
- Cultura de la empresa.
- Dotación del personal.
- Recursos financieros adecuados.
- Formación del personal.
- Calidad de gestores.

## DEBILIDADES

- Cuando una empresa empieza con escases de sus productos, es una señal que no se debe dejar de prestar atención, ya que de lo contrario conllevaría al cierre de la empresa.
- No tener capacidad para poder enfrentarse a la competencia, es una característica que comúnmente hace que se debilite paulatinamente.
- Si no maneja bien las características de una empresa se transformara en una debilidad.
- No hay una dirección estratégica clave.
- Falta de talento perencial.

## OPORTUNIDADES

- Son las que proporcionan a una organización seguir avanzando y mejorar en cada paso y ser capaz de enfrentar a la competencia.
- Saber aprovechar los nuevos nichos.
- Estar al corriente para saber cuándo es el momento de actuar.
- Mejorar ante su competencia.
- Ofrecer servicios o productos en otros lugares con sucursales.
- No dejar de lado la tecnología para promocionar sus productos

FODA



# ESTRATEGIAS PARA APLICAR EL "FODA"

	<b>FORTALEZAS</b> Enlista las <b>FORTALEZAS</b> identificadas	<b>DEBILIDADES</b> Enlista las <b>DEBILIDADES</b> identificadas
<b>OPORTUNIDADES</b> Enlista las <b>OPORTUNIDADES</b> identificadas	<b>1 F - O</b> <i>Estrategia MAX - MAX</i> Estrategias que utilizan las <b>FORTALEZAS</b> para <b>MAXIMIZAR</b> las <b>OPORTUNIDADES</b>	<b>D - O 2</b> <i>Estrategia MIN - MAX</i> Estrategias para <b>MINIMIZAR</b> las <b>DEBILIDADES</b> aprovechando las <b>OPORTUNIDADES</b>
<b>AMENAZAS</b> Enlista las <b>AMENAZAS</b> identificadas	<b>3 F - A</b> <i>Estrategia MAX - MIN</i> Estrategias que utilizan las <b>FORTALEZAS</b> para <b>MINIMIZAR</b> las <b>AMENAZAS</b>	<b>D - A 4</b> <i>Estrategia MIN - MIN</i> Estrategias para <b>MINIMIZAR</b> las <b>DEBILIDADES</b> evitando las <b>AMENAZAS</b>

# EJEMPLO "FODA"

<p><b>EJEMPLO DE LA FODA</b></p>	<p><b>OPORTUNIDAD</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1: DECONTAMINACION AMBIENTAL</li> <li>2: GENERACION DE CALIDAD DE VIDA</li> <li>3: GENERAR INGRESOS (DINERO)</li> <li>4: APROVECHAMIENTO DE LOS MATERIALES RECICLADOS</li> <li>5: GENERACION DE EMPLEO</li> </ol>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1: LA COPETENCIA</li> <li>2: DESABASTECIMIENTO MATERIAL RECICLADO</li> <li>3: MATERIALES CONTAMINADOS</li> <li>4: CAUSAS POLITICAS Y GUBERNAMENTALES</li> <li>5: MAL MANEJO DE RECURSOS DISPONIBLES</li> </ol>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1: CONOCIMIENTO DEL MERCADO</li> <li>2: CENTRO DE ACOPIO EN EL SECTOR</li> <li>3: CONTACTOS PARA LA VENTA EN EL EXTERIOR</li> <li>4: TRANSPORTE INTERNO</li> <li>5: BENEFICIOS ESTATALES Y GUBERNAMENTALES</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIA F.O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1: CONOCIMIENTO DEL MERCADO EN MEJORAR EL MEDIO AMBIENTE (F1-O1)</li> <li>2: FOMENTAR EL EMPLEO A TRAVEZ DE TRANSPORTE DEL MATERIAL (O5-F4)</li> <li>3: BUSCAR GANANCIAS CON LA VENTA EN EL EXTERIOR (O4-F3)</li> <li>4: MEJORAR CON LOS BENEFICIOS ESTATALES Y GUBERNAMENTALES MEJOR CALIDAD DE VIDA EN LOS COLABORADORES (F5-O2)</li> <li>5: LLEGAR A MAS CENTROS DE ACOPIO EN EL EXTERIOR PARA EL APROVECHAMIENTO (O2-F4)</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIA F.A</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1: MEJORAR EL CONOCIMIENTO BUSCANDO LA UNION CON LA COPETENCIA (A1-F1)</li> <li>2: GENERAR BENEFICIOS BUSCANDO BUENOS ABASTECIMIENTOS DEL PRODUCTO (F5-A2)</li> <li>3: MEJORAR LAS IDEAS SOBRE PRODUCTOS CONTAMINADOS CON NUESTRO CONTACTOS EN EL EXTERIOR (A3-F3)</li> <li>4: TENER BUEN USO DEL RECURSO EN NUESTROS CENTROS DE ACOPIO (A5-F2)</li> <li>5: HABLANDAR TODAS LAS POLITICAS GUBERNAMENTALES (F5-A4)</li> </ol>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1: FALTA DE EMPENO</li> <li>2: FALTA DE CONOCIMIENTO EN EL ACOPIO DE PRODUCTO</li> <li>3: FALTA DE COLABORACION DE LA COMUNIDAD</li> <li>4: POCO CONSUMO DEL PRODUCTO EN EL EXTERIOR</li> <li>5: ELEVADOS PRECIOS EN EL TRANSPORTE INTERNACIONAL</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIA D.O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1: EL NO DESEMPEÑO EN AYUDA A DESCONTAMINAR EL MEDIO AMBIENTE (D1-O1)</li> <li>2: EL NO SABER COMO SE ACOPIA Y APROVECHA EL RECICLAJE (D2-O4)</li> <li>3: BUSCAR ELEVAR EL CONSUMO DEL PRODUCTO Y OBTENER GANACIAS (D4-O3)</li> <li>4: EL CONSUMO BAJO Y POCA GENERACION DE EMPLEO (D4-O5)</li> <li>5: TRANSPORTES INTENACIONALES CAROS DEJANDO POCAS GANANCIAS PARA UNA MEJOR CALIDAD DE VIDA (D5-O2)</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIA D.A</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1: EMPENO EN BUSCAR EN LA COPETENCIA MAS SABIDURIA EN EL TEMA DEL RECICLAJE (D1-A1)</li> <li>2: BUSCAR EL MEJOR MANEJO EN MATERIALES QUE ESTEN CONTAMINADOS AL MOMENTO DE RECICLAR (A3-D2)</li> <li>3: BUSCAR MANEJOS POLITICOS EN PRECIOS DE TRANSPORTES INT (A4-D5)</li> <li>4: AUMENTAR EL ABASTECIMIENTO CON LA COLABORACION DE LA COMUNIDAD (A2-D3)</li> <li>5: FORTALECER EL CONOCIMIENTO EN EL MANEJO DE LOS RECURSOS (D2-A5)</li> </ol>



# EJEMPLO "CAME"

CORREGIR	AFRONTAR
<p><b>D1A2.</b> Externalizar servicios y desprenderse de aquello que no sea <i>core business</i> o no esté valorado por el cliente (3)</p> <p><b>D1O1.</b> Asistir a actividades gratuitas de <i>networking</i> para presentar el servicio a clientes potenciales y encontrar nuevos proveedores (7)</p>	<p><b>D1A1.</b> Diferenciarse, especializarse en una tipología de servicio (6)</p>
MANTENER	EXPLOTAR
<p><b>F1A1.</b> Mantener una comunicación fluida y personal con los clientes (7)</p> <p><b>F1D2.</b> Un socio se encargará de la parte comercial y otro de la gestión del despacho (7)</p>	<p><b>O2F1.</b> Contactar con grandes empresas para ofrecerles la externalización de su servicio a través nuestro (8)</p>



Hospital pyme



hospital\_pyme\_cucea



<http://hospitalpyme.mx>



[dudas@cucea.udg.mx](mailto:dudas@cucea.udg.mx)