**Diagnóstico interno de la empresa**

Jack Franklin Gómez, noviembre 25 de 2019

# Introducción

|  |
| --- |
| El diagnóstico interno de la empresa se refiere a los recursos y capacidades que posee una organización, es decir: determinar si cuenta con las fortalezas y debilidades requeridas para responder a los avances del entorno¨[[1]](#footnote-1). Para ello, es necesario revisar la empresa internamente en cada una de sus áreas funcionales considerando la capacidad competitiva de la empresa, la capacidad financiera, la capacidad directiva, la capacidad del talento humano, la capacidad tecnológica y los recursos operacionales; de modo que se puedan identificar tanto sus fortalezas (aspectos positivos); como sus debilidades (aspectos negativos). Para identificar y evaluar las fortalezas y debilidades de una empresa se presenta un chek list que el lector puede modificar (eliminar o adicionar otras diferentes) de acuerdo a la empresa que se encuentre realizando el diagnóstico.A modo de ejemplo si la calidad del producto es mejor que la calidad ofrecida por los competidores, se coloca una X en fortaleza la cual puede ser una fortaleza alta, una fortaleza media o una fortaleza baja, según el caso. Posteriormente, se evalúa el impacto que produce esa variable en la organización, el cual puede ser un impacto alto, medio o bajo. Ver la tabla que se presenta a continuación: |

# Capacidad competitiva

Se refiere a la a capacidad de una empresa de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

Leer más: <http://www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml#ixzz430ItyMyE>

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **FORTALEZA** | **DEBILIDAD** | **IMPACTO** |
| **CAPACIDAD****COMPETITIVA** | **ALTA** | **MEDIA** | **BAJA** | **ALTA** | **MEDIA** | **BAJA** | **ALTA** | **MEDIA** | **BAJA** |
| Producto, Calidad | **X** |  |  |  |  |  |  | **X** |  |
| Exclusividad |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Accequibilidad del producto |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lealtad y satisfacción del cliente |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción sin reposiciones |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Participación del mercado |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Material de vendedores |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Manejo de ciclo de vida del producto |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Investigación y desarrollo de productos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ventajas de crecimiento de mercado |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Fortaleza de proveedores |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Concentración de clientes |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Administración de clientes |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Portafolio de productos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Programas de Postventas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Identidad en el mercado |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Publicidad |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Distribución de Producto |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Tiempos de entrega |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Asesoría al cliente |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Departamento de Diseño |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Capacidad Productiva |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Tiempo elaboración de muestras |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Identificación del cliente |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Posicionamiento en el mercado |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Políticas de servicio |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Confiablidad del producto |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Manejo de los recursos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# Capacidad financiera

En este apartado se evaluan aspectos finacieros de la empresa como el nivel de endeudamiento, la inversión, la rentabilidad, los gastos y los costos de la empresa.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **FORTALEZA** | **DEBILIDAD** | **IMPACTO** |
| **CAPACIDAD FINANCIERA** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** |
| Acceso a capital cuando se requiere |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Grado de utilización de endeudamiento |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Rentabilidad, retorno de la inversión |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Liquidez y disponibilidad de fondos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Comunicación y control gerencial |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Competitividad de los precios |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Inversión de capital |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Estabilidad de Costos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Manejo de precios de competencia |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Rotación de cartera |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Presupuestos Financieros |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Previsión para el futuro |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Definición de costos fijos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Análisis de presupuestode Ventas  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# Capacidad directiva

Se refiere a la gestión de la alta dirección en aspectos relacionados con la planeación, organización, dirección y control de la empresa

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **FORTALEZA** | **DEBILIDAD** | **IMPACTO** |
| **CAPACIDAD DIRECTIVA** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** |
| Imagen Corporativa |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Uso de planes estratégicos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Evaluación del mercado |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Velocidad respuesta al cambio |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Estructura organizacional Flexible |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Comunicación y control gerencial |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Orientación Empresarial |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Habilidad para retener gente creativa |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Agresividad con la competencia |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sistemas de control |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sistemas de toma de decisiones |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sistemas de coordinación |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Evaluación de gestión |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Funciones de los puestos de trabajo |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Participación activa en la Empresa |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Gestión Directiva |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Organigrama de la Empresa |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# Capacidad talento humano

En este apartado se evalua el clima laboral de la empresa y su personal en aspectos relacionados con su nivle de estudios, motivación, estabilidad laboral y sentido de pertenencia entre otros aspectos.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **FORTALEZA** | **DEBILIDAD** | **IMPACTO** |
| **CAPACIDAD TALENTO HUMANO** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** |
| Nivel Académico |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Experiencia |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Estabilidad  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Rotación |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ausentismo |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sentido de pertenencia |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Motivación |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Nivel de remuneración |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Accidentalidad de trabajo |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Indices de desempeño |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Manual de Funciones |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Políticas de Selección de personal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Incentivos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Capacitaciones |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Clima Laboral |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# Capacidad tecnológica

Este apartado se orienta a los aspectos relacionados con la producción y la prestación del servicio, los equipos y la maquinaria utilizada, las inversiones en nueva tecnología, la capacidad de respuesta y la innovación entre otros aspectos claves de la capacidad tecnológica

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **FORTALEZA** | **DEBILIDAD** | **IMPACTO** |
| **CAPACIDAD TECNOLOGICA** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** |
| Habilidad Técnica |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Capacidad de Innovación |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Nivel Tecnológico de Productos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Efectividad de producción de servicios |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Valor agregado del producto |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Aplicación tecnológica computarizada |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Manejo precios de competencia |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Coordinación con otras áreas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Flexibilidad de la prestación del servicio |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Maquinaria para muestras |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Utilización de servicios externos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Inversión en tecnología |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Investigación nuevas tecnologías |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# Recursos operacionales

Se refiere a elementos requeridos para el desarrollo del objeto social de la empresa como maquinaria, control de inventarios, muestras, insumos y otros aspectos tales como los márgenes de utilidad, el control de gastos de distribución y plazos de entrega.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **FORTALEZA** | **DEBILIDAD** | **IMPACTO** |
| **RECURSOS OPERACIONALES** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** | **ALTO** | **MEDIO** | **BAJO** |
| Tecnología Utilizada |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Capacidad de Producción |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sistema de Costos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Control de Ingresos de Producción |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Control de Gastos de Distribución |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Gastos de Publicidad y Promoción |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Descuentos pronto pago |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Márgenes de utilidad Operacional |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Nivel de calidad exigida y ofrecida |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Presupuesto de compras |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Políticas de precios |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Maquinaria |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Plazos de entrega |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Gastos de equipo de ventas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Control de rendimiento de máquinas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Calidad de insumos y materiales |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Control de rendimiento de operarias |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Mano de Obra calificada |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Tecnología avanzada |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Control de Costos por referencia |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Historial de diseño por cliente |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Servicio al cliente |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Cumplimiento de entrega de producto |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Entrega de muestras |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Control de Inventarios |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Análisis de consumo de insumos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. GUILTINAN P. Joseph. Gerencia de Marketing. 6 ed. McGraw Hill. Bogotá, 1998.p 26 [↑](#footnote-ref-1)