

## 6. EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

### 6.1. INTRODUCCIÓN.

Una vez llegados a este punto de desarrollo del Plan Empresarial podemos llevar a cabo un análisis de la situación actual en la que nos encontramos; es decir, se trata de organizar los datos recogidos en los análisis externo e interno y expresarlos en términos de oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas.

Entenderemos por Oportunidad toda situación externa a la empresa y, en consecuencia, sobre la que no se tiene ningún poder de actuación que pueda favorecer o ayudar a la actividad empresarial.

Entenderemos por Amenaza toda aquella circunstancia externa a la actividad de la empresa que pueda afectar de forma negativa al logro de los objetivos propuestos por la misma.

Entenderemos por Debilidad todas aquellas características propias de la empresa que constituyan o puedan constituir obstáculos internos de cara al logro de los objetivos propuestos.

Entenderemos por Fortaleza todas aquellas características propias de la empresa que faciliten o favorezcan el logro de los objetivos marcados por la dirección de la misma.

Por último, como objetivo final de esta reflexión trataremos de clarificar las siguientes cuestiones:

- ✓ *Las Oportunidades que se deben explotar aprovechando los puntos fuertes y paliando los puntos débiles que afecten a la capacidad competitiva.*

- ✓ *Identificar los factores de éxito en el sector elegido que permitan la incursión y supervivencia de la empresa propuesta en el mercado.*
- ✓ *Identificar cuales son las Amenazas que puedan ocasionar el mal funcionamiento de la empresa o supongan un riesgo para la misma.*

## **6.2. LAS OPORTUNIDADES.**

A continuación se exponen los factores externos no controlables, o casi no controlables, que favorezcan o puedan favorecer el cumplimiento de metas y objetivos de la empresa:

- *Mercado con tendencia creciente.*

*El turismo andaluz supone un sector estratégico dentro de la economía de la región, donde se están cosechando cifras récord en los últimos años, y según las provisiones de la Junta de Andalucía, el crecimiento previsto para este año se ha estimado en el 19,7%, suponiendo el presente año el octavo de crecimiento consecutivo.*

- *Ventajas fiscales para la pequeña y mediana empresa.*

- *Ayudas para el fomento del empleo.*

*Esta es una situación favorable con la que se pretende potenciar la inversión y creación de nuevas empresas que creen empleo. Estas ayudas se traducen en una mejora de la financiación de las empresas en crecimiento o de nueva creación que suelen tener dificultades para superar los primeros años de actividad.*

- *Existencias de subvenciones y otras ayudas.*

- *Bajos tipos de interés.*

*Actualmente el entorno económico ofrece unos tipos de interés que han bajado extraordinariamente respecto a los existentes hace varios años.*

*Esta coyuntura económica se traduce en una oportunidad para el mundo empresarial, puesto que se ha producido una disminución considerable de los costes de financiación con capital ajeno, pudiendo suponer la viabilidad financiera de muchos proyectos.*

### **6.3. LAS AMENAZAS.**

A continuación se exponen los factores externos no controlables que perjudiquen, o puedan llegar a perjudicar el cumplimiento de los objetivos o metas de la empresa que nos proponemos:

■ *Poder negociador de los clientes.*

*Debido a una cuestión de economías de escala las actividades se organizarán para grupos de clientes de entre 15 y 20 personas. El hecho de que el grupo sea numeroso le permite negociar en cuanto a los precios de los servicios se trata, exigiendo algún tipo de descuento no previsto.*

■ *Riego de entrada de posibles competidores.*

*Esta es una amenaza con la que hay que contar en todo momento, por lo que debemos estar alerta y estudiar a la competencia continuamente.*

■ *Posibilidad de amenazas por parte de las agencias de viaje.*

*En el mundo del turismo la legislación existente deja lagunas en las que puede haber enfrentamientos entre los distintos negocios que comparten este sector. Existe un riesgo de posibles denuncias por parte de las agencias de viajes cuando no se vean incluidas como participantes intermedios en el negocio para llegar a los clientes.*

■ *Barreras de entrada por parte de los Tour Operadores.*

*Los Tour Operadores son mayoristas de productos turísticos. Puede darse el caso de que nuestro producto no pueda comercializarse a los clientes de algún hotel de la zona o alojamiento rural al estar éste totalmente cubierto por estos mayoristas.*

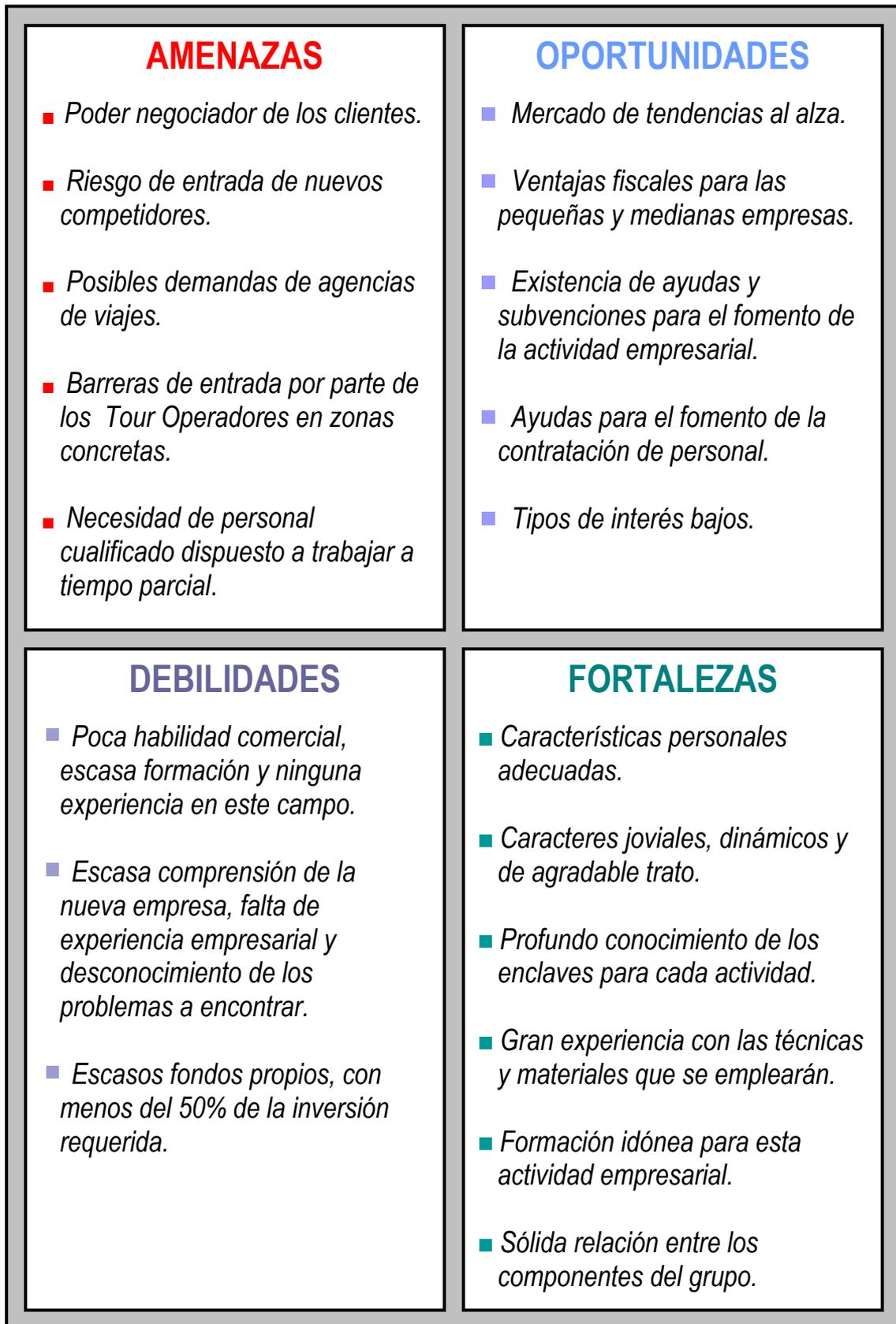
- *Grandes necesidades de personal cualificado con carácter temporal.*  
*Dado el fuerte carácter estacional de la demanda de estos servicios, la empresa no podrá mantener una plantilla fija de trabajadores, sino que deberá recurrir a la contratación de personal a tiempo parcial para cubrir los picos de demanda. Se trata pues de un punto muy delicado de cara a la imagen de la empresa en relación al personal que se contrate. Además nos podemos encontrar con el problema de no encontrar a personal suficiente en el momento preciso o de que estos no posean la formación necesaria.*

#### **6.4. LAS FORTALEZAS Y LAS DEBILIDADES.**

Las Fortalezas y Debilidades se corresponden con los Puntos Fuertes y los Puntos Débiles que se identificaron anteriormente al llevar a cabo el Análisis Interno del Plan Empresarial (5.3. *Diagnóstico en términos de Fortalezas y Debilidades*), por lo que se considerarán sin que sea necesario que se expongan nuevamente.

#### **6.5. MATRIZ D.A.F.O.**

Los cuatro apartados anteriores se recogen de forma esquemática en el cuadro representado en *la Figura 2 (Matriz DAFO)* con el fin de analizar una situación ideal de la empresa que nos proponemos en la que las Fortalezas nos permitan aprovechar las Oportunidades que nos ofrece el entorno, al tiempo que reducimos o eliminamos en todo lo posible las Amenazas existentes y paliamos las Debilidades.



**Figura 2. Matriz DAFO.**