



HERRAMIENTA

Análisis FODA



Participantes

Grupo Local.



Materiales

Papelógrafo o rotafolio, plumones o marcadores, notas adhesivas (*post-it* o papel lustre con cinta adhesiva).



Tiempo

60 minutos.

El objetivo del análisis FODA es evaluar el barrio comercial a partir de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para así encontrar los puntos fuertes con que cuenta y prever posibles inconvenientes, de modo de avanzar de la mejor manera en su proceso de fortalecimiento.

Antes de partir

Dibujar en el papelógrafo una matriz como la que aparece más adelante, donde se identifiquen en un eje los Factores Internos y los Factores Externos y en el otro eje los Factores Negativos y los Factores Positivos que afectan el barrio.

1 En el cuadrante correspondiente a Factores Positivos y Factores Internos se ubicarán las fortalezas. Para hacerlo, se puede realizar una «lluvia de ideas», es decir, una ronda en la que cada uno de los participantes proporcione al menos una respuesta a la siguiente pregunta: ¿Qué elementos que dependen de mí (del equipo) pueden ayudar a que fortalezcamos el barrio? Los participantes pueden anotar sus respuestas en las notas adhesivas y pegarlas en el cuadrante correspondiente, o anotarlas directamente en el papelógrafo. Las respuestas pueden hacer alusión a las características o habilidades personales de los involucrados, a las características del barrio, a las redes de apoyo con que cuenta el grupo, a los recursos económicos, etc.

2 En el cuadrante correspondiente a Factores Negativos y Factores Internos se ubicarán las debilidades. También se puede realizar una lluvia de ideas. Esta vez, cada uno de los participantes dará al menos una respuesta a la siguiente pregunta: ¿Qué elementos que dependen de mí (del equipo) pueden dificultar que fortalezcamos el barrio? Todas las respuestas (ya sea en notas adhesivas o directamente escritas en el papelógrafo) se colocarán en el cuadrante correspondiente en el papelógrafo. Las respuestas pueden aludir a las características del barrio, a la falta de ciertas habilidades, a la carencia de redes de apoyo, etc.

3 En el cuadrante correspondiente a Factores Positivos y Factores Externos se situarán las oportunidades. En esta lluvia de ideas cada participante dará al menos una respuesta a esta pregunta: ¿Qué elementos que no dependen de mí (del equipo) pueden ayudar a que fortalezcamos el barrio? Todas las respuestas se anotarán en el cuadrante correspondiente en el papelógrafo. Estas respuestas pueden girar en torno a las experiencias previas de las cuales pueden aprender, a los beneficios (económicos o de apoyo técnico) a los que el grupo puede postular, al lugar que ocupa el barrio en el imaginario de la ciudad o del país, a las situaciones que pueden afectar positivamente al barrio (por ejemplo, la construcción de parques, la llegada de una línea de transporte público, etc.).

4 En el cuadrante correspondiente a Factores Negativos y Factores Externos se ubicarán las amenazas. Esta vez, en la lluvia de ideas cada participante dará al menos una respuesta a esta pregunta: ¿Qué elementos que no dependen de mí (del equipo) pueden dificultar que fortalezcamos el barrio? Todas las respuestas se anotarán en el cuadrante correspondiente en el papelógrafo. Estas respuestas pueden considerar asuntos como los ambientes de riesgo, la falta de apoyo institucional, etc.

Mediante la matriz FODA se pueden extraer las potencialidades que serán la base para la definición de las estrategias, identificando acciones de mayor impacto. La pregunta clave en la matriz FODA es: ¿cómo maximizar las potencialidades (donde se encuentran todos los elementos positivos), minimizando los desafíos, riesgos y limitaciones?

	Factores Positivos	Factores Negativos
Factores Internos	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Factores Externos	OPORTUNIDADES	AMENAZAS

Fuentes

F. Geilfus (2002). *80 herramientas para el desarrollo participativo: diagnóstico, planificación, monitoreo, evaluación*. San José, Costa Rica: IICA.
Ilpes/CEPAL.



RECOMENDACIÓN

Para el análisis FODA del barrio comercial será de utilidad el Modelo de las Cuatro Aes (ver figura). Según este modelo, los factores clave del éxito de los Centros Comerciales Abiertos (CCA), o barrios comerciales, se agrupan en cuatro aspectos: Accesibilidad, Atracciones, Amenidades y Acción. Si estos aspectos no están desarrollados en el barrio, el análisis orientará en relación a las acciones que se podrían realizar para desarrollarlos y/o potenciarlos a fin de revitalizar el comercio.

Accesibilidad	Atracciones	Amenidades	Acción
Ubicación central	Existencia de variedad de comercios en la zona	Edificios atractivos en la zona	Gerencia (administración) común de la zona
Existencia de suficientes estacionamientos	Presencia de un elevado número de establecimientos	Frecuentes promociones de ventas	Interés en la satisfacción del consumidor y en su fidelidad
Peatonalización de las calles	Surtido de calidad en las tiendas	Exhibiciones en las calles (atracciones para los niños)	Gestión de locales vacíos
Facilidad de acceso en transporte público	Tiendas con marcas reconocidas y franquicias	Mobiliario urbano adaptado al entorno	Relaciones públicas con organismos diversos
	Establecimientos «locomotora» (que atraen público)	Zona segura, con poca delincuencia	Frecuentes campañas publicitarias
	Existencia de comercios de oferta complementaria	Servicios comunes al consumidor (autobús gratuito, reparto a domicilio, etc.)	Campañas de promoción y comunicación
	Establecimientos de ocio (cines, teatro, etc.)	Señalización adecuada de la zona comercial	Colaboración activa entre comerciantes
	Existencia de bares y restaurantes en la zona		
	Presencia de bancos, seguros, inmobiliarias, etc.		
	Existencia de comercios del mismo tipo en la zona		

Fuente

<https://wearethecityheroes.wordpress.com/2013/02/01/el-centro-comercial-abierto-el-caso-de-malaga/>