

# ANÁLISIS FODA

El análisis FODA (o DAFO) es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. Por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones; el análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales.

Este análisis es una herramienta simple y a la vez potente, que ayuda a identificar las oportunidades competitivas de mejora, te permite trabajar para hacer cambios que favorezcan al negocio y al equipo mientras te mantienes a la cabeza de las tendencias del mercado.

FODA son las siglas de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Es muy importante analizar cada uno de estos factores para planificar correctamente el crecimiento de las organizaciones. Aquí es donde el análisis entra en juego.



Cuando sus partes se analizan en conjunto, el marco FODA puede ofrecer una perspectiva más general del estado en que te encuentras y de cómo dar el siguiente paso. Analicemos cada uno de los términos más en detalle y veamos cómo puede servirte para identificar áreas de mejora.

- **Fortalezas**

Hacen referencia a las iniciativas internas que funcionan bien. Se podrían comparar con otras iniciativas o con un costado competitivo externo. Al analizar estas áreas puedes entender qué es lo que ya funciona. Entonces, puedes aplicar esas técnicas que sabes que funcionan bien en otras áreas que pueden necesitar un refuerzo extra como la mejora de la eficiencia del equipo.

Cuando busques las fortalezas de la organización pregúntate lo siguiente:

- ¿Qué es lo que hacemos bien?
- ¿Qué hace que nuestra empresa sea especial?
- ¿Qué es lo que le gusta de nuestra organización a la audiencia objetivo?

El siguiente es un ejemplo de fortaleza, para ayudarte a empezar:

*Servicio de atención al cliente: Nuestro servicio de atención al cliente tiene un puntaje de lealtad de los clientes (NPS) de 90, lo que lo convierte en uno de los mejores del mundo en comparación con la competencia.*

- **Debilidades**

Se refieren a las iniciativas internas que no funcionan como es debido. Es una buena idea analizar las fortalezas antes que las debilidades para generar referencias de lo que significan el éxito y el fracaso. La identificación de las debilidades internas ofrece un punto de partida desde el cual mejorar los proyectos.

Puedes hacerte las siguientes preguntas para identificar las debilidades:

- ¿Qué iniciativas no funcionan bien y por qué?
  - ¿Qué se podría mejorar?
  - ¿Qué recursos podrían favorecer al rendimiento?
- 

Aquí te mostramos un ejemplo de debilidad.

*Visibilidad en comercio electrónico: Debido a la falta de presupuesto para marketing, la visibilidad de nuestro sitio web es muy baja, por lo que la cantidad de transacciones en la aplicación móvil sigue disminuyendo.*

- **Oportunidades**

Son el resultado de las fortalezas y las debilidades, junto con cualquier iniciativa externa que te colocará en una posición competitiva más sólida. Podría ser cualquier cosa, debilidades que quisieras mejorar o áreas que no se hubieran identificado en las primeras dos etapas del análisis.

Como hay muchas maneras de que se nos ocurran oportunidades, es muy útil considerar las siguientes cuestiones antes de empezar:

- ¿Qué recursos podemos usar para mejorar las áreas en las que tenemos debilidades?
- ¿Hay brechas de mercado en nuestros servicios?
- ¿Cuáles son nuestras metas para este año?

Ahora te mostramos un ejemplo de oportunidad originada a partir de las fortalezas y debilidades anteriores:

*Campaña de marketing: Para mejorar la visibilidad en comercio electrónico de la empresa, haremos campañas publicitarias en YouTube, Facebook e Instagram.*

- **Amenazas**

Se refieren a las áreas que tienen el potencial de causar problemas. Difieren de las debilidades en que las amenazas son externas y, por lo general, están fuera de nuestro control. Pueden ser eventos como la pandemia o un cambio en el panorama competitivo.

Estas son algunas de las preguntas que puedes hacerte para identificar amenazas externas:

- ¿Qué cambios en el sector son preocupantes?
- ¿Qué nuevas tendencias del mercado se vislumbran?
- ¿En qué áreas nos supera la competencia?

El siguiente es un ejemplo de una amenaza que podría dejar a tu empresa vulnerable ante posibles problemas:

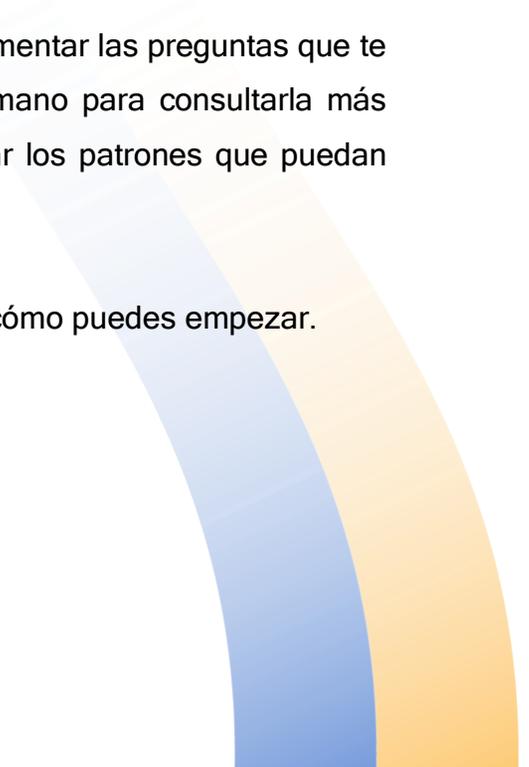
*Un competidor nuevo: Se lanzará al mercado un nuevo negocio de comercio electrónico el próximo mes. Debido a este nuevo competidor, podrías perder clientes.*

## EJEMPLO DE ANÁLISIS FODA

Una de las maneras más populares en las que se crean los análisis FODA es con representaciones visuales de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. A este formato se lo denomina **matriz FODA**. Normalmente se organiza en cuatro cuadrados separados que se unen para formar un cuadrado más grande.

Una matriz FODA es excelente para reunir información y documentar las preguntas que te llevarán a tomar las decisiones. No solo será útil tenerla a mano para consultarla más adelante, sino que además resultará excelente para visualizar los patrones que puedan surgir.

Aquí te presentamos un ejemplo para que tengas una idea de cómo puedes empezar.



## Ejemplo de análisis FODA

### Fortalezas

- ¿Qué es lo que hacemos bien?
- ¿Qué hace que nuestra empresa sea especial?

#### **Servicio al cliente:**

Nuestro servicio al cliente tiene una puntuación NPS de 90, lo que lo convierte en uno de los mejores del mundo en comparación con nuestros competidores.

### Debilidades

- ¿Qué se podría mejorar?
- ¿Qué recursos podrían mejorar nuestro desempeño?

#### **Visibilidad del comercio electrónico:**

Debido a la falta de presupuesto de marketing, la visibilidad de nuestro sitio web es muy baja, por lo que el número de transacciones sigue disminuyendo.

### Oportunidades

- ¿Existen brechas de mercado en nuestros servicios?
- ¿Cuáles son nuestras metas para este año?

#### **Campaña de marketing:**

Para mejorar la visibilidad en internet de la empresa, publicaremos anuncios en YouTube, Facebook e Instagram.

### Amenazas

- ¿Ha habido cambios en el sector?
- ¿Cuáles son las nuevas tendencias del mercado?

#### **Nuevo competidor:**

Se lanzará al mercado un nuevo negocio de comercio electrónico el próximo mes. Debido a este nuevo competidor, podríamos experimentar la pérdida de clientes.

Cuando se usa correctamente y de manera efectiva, la matriz puede ser una excelente caja de herramientas para evaluar las fortalezas y debilidades de la organización. Una vez que hayas creado la matriz, podrás centrarte en cómo implementar de forma concreta las oportunidades que encuentres.

## CÓMO HACER UN ANÁLISIS FODA

Este análisis se puede llevar a cabo de diferentes maneras. Si bien algunos equipos prefieren reunirse y proponer ideas en un pizarrón, otros prefieren crear una matriz FODA formal. Si eliges crear tu análisis FODA, debes saber que la aplicación del proceso creativo de planificación puede despertar ideas nuevas que, puestas en práctica, deriven en buenos resultados y soluciones únicas.

Hay algunas maneras de garantizar que el análisis FODA sea profundo y correcto. Algunos trucos son reunir al equipo, prepararse de antemano para usar el tiempo de manera efectiva y aplicar la creatividad en cuanto a la elección de las ideas. Observemos más de cerca algunos consejos útiles para comenzar con el análisis.

- **Consejo 1: Considera los factores internos**

Los factores internos son las fortalezas y debilidades que provienen de procesos internos. Tienden a ser fáciles de resolver si cuentas con los medios necesarios, ya que tienes más control sobre lo que pueda ocurrir.

Cuando te encuentras con factores internos, puedes empezar a implementar mejoras de diferentes maneras. Por ejemplo:

- Reunirte con los integrantes del departamento correspondiente para formar un plan de negocios para mejorar la situación actual.
- Investigar e implementar herramientas nuevas, como alguna herramienta de gestión de proyectos, que pueda servir para perfeccionar los procesos por ti.

La manera en que procedas para resolver los factores internos dependerá del tipo de problema. Incluso, puedes necesitar usar una combinación de ambas opciones si el plan de mejoras es complejo.

- **Consejo 2: Evalúa los factores externos**

Los factores externos provienen de procesos que están fuera de tu control. Son los competidores, las tendencias del mercado y cualquier otra cosa que afecte a tu organización de afuera hacia adentro.

Los factores externos son los más complicados de resolver, ya que no puedes controlar directamente los resultados. Lo que sí puedes hacer es mitigar esos factores externos. Para resolver esos problemas puedes hacer lo siguiente:

- Competir según las tendencias del mercado.
- Pronosticar las tendencias del mercado antes de que se produzcan.

Si bien es un hecho que no podrás controlar el entorno externo, sí puedes controlar cómo reaccione tu organización a esos estímulos.

Por ejemplo, si buscas competir según una tendencia del mercado. Digamos que un competidor presenta un producto nuevo en el mercado y es mejor que el tuyo. Si bien no puedes quitar ese producto, sí puedes trabajar para lanzar uno aún mejor, para mitigar cualquier disminución en las ventas. Como alternativa, puedes intentar pronosticar las tendencias del mercado para estar preparado cuando esos factores externos se presenten.

- **Consejo 3: El trabajo en equipo es el trabajo ideal**

El trabajo en equipo es sorprendentemente efectivo para generar ideas nuevas e innovadoras con las lluvias de ideas. Lo ideal sería invitar a diferentes miembros de equipos de varios departamentos, de este modo las ideas de cada parte de la empresa estarán representadas. Sé consciente de la cantidad de miembros que invitas, porque si son muchos podría derivar en falta de concentración o participación. El punto óptimo para una sesión productiva de lluvia de ideas es que haya alrededor de 10 compañeros de equipo.

- **Consejo 4: Aplica la creatividad**

Para generar ideas creativas nuevas, primero tienes que convocarlas. Debes generar ambientes divertidos propicios para que surjan las oportunidades. Por ejemplo, puedes seleccionar ideas anónimas al azar, puedes dar malos ejemplos obvios, o puedes organizar juegos para el fortalecimiento de equipos para mentalizar al grupo.

- **Consejo 5: Clasifica las ideas**

Cuando ya se hayan divertido bastante, será hora de clasificar las oportunidades según cuáles sean mejores. Se puede hacer con el equipo entero o con un grupo pequeño de líderes. La mejor manera es hablar sobre cada idea y clasificarla en una escala de uno a diez. Una vez que hayas acordado cuáles son las ideas principales según la capacidad del equipo y el impacto general que tendrán, podrás trabajar en la implementación y empezar con un caso de negocios.

## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE REALIZAR UN ANÁLISIS FODA?

Con un análisis FODA puedes mejorar los procesos y planificar el crecimiento. Si bien es similar a un análisis de competitividad, difiere en que se evalúan tanto los factores internos como externos. Al analizar las áreas clave en torno a estas oportunidades y amenazas, obtendrás la información que necesitas para preparar a tu equipo para el éxito.



Un análisis FODA no solo es útil para las organizaciones, también lo puedes utilizar para examinar áreas de tu vida que podrías mejorar, como pueden ser el estilo de liderazgo o las habilidades en comunicación. Independientemente de que elijas aplicarlo o no, el análisis FODA es importante por los siguientes tres motivos:

### **1. Identificas las áreas donde hay oportunidades.**

Uno de los principales beneficios de realizar un análisis es que puedes determinar las oportunidades de crecimiento. Es un punto de partida excelente para las empresas emergentes o para los equipos que saben que quieren mejorar pero que no están del todo seguros sobre cómo empezar.

Las oportunidades pueden provenir de diferentes lugares, de factores externos como la diversificación de los productos para ganar una ventaja competitiva o de factores internos como la mejora de los flujos de trabajo del equipo. De cualquier manera, capitalizar esas oportunidades es fundamental para crecer como equipo.

### **2. Identificas las áreas que se podrían mejorar.**

La mejora de proyectos en curso es otra forma comprobada de continuar con el crecimiento. Con la identificación de las debilidades y amenazas durante el análisis FODA, se allana el camino para trabajar con una mejor estrategia de negocios.

Aprender de los errores es la mejor manera de superarse. Una vez que encuentres las áreas que se puedan perfeccionar, podrás trabajar con los miembros del equipo para aportar ideas para el plan de acciones. Es decir, se aplicará lo que se sabe que funciona y se desarrollarán las fortalezas de la empresa.

### **3. Identificas las áreas que podrían estar en riesgo.**

Independientemente de que tengas o no un registro de los riesgos, siempre es crucial identificar los riesgos antes de que se transformen en una preocupación. Un análisis

FODA puede servirte para mantenerte al tanto de cualquier acción concreta que pueda incidir en tus procesos de toma de decisiones.

Puede resultar conveniente combinar el análisis FODA con un análisis PEST, con el que se examinan soluciones externas como factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

El análisis FODA puede ser una técnica efectiva para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas clave. Si entiendes la situación en que te encuentras y hacia dónde te diriges podrás crecer como equipo y organización.

**Referencia:**

Raeburn, Alicia. (2021) Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos). Recuperado de:  
<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>