



ANÁLISIS FODA



Fortalezas



Debilidades

FODA



Historia del análisis FODA

Respecto de la autoría del Análisis FODA (conocido como Análisis DAFO en España y Análisis SWOT en los países angloparlantes), aunque hay muchas teorías alrededor y parece que fue un proceso en el que participaron varias personas, aflora como un personaje clave Albert S. Humphrey.



Albert S. Humphrey (1926-2005), fue un Ingeniero Químico de la Universidad de Illinois y MBA por Harvard que desarrolló su carrera como consultor de empresas especializado en la gestión organizacional y en el cambio cultural de las mismas.

Mientras estaba en el Instituto de Investigación de Stanford (conocido ahora como SRI Internacional) participó en una investigación en la década de los años 70 junto a Marion Doshier, Robert Stewart, Birger Lie y Otis Benepe que consistía en conocer porque fallaba la planificación corporativa. Esa investigación estaba financiada por las empresas del Fortune 500 y duró 9 años (1960-1969) en los que se entrevistó a más de 5000 ejecutivos de 1.100 empresas.

Durante el proceso de la investigación y a la pregunta de que es bueno y malo para cumplir los objetivos organizacionales llegaron a la conclusión de lo que es bueno en el presente es Satisfactorio, lo que es bueno en el futuro es una Oportunidad, lo que es malo en el presente es una Falta o un Fallo y lo que es malo en el futuro es una Amenaza. Es aquí donde aparece el análisis SOFT (Satisfactory Opportunity; Fault, Threat) el antecedente de lo que hoy conocemos el análisis SWOT (o FODA, DAFO en los países hispanohablantes).

Fue cuando la herramienta SOFT se presentó en un seminario en Zurich (Suiza) cuando Urick y Orr (dos investigadores desconocidos, sobre los que no hay más detalles) decidieron cambiar la F de Fault por W de Weaknesses (Debilidad) y así red denominaron la herramienta SOFT en SWOT, como en el mundo anglosajón se la ha conocido hasta nuestros días.



Otro investigador que también puso su granito de arena, fue Heinz Wehrich (1982), el creador de la famosa Matriz de 4 cuadrantes que utilizamos cada vez que realizamos un análisis FODA y que enfrenta los factores internos (fortalezas y debilidades) con los factores externos (oportunidades y amenazas).

Antes de entrar en consideración en lo que respecta al significado del FODA, veamos un poco de su historia y comprender el porqué de su creación. A este respecto, el creador de la matriz FODA fue Albert S. Humphrey, el cual, murió en octubre del 2005.

Este estudio se llevo a cabo por Albert, con la finalidad de tener en conocimiento del porqué la planificación corporativa a largo plazo fracasaba. Se necesitaba establecer objetivos que fueran realistas; por lo que se creó un grupo en 1960 por Robert Stewart, para fundar un sistema gerencial que se comprometiera a aprobar y comprometerse en el trabajo del desarrollo, en la actualidad se le conoce como “manejo del cambio”.

Ahora bien, miles de empresas fueron visitadas, para entrevistar a miles de ejecutivos; llegando a la conclusión que, los que eran jefes ejecutivos debían ser los jefes de planificación, a demás, los jefes inmediatos también debían conformarlo.

Descubriendo así, que el presente seria lo satisfactorio, el futuro la oportunidad, lo que es malo en el presente es una falta y si el futuro es malo es una amenaza, convirtiéndose en las siglas SOFA, luego, en 1964, fue cambiada la F a W, llegando así, el SWOT, o FODA en español.

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar una análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa. Desde este punto de vista la palabra FODA es una sigla creada a partir de cada letra inicial de los términos mencionados anteriormente.

¿Qué es el análisis FODA?

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar una análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa. Desde este punto de vista la palabra FODA es una sigla creada a partir de cada letra inicial de los términos mencionados anteriormente.

¿Para qué sirve el FODA?

Se recurre a ella para desarrollar una estrategia de negocio que sea solida a futuro, a demás, el análisis FODA es una herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debe ejecutar y tomarla en consideración.

Cabe señalar que, si existiera una situación compleja el análisis FODA puede hacer frente a ella de forma sencilla y eficaz. Enfocándose así a los factores que tienen mayor impacto en la organización o en nuestra vida cotidiana si es el caso, a partir de allí se tomaran eficientes decisiones y las acciones pertinentes.

Además, el FODA ayuda a tener un enfoque mejorado, siendo competitivo ante los nichos de los mercados al cual se esta dirigiendo la empresa, teniendo mayores oportunidades en el mercado que se maneje creando estrategias para una eficaz competencia.

¿Cómo se realiza un análisis FODA?

La diversidad de personas y distintas perspectivas es lo más recomendable para realizar un buen análisis, todos los departamentos de una organización deberían participar e inclusive los clientes para que vacíen sus buenos resultados estratégicos.

Usualmente, es usado en una plantilla de análisis FODA con 4 cuadros, lo primordial es que se haga sencillo y práctico para poder entender los resultados.

Procedimiento para desarrollar el análisis FODA

Tener una perspectiva de cómo pudiera ser el nuevo proyecto en el mercado desde el principio hasta el final, ya identificado claramente el objetivo. El análisis FODA comienza a desarrollar su papel ayudando a la búsqueda del mismo en el modelo de la planeación estratégica.

Todos los Derechos Reservados. 2020
<https://cladera.org>
Productos Educativos



Fortalezas

Los atributos o destrezas que una industria o empresa contiene para alcanzar los objetivos.



Oportunidades

Las condiciones externas, lo que está a la vista por todos o la popularidad y competitividad que tenga la industria u organización útiles para alcanzar el objetivo



Debilidades

Lo que es perjudicial o factores desfavorables para la ejecución del objetivo.



Amenazas

Lo perjudicial, lo que amenaza la supervivencia de la industria o empresa que se encuentran externamente, las cuales, pudieran convertirse en oportunidades, para alcanzar el objetivo.