

**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

# **DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

**COMUNITY MANAGER Y  
MARKETING DIGITAL**

**Tema**

**ANÁLISIS FODA. OBJETIVOS DE  
MARKETING DIGITAL. MERCADO  
OBJETIVO Y POSICIONAMIENTO**

## El análisis DAFO

El análisis DAFO también es conocido como FODA o DOFA. Son las siglas para debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, es un recurso o herramienta que te permite estudiar estos aspectos de un proyecto en cualquiera de sus fases.

- Ve tanto dentro (fortalezas y debilidades) como fuera (oportunidades y amenazas) para desarrollar una estrategia y usar de la mejor manera los recursos. Los dos primeros son aspectos en los que la organización tiene control, mientras que los últimos dos no, pero puede anticiparse a ellos.
- Se usa para diagnosticar y determinar las ventajas competitivas que tiene el objeto de estudio en un entorno tomando en cuenta características internas y externas del mismo.

El análisis te permite trazar una estrategia o plan conveniente que tenga más posibilidades de éxito. Por lo general se realiza en una matriz cuadrada y se ajusta a múltiples situaciones y aspectos.

### Pasos básicos para hacer un DAFO

Si ya sabes en qué consiste la matriz FODA ahora debes empezar a realizar el análisis. Para esto solo sigue los siguientes pasos. Son muy sencillos.

**Lluvia de ideas:** Si cuentas con un equipo de trabajo, reúnelos. Cada uno de los integrantes puede aportar información relevante para los diferentes sectores de la matriz. Y en caso de que estés realizando el FODA solo, no te preocupes. Colocas los elementos y factores que puedas encontrar.

**Selección:** Cuando todos hayan aportado su opinión deben seleccionar un número determinado de elementos para cada sección de la matriz. Por eso es importante que estén organizados por nivel de relevancia. Esto es una guía para realizar una selección mucho más objetiva.

**Parametriza:** Una vez que hayas culminado tu selección debes puntuarlos por relevancia nuevamente y organizarlos dentro de la matriz. Ejemplo para un análisis DAFO puedes establecer una valoración de 1 a 10 donde 10 sea muy importante y 1 el menos relevante.

**Analiza los resultados:** Con la información que se encuentra en la matriz puedes saber la situación real en la que se encuentra tu estrategia y sus puntos más fuertes y débiles.

- Una vez que hayas construido y analizado tu matriz DAFO es momento de pasar a otro nivel.
- Que sería la resolución de las dificultades que detectaste.

### ¿Cuál es el objetivo de un análisis FODA?

- Hacer un análisis DAFO para tu plan de marketing digital principalmente se trata de ver los hechos.
- El propósito de hacer esto en tu negocio es poder usar esa información. Te da una idea de dónde está tu negocio, para que puedan como equipo discutir lo que encontraron y buscar soluciones que permitan mejorar tu marca.

Entonces, el propósito principal de un análisis FODA en el marketing es ayudar a los negocios a crear pasos para fortalecerlo.

### Beneficios de usar el análisis DAFO en el marketing

Emplear el análisis FODA te brinda múltiples beneficios a la hora de tomar decisiones con respecto a tu estrategia de marketing.

Algunos de estos son:

- Para los emprendimientos o negocios pequeños un análisis FODA ayudará a tener más claridad en los factores internos y externos que afectan al negocio y sus actividades de marketing.
- Identificar todos los factores positivos y negativos del entorno permite mejorar de forma constante tu estrategia.
- Puedes realizar el proceso cada año o cuando consideres que sea necesario.

Si empleas la matriz FODA y la CAME en conjunto puedes realizar acciones para mejorar la operatividad y efectividad de tu plan.

- Puedes utilizar la herramienta cada vez que se plantee un nuevo plan de marketing o si se realizan modificaciones en sus acciones.
- De esta forma puedes comparar los resultados actuales con los previos y fortalecer áreas si lo necesitan.
- La matriz FODA puede aplicarse en diferentes áreas del marketing digital como en el producto, en el marketing personal y otras.

El análisis DAFO se puede utilizar en diferentes situaciones y tipos de proyectos. En el marco digital, específicamente en el mundo del marketing online, el uso de esta herramienta es indispensable.

Algunas de los escenarios o casos más comunes en la que este método de evaluación se usa son:

- En el lanzamiento de una nueva estrategia de marketing digital.
- Apertura de un nuevo sitio web.
- Lanzamiento de un producto o servicio.
- Análisis de áreas específicas como recursos humanos o financiera.
- Estado de una campaña de promoción.
- Estrategia SEO.
- Publicidad en redes sociales.
- Embudo de conversión (proceso de compra).
- Estrategias de captación de clientes.
- Si tu tráfico orgánico cae de repente o es inestable.
- Posición de la marca en el mercado.
- Marketing personal



## **Análisis DAFO para tu plan de marketing digital**

El primer paso para realizar un análisis DAFO es recopilar datos e ideas.

Esta información habitualmente se coloca en una matriz que facilita su visualización y entendimiento.

### **La matriz FODA está formada por 4 elementos:**

fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Los primeros dos hacen referencia a factores internos mientras que los últimos son externos.

## **Análisis de factores internos**

- Una vez que hayas formado la matriz debes proceder a realizar el análisis de los factores internos.
- Esta etapa es una de las más sencillas, ya que por lo general manejas datos con los que estas muy familiarizado.
- Debes plantear las fortalezas y debilidades de tu plan. Para esto debes hacerte preguntas, cuestionar todos los aspectos de este y además ser honesto y autocrítico.

### **Fortalezas:**

- Para hacer un análisis DAFO para tu plan de marketing digital deberás analizar las fortalezas de un proyecto.
- Estas son todos los elementos (internos) que proporcionen ventajas. Que pueden ser destrezas, recursos y otros.

Hazte preguntas como: ¿Qué está funcionando bien o qué funcionó bien?, ¿qué te da la ventaja sobre tus competidores?, ¿en qué sobresalen nuestros recursos actuales?, ¿qué hace que tu producto o servicio sea único?, ¿cómo las personas fuera de tu organización describen tus fortalezas?

Van a variar dependiendo del objeto de estudio. Algunos ejemplos de virtudes en el DAFO de marketing digital son la atención personalizada, generar buena experiencia de navegación en los usuarios, contar con una amplia gama de productos y otras.



## Debilidades

- Las debilidades son aquellos factores que dificultan la obtención de los objetivos y la realización de las actividades propuestas.
- Dicho de otra forma son esos elementos que restan fuerza o que retrasan tu avance.
- Es importante que seas autocrítico en esta etapa. Porque la detección de las debilidades en el marketing te permitirá tomar acciones para disminuir sus efectos.

Algunas preguntas que deberías hacerte son: ¿Qué no funcionó bien?, ¿qué nos dió una desventaja ante la competencia?, ¿hubo pérdidas en el retorno de la inversión, ¿qué hace mal el equipo?, ¿qué retroalimentación reciben de colegas y clientes?

Una vez que obtengas todos los factores internos (fortalezas y debilidades) es muy importante que los organices por su nivel de importancia o gravedad. De esta forma actuarás en función de la relevancia de las variables.

Un ejemplo DAFO de las debilidades en una estrategia de marketing digital es la poca presencia en redes sociales. También podrían ser no saber medir el retorno de la inversión (ROI) o los errores que afectan el SEO.

## Análisis de los factores externos

- Son muchos los factores externos que pueden afectar de forma directa o indirectas tus planes.
- Estos pueden pertenecer a dos entornos del marketing, micro y macro.
- El microentorno se refiere a aquellos agentes que están en contacto cercano y constante con la empresa, estrategias u acciones; por ejemplo, los competidores. Mientras que el macroentorno son los elementos que no tienen una interacción directa, por lo que esta no tienen ningún tipo de control sobre ellos; como el entorno cultural o demográfico.

## Amenazas:

- Las amenazas son todos aquellos elementos que dificulten la ejecución de tus ideas o afecten de forma negativa el desarrollo de tu campaña o proyecto.

- Para hacer un análisis DAFO para tu plan de marketing digital deberás usar este método que te ayudará a determinar cuáles son estos riesgos haciéndote preguntas relacionadas con la temática.

Aquí en el análisis foda de marketing digital te deberás preguntar ¿Qué cosas fuera de tu compañía te afectan negativamente?, ¿nuestros productos o servicios producen la misma satisfacción que la competencia?

Y aunque no tengas control sobre estas amenazas, identificarlas te permitirá tomar acciones para evitar que afecten en grandes proporciones tu plan.

Algunas amenazas frecuentes son:

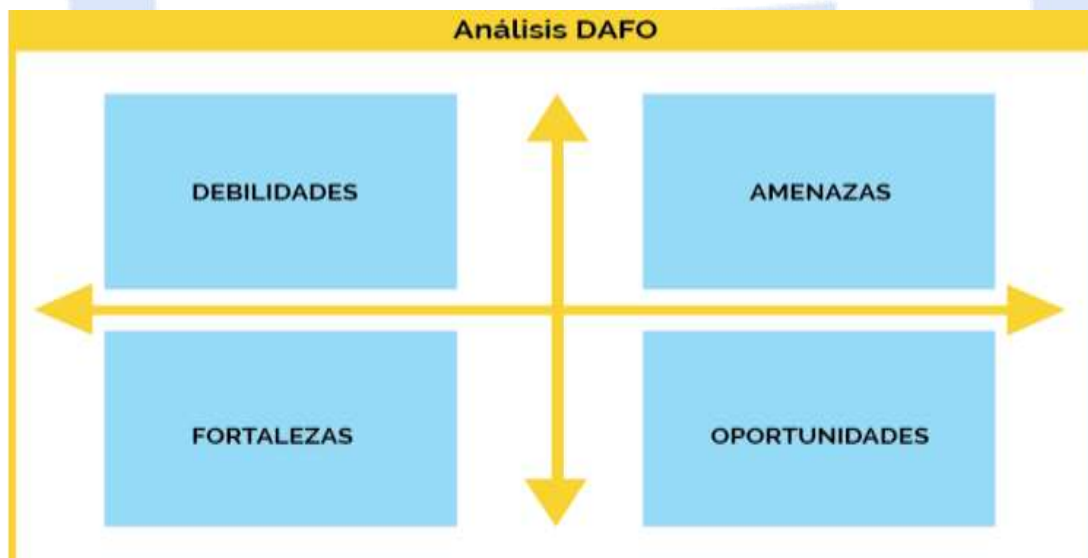
- entrada de nuevos competidores,
- saturación del mercado, cambios en los precios del mercado y otras.

### Oportunidades:

Las oportunidades abarcan todos los aspectos positivos que se encuentran en el entorno y puedes usar a corto, mediano o largo plazo para sacarle el máximo provecho a tu plan de mercadeo digital.

Una pregunta clave será: ¿Qué está pasando fuera de la organización que puedo capitalizar?, ¿hay una necesidad que puedo cubrir?, ¿dónde mis empleados necesitan más apoyo?

Los aspectos positivos te permitirán crear estrategias mucho más fuertes. Esto se hace con acciones efectivas para alcanzar el éxito.



## FODA de un plan de marketing digital en ejemplos

- Podemos poner como ejemplo un análisis FODA para un plan de marketing de un restaurante pequeño local.
- La idea es vender más almuerzos y la competencia son cadenas grandes.

El ejemplo de análisis FODA para este sería:

**Fortalezas:** Cocineros talentosos que hacen platos innovadores usando ingredientes locales. La ubicación cerca de edificios y, además, formar parte de la comunidad.

**Debilidades:** Poco presupuesto para la publicidad, pocos recursos en general.

**Oportunidades:** Las festividades están cerca, por lo que la popularidad del local por sus ingredientes locales aumentará.

**Amenazas:** hay grandes cadenas que son competencia cerca, aumentan los precios de los ingredientes.

- A partir de esto se pueden combinar los resultados para crear estrategias para tus campañas de marketing digital con FODA.
- Por ejemplo, se combinan las oportunidades con debilidades, si no tienes presupuesto para la publicidad puedes usar las redes sociales para promocionarte o dar muestras gratis afuera del local.

## Análisis DAFO de una empresa de ecommerce

A continuación, presentamos un ejemplo de análisis DAFO para una empresa de ecommerce:

**Debilidades:** falta de reconocimiento de marca, problemas de logística, falta de presencia en las redes sociales.

**Amenazas:** competencia creciente, cambios en las regulaciones de comercio electrónico.

**Fortalezas:** amplia variedad de productos, precios competitivos, buen servicio al cliente.

**Oportunidades:** creciente demanda de compras en línea, expansión a nuevos mercados, nuevas tendencias de consumo.



Gracias a este análisis es posible tomar decisiones que mejoren la estrategia digital de la empresa.

Por ejemplo, se puede mejorar la logística y los tiempos de entrega.

También se puede trabajar en la imagen de la marca, y crear más contenido relevante y de calidad para las redes sociales. De esta manera se hace frente a las debilidades encontradas.

Por otra parte, se pueden expandir las ventas a través de canales digitales adicionales, por ejemplo, a través de las redes sociales.

### **Matriz CAME para complementar el análisis DAFO**

Para aprovechar al máximo el análisis FODA te recomendamos complementarlo con otras herramientas. Una de ellas es la matriz CAME. Sus siglas hacen referencia a corregir debilidades, afrontar amenazas, mantener fortalezas y explorar oportunidades.

- El análisis DAFO te indica dónde te encuentras, mientras que el CAME te ayuda a alcanzar los objetivos planteados.
- Este instrumento te permite encontrar soluciones a aquellos puntos débiles o dificultades que hayas determinado.
- El objetivo general de este análisis es generar ideas de posibles estrategias que te ayuden a mejorar las debilidades y amenazas que determinaste anteriormente en el FODA.
- Una forma de llevar a cabo este análisis de forma efectiva es analizando cada cuadrante de la matriz DAFO. Cuestionate cómo puedes solucionar, mantener o fomentar las problemáticas y ventajas de tu estrategia.

**Algunas preguntas que son de mucha ayuda en la construcción de tu matriz CAME son:**

- ¿Cómo lograr mantener los puntos fuertes de la estrategia?
- ¿Qué acciones puedo tomar para compensar las debilidades detectadas?
- ¿Cómo puedo aprovechar las oportunidades del mercado para maximizar los beneficios?.

## **DAFO cruzado**

Dependiendo de tus necesidades y los objetivos de tu plan puedes crear e implementar 4 estrategias básicas que incluyen el análisis de elementos FODA y CAME.

### **Estrategia FO**

La estrategia FO se obtiene relacionando las fortalezas con las oportunidades. También es conocida como estrategia ofensiva o de ataque.

Esta busca aprovechar las oportunidades apoyándose en las fortalezas. Es muy utilizadas por las PYMES que tienen una característica que les da ventaja dentro de su mercado o por marcas que buscan crecer.

### **Estrategia DO**

Es también llamada estrategia adaptativa y es muy utilizada cuando se quiere corregir debilidades para luego aprovechar las oportunidades. Si se hace con éxito crearás nuevas fortalezas.

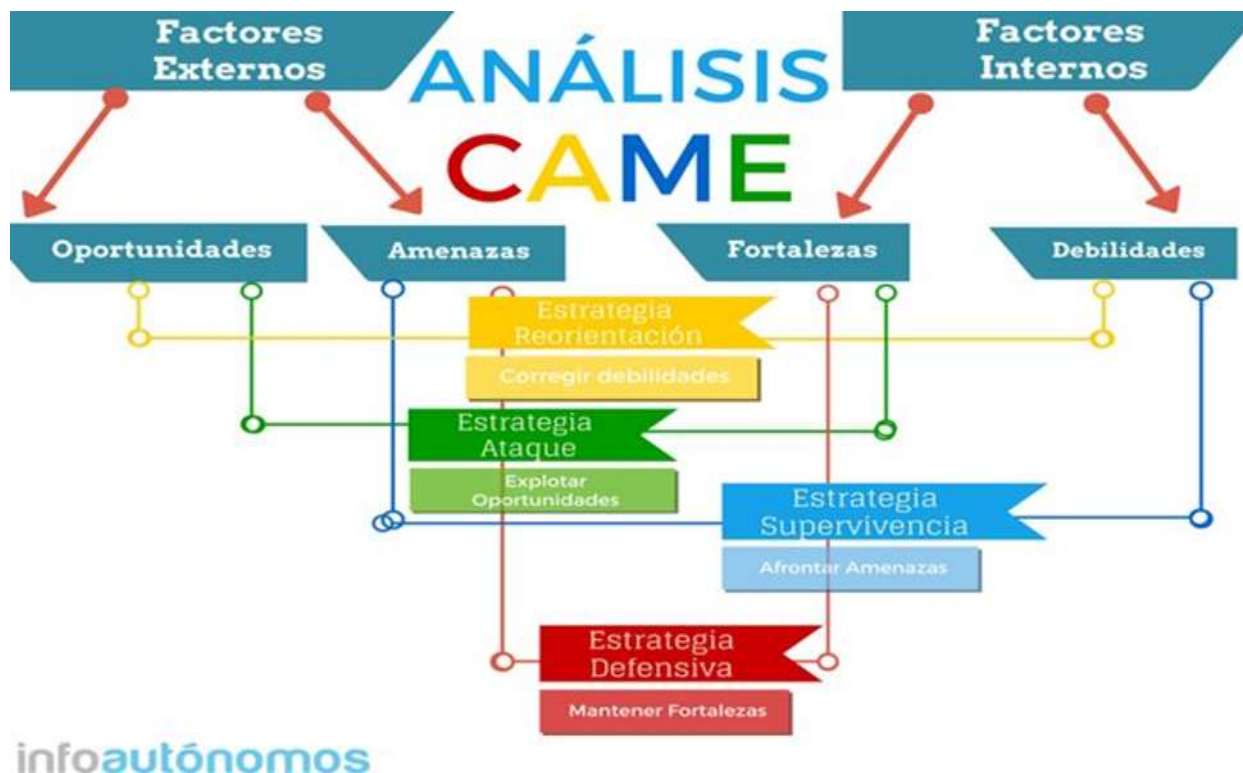
### **Estrategia DA**

Se relacionan las debilidades y las amenazas y es conocida como estrategia de supervivencia. La función principal de este tipo de estrategia es enfrentar las amenazas y evitar que se apoyen de debilidades internas.

### **Estrategia FA**

Las estrategias FA o defensivas relacionan las fortalezas con las amenazas. Es decir, se basa en aprovechar al máximo las fortalezas para reducir el impacto de las amenazas.

La usan mucho las empresas o marcas que están consolidadas y estables, pero que buscan mejorar su situación actual.



## Herramientas para hacer análisis DAFO

Una de las mejores formas de aplicar este análisis es tomando un lápiz, una hoja de papel, marcadores y cualquier elemento que te permita plasmar tus ideas. Pero también puedes ayudarte con algunas de estas herramientas digitales:

### Lucidchart

Lucidchart es una herramienta muy práctica para hacer el análisis DAFO de manera rápida y sencilla. Puedes trabajar sobre cualquiera de las plantillas que tiene disponible o trabajar desde cero en un lienzo nuevo.

### SWOT Analysis Generator

- El potencial de la inteligencia artificial también te facilitará crear un análisis FODA de manera sencilla.
- Para eso está SWOT Analysis Generator, una herramienta impulsada por IA en la que solo deberás introducir la descripción de la empresa y con esa información se generará el análisis.

- Para acceder al análisis hay que pagar dos dólares (al momento de la redacción de este artículo).
- Los campos del análisis son editables y, al finalizar, puedes descargarlo como una imagen.

## **Creately**

Creately es una plataforma gratuita. Su principal función es ayudar a los usuarios a realizar diferentes tipos de diagramas.

En esta podrás encontrar una herramienta que posee plantillas para realizar matrices DAFO.

Cuenta con una gran cantidad de plantillas que te permiten identificar de forma rápida las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de tu objeto de estudio.

Algunas de sus características que te permitirán hacer un análisis DAFO para tu plan de marketing digital son:

- Te permite ir rellenando los diferentes cuadrantes de la matriz.
- Posee diseños coloridos y sobrios para que los presentes de una forma profesional, atractiva y organizada.
- Puedes editar junto a otro integrante de tu equipo de trabajo de forma simultánea. Incluso posee un sistema de comentarios online.
- Posee tutoriales con ejemplo que te pueden servir de guía.

## **Canva**

La popular aplicación de diseño Canva también cuenta con plantillas para realizar matrices FODA de marketing digital. Y una de sus ventajas es que es muy fácil de utilizar.

Entre sus características podemos mencionar:

- Posee gran variedad plantillas para realizar matrices DAFO.
- Para encontrar los diseños prediseñados coloca DAFO en el buscador.
- Y aunque puedes obtener mejores resultados si colocas la traducción en inglés “SWOT Analysis”.
- Puedes descargar el archivo en diferentes formatos e incluso en alta definición.
- Otras herramientas digitales para el análisis DAFO

- Hay herramientas que se usan en el marketing digital que también te ayudarán a hacer el análisis FODA.
- Por ejemplo, Semrush te servirá para identificar oportunidades y amenazas en el mercado, ya que es útil para analizar a la competencia e identificar palabras clave.
- Ahrefs es similar a Semrush. Aquí encontrarás datos sobre el tráfico web, la popularidad de las páginas web y el posicionamiento en los motores de búsqueda.

### **Integración del DAFO con estrategias de marketing digital**

La información que se obtiene de este análisis es valiosa y te ayudará a impulsar tu estrategia de marketing digital. Para ello debes saber cómo integrarla y hay diversas maneras de hacerlo.

Una manera de hacerlo es aprovechar el análisis para identificar los mejores canales de marketing para la empresa. Asimismo, se puede utilizar para establecer los objetivos de una campaña de marketing.

### **Combinando DAFO con SEO**

El análisis DAFO puede utilizarse para mejorar el posicionamiento SEO de un sitio web. A través de este análisis se pueden identificar palabras clave que luego se pueden integrar en la estrategia SEO

### **DAFO y marketing de contenidos**

De igual manera, es útil para mejorar las estrategias de marketing de contenidos. A partir del resultado del informe se identifican las necesidades del público objetivo.

De este modo, es posible crear contenido que sea relevante.

Usar esta guía de cómo hacer un análisis DAFO para tu plan de marketing digital te traerá muchos beneficios.

Si empleas esta herramienta garantizarás el éxito de tu plan de marketing.





## Objetivos del marketing

### 7 objetivos del marketing digital

- 1 Captación de nuevos clientes.
- 2 Fidelización de clientes.
- 3 Reconocimiento de marca.
- 4 Incrementar la cuota de mercado.
- 5 Aumento de ventas.
- 6 Mejorar el embudo de conversión.
- 7 Mayor engagement o interacciones.

HubSpot

