



¿Qué es el análisis interno de una empresa?

El análisis interno de una empresa, consiste en evaluar los recursos, habilidades y competencias de dicha empresa para poder adoptar las herramientas estratégicas pertinentes y poder adquirir así un nivel de resultados óptimo. Dicho de otro modo, es un estudio completo de la capacidad de la empresa para desarrollarse frente a la competencia. Por tanto, una forma de desarrollo consiste en adaptarse a las dificultades que aparecen en el mercado y aprovechar las oportunidades de éste, resaltando los puntos fuertes y mejorando los débiles. Estas características necesarias, pueden representarse generalmente mediante una matriz llamada "SWOT" o más conocida como DAFO.

Herramientas para el análisis interno de una empresa

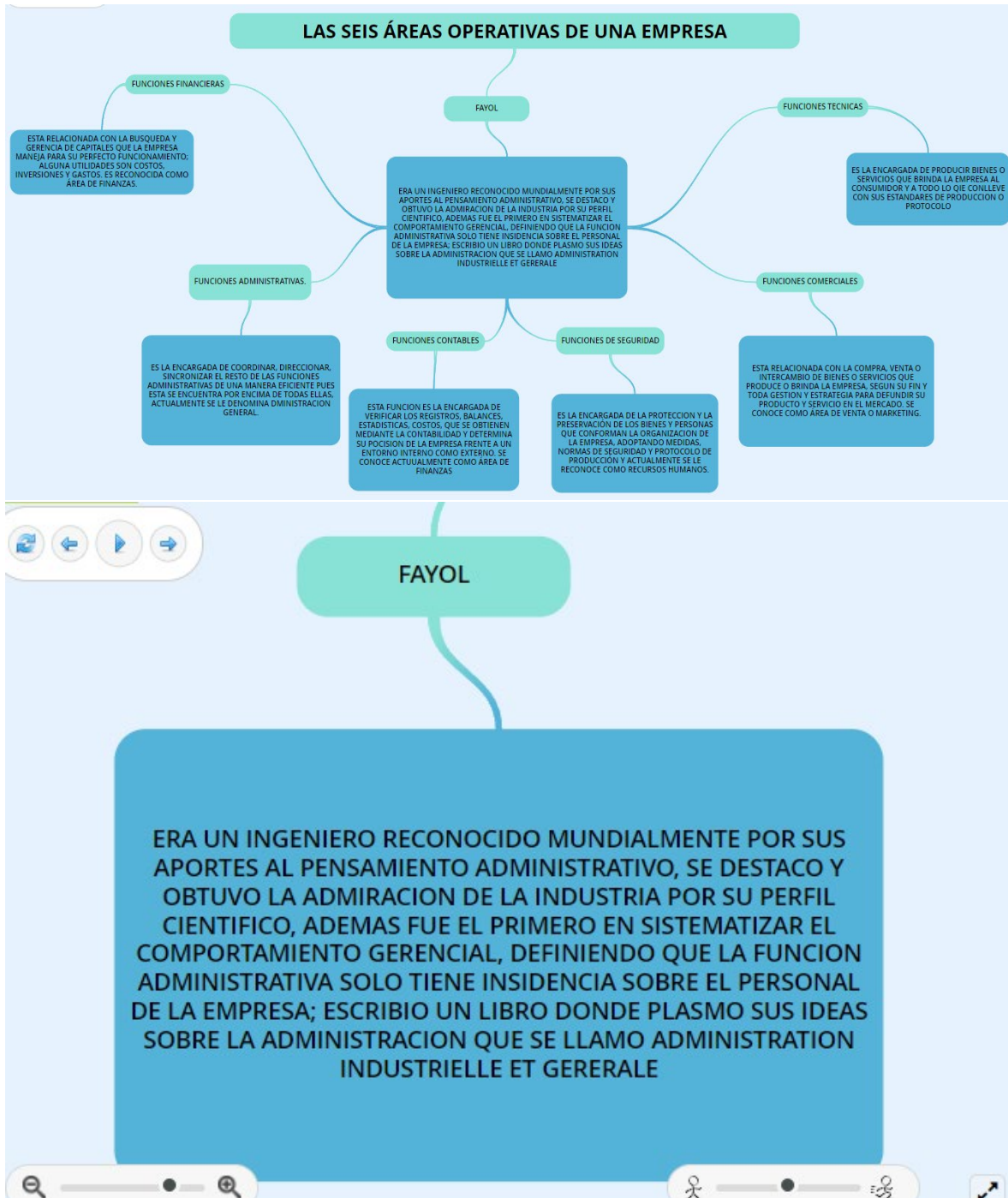
Una de las herramientas fundamentales para poder realizar un correcto análisis interno de una empresa es la denominada "cadena de valor". Esta técnica permite analizar estratégicamente las actividades internas de una empresa. Es decir, la "cadena de valor" estudia en profundidad el desarrollo de las ventajas que la empresa puede adoptar frente a la competencia. Además, se compone de nueve actividades principales: la producción, la logística externa e interna, el desarrollo tecnológico, las infraestructuras, la venta y servicio postventa, la gestión de los recursos humanos y el abastecimiento. Mediante estas nueve actividades, la "cadena de valor" intercambia informaciones, datos, para posibilitar una red coherente de colaboración.

Otra de las herramientas fundamentales del análisis interno de una empresa son los recursos y el análisis funcional de éstos. Es importante estudiar si los recursos de una empresa constituyen puntos fuertes, y, como consecuencia, aportan beneficios, o si por el contrario, constituyen puntos débiles, y, por tanto deben buscarse las soluciones pertinentes.

Entre los recursos humanos útiles para la empresa se encuentran los empleados con unos altos grados de motivación, respetuosos, competentes y formados. Por otra parte, en lo referente a los recursos materiales, es necesario que la empresa posea equipos con los suficientes avances tecnológicos como para poder resolver los retos y tareas empresariales. Además, según el tipo de empresa, es muy importante la situación geográfica de ésta, es decir, que tenga o no un fácil acceso puede tener una repercusión importante tanto para los empleados, como para los clientes.

Asimismo, los recursos financieros tienen un claro impacto en el desarrollo de las empresas. Tener importantes accionistas y una buena relación con los bancos, favorecen muy positivamente en los recursos de la empresa. Por último, cabe destacar los recursos de publicidad o marketing que las empresas tienen frente a la competencia. En la actualidad, debido al elevado número de empresas que ofrecen servicios similares, es necesario desarrollar técnicas de marketing para destacar frente a las demás empresas. Igualmente, es muy importante la posición que una empresa adopta en el mercado, ya que de esto dependerán, en gran parte, la decisión por parte de los clientes de escoger una empresa u otra.

En efecto, el mundo laboral es cada vez más complejo, y es importante adoptar las técnicas necesarias para destacar y brillar frente a la competencia. Para ello, es necesario realizar un buen análisis interno de una empresa, revisando su historia, su evolución, las técnicas y recursos que dicha empresa posee, y la imagen que esta proyecta como marca y posición en el mercado. La clave del éxito empresarial es saber aprovechar los recursos de las empresas para optimizar los resultados y mejorar los puntos débiles que éstas puedan presentar.



FUNCIONES TECNICAS

ES LA ENCARGADA DE PRODUCIR BIENES O SERVICIOS QUE BRINDA LA EMPRESA AL CONSUMIDOR Y A TODO LO QUE CONLLEVE CON SUS ESTANDARES DE PRODUCCION O PROTOCOLO



FUNCIONES COMERCIALES

ESTA RELACIONADA CON LA COMPRA, VENTA O INTERCAMBIO DE BIENES O SERVICIOS QUE PRODUCE O BRINDA LA EMPRESA, SEGUN SU FIN Y TODA GESTION Y ESTRATEGIA PARA DEFUNDIR SU PRODUCTO Y SERVICIO EN EL MERCADO. SE CONOCE COMO ÁREA DE VENTA O MARKETING.

FUNCIONES DE SEGURIDAD

ES LA ENCARGADA DE LA PROTECCION Y LA PRESERVACIÓN DE LOS BIENES Y PERSONAS QUE CONFORMAN LA ORGANIZACION DE LA EMPRESA, ADOPTANDO MEDIDAS, NORMAS DE SEGURIDAD Y PROTOCOLO DE PRODUCCIÓN Y ACTUALMENTE SE LE RECONOCE COMO RECURSOS HUMANOS.

FUNCIONES CONTABLES

ESTA FUNCION ES LA ENCARGADA DE VERIFICAR LOS REGISTROS, BALANCES, ESTADISTICAS, COSTOS, QUE SE OBTIENEN MEDIANTE LA CONTABILIDAD Y DETERMINA SU POSICION DE LA EMPRESA FRENTE A UN ENTORNO INTERNO COMO EXTERNO. SE CONOCE ACTUUALMENTE COMO ÁREA DE FINANZAS

FUNCIONES ADMINISTRATIVAS.

ES LA ENCARGADA DE COORDINAR, DIRECCIONAR, SINCRONIZAR EL RESTO DE LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS DE UNA MANERA EFICIENTE PUES ESTA SE ENCUENTRA POR ENCIMA DE TODAS ELLAS, ACTUALMENTE SE LE DENOMINA ADMINISTRACION GENERAL.

FUNCIONES FINANCIERAS

ESTA RELACIONADA CON LA BUSQUEDA Y GERENCIA DE CAPITALES QUE LA EMPRESA MANEJA PARA SU PERFECTO FUNCIONAMIENTO; ALGUNAS UTILIDADES SON COSTOS, INVERSIONES Y GASTOS. ES RECONOCIDA COMO ÁREA DE FINANZAS.

<https://rockcontent.com/es/blog/matriz-efi/#:~:text=La%20matriz%20EFI%2C%20conocida%20tambi%C3%A9n,alguna%20de%20sus%20%C3%A1reas%20funcionales.>

¿Qué es la matriz EFI?

La matriz EFI, conocida también como MEFI, son las siglas de **Matriz de Evaluación de Factores Internos**.

Una herramienta que permite realizar una auditoría interna y así entender las fortalezas y debilidades de una empresa o de alguna de sus áreas funcionales.

Antes de realizar cualquier planificación estratégica o incluso [lanzar un nuevo producto al mercado](#), es importante entender cuáles son las fuerzas y debilidades. De esta forma podrán ser consideradas y mejoradas antes que sea demasiado tarde.

Para realizar una buena evaluación de los factores internos solamente es necesario seguir los pasos para la creación de la matriz EFI siendo bastante detallistas y específicos.

Al realizar la matriz, ya estamos haciendo una reflexión y descubriendo más profundamente la empresa, ya que algunas veces por la rutina diaria, muchas cosas pasan desapercibidas.

¿Cuál es la importancia de la matriz EFI?

Para decidir las estrategias a seguir, en [marketing](#), en el área comercial o en cualquier otro sector de la empresa implican un conocimiento general de la situación actual.

Ya sea antes de ejecutar algún proyecto o para determinar cuál será la próxima [estrategia para aumentar las ventas](#), es necesario **conocer los puntos fuertes y débiles**.

Es por este motivo que realizar una matriz de evaluación de factores internos es necesario antes de tomar una decisión importante para el negocio.

Pasos para realizar una matriz EFI

Realizar una matriz EFI puede parecer confuso y complicado cuando no se tiene conocimiento del procedimiento.

Sin embargo, **siguiendo paso a paso estas instrucciones podrás crearla sin mayores dificultades**.

Eso sí, debes ser bastante analítico, detallista y conocer profundamente el sector que deseas analizar.

¿Listo para crear tu matriz EFI? ¡Allá vamos!

1. Crear un cuadro y llenarlo

En primer lugar, debes hacer un cuadro con cuatro columnas. La primera será para que coloques la lista de las fortalezas y debilidades del sector que quieres analizar o de toda la empresa en el caso que busques un análisis general.

Debes ser bastante **específico**. Dedícale un tiempo razonable a tu lista, colocando en ella los factores que has identificado.

Mientras más elementos tenga tu lista mejor. Así podrás tener una mejor visión general. Empieza por las fortalezas y después pasa a las debilidades. Una vez que tengas como mínimo unos 10 elementos en tu lista puedes pasar a la siguiente etapa.

Recuerda, mientras más factores, mejor.

2. Establece índices de valor

Ahora que tienes una lista con las fuerzas y debilidades del negocio, llegó el momento que le atribuyas una nota a cada uno de sus elementos. Para eso utilizarás la segunda columna.

Le pondrás una nota que varíe entre 0,00 y 1,00 a cada uno de los factores de tu lista. Donde **0 es un factor sin importancia y 1,00 es un factor muy importante** para el éxito de la [marca](#).

Al sumar las notas de todos los elementos de tu lista el valor total debe ser 1,00. Por tanto, ten cuidado al dar los valores a cada uno de los factores de tu lista para que el total no pase este valor.

Por ejemplo, si tienes 8 fortalezas en tu lista y 9 debilidades, le pondrás una nota a cada elemento de acuerdo con su relevancia en el resultado final, independientemente si es algo positivo o negativo. La suma de la nota de los 17 factores debe dar 1,00.

3. Clasifica los factores

Una vez que completaste la segunda columna llegó el momento de pasar a la tercera. En ella colocarás un valor entre 1 y 4 con las siguientes atribuciones:

1. Debilidad Mayor.
2. Debilidad Menor.
3. Fortaleza Menor.
4. Fortaleza Mayor.

Una vez que cada factor de la lista tiene su valor atribuido puedes pasar a la última columna.

4. Cruza los datos añadidos

En este paso llegó el momento de **multiplicar la segunda con la tercera columna** de cada uno de los elementos de tu lista, creando la cuarta columna.

Por ejemplo, si en una debilidad colocaste una nota de 0.05 en la segunda columna porque no tenía mucha importancia.

Y en la tercera columna le diste una nota 2 por ser una debilidad menor, al multiplicar las dos columnas la calificación ponderada es 0,10. Este valor deberás colocarlo en la cuarta columna.

Deberás hacer esto para todos los factores.

5. Suma los factores para llegar a una conclusión

Una vez calculada la calificación ponderada de todos los factores llegó el momento de realizar el último paso. Sumar las calificaciones ponderadas de todos los elementos de tu lista.

El valor de esta suma dará entre 1,00 y 4,00, siendo que el valor promedio de la calificación total ponderada es 2,5.

Si tu resultado es menor a esta media quiere decir que tu marca o el sector auditado es débil. En el caso que el resultado sea mayor que 2,5 quiere decir que es fuerte.

A pesar de que el resultado final te da una visión bastante clara de la situación de la marca, todo el proceso debe ser analizado.

Las informaciones obtenidas para la creación de la matriz te permiten tener un contacto real con informaciones que muchas veces pueden pasar desapercibidas.

La matriz EFI te permite hacer un análisis en pocos pasos y de forma sencilla. Durante su creación te posibilita hacer una reflexión de la situación de tu marca, ya sea en su totalidad o en un área específica.

La Matriz EFI es una forma práctica y sencilla de entender mejor a tu empresa.

Conclusión

Hacer una Matriz EFI no es una tarea complicada y puede traerte grandes beneficios como lo hemos visto anteriormente.

Es importante tomarse algunos momentos para **reflexionar y analizar la situación de un negocio** que muchas veces por las tareas del día a día pasan desapercibidas.

Conocer las fortalezas y debilidades de tu empresa es algo fundamental para enfrentar los desafíos del negocio, por tanto, invierte en este tipo de análisis.

Para un análisis más profundo ¿qué tal utilizar otra matriz que puede darte una visión complementaria de tu empresa? Descarga esta plantilla gratuita para presentaciones de [análisis FODA](#) y ¡haz una auditoría más completa en tu negocio!