

Cómo trabajar el DAFO personal



"Cómo trabajar el DAFO Personal"

Ebook PDF Julio 2020

Autor: Guillem Recolons

Ejemplar gratuito, prohibida su venta

Colaboraciones: Elena Arnaiz, Xavi Roca, Arancha Ruiz, Francisco Alcaide y Nancy Vázquez

Diseño gráfico: María Mas-Bagà



El contenido de este ebook creado por Guillem Recolons se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 3.0 Unported. Basad en una obra de Guillem Recolons. Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden encontrarse en creativecommons.org



Índice

Introducción	4
Analizando debilidades	6
Analizando fortalezas	20
Analizando amenazas	26
Analizando oportunidades	33
Construyendo el DAFO	38
Conclusiones	37

Introducción

Una de las constantes de la gestión de marca personal (personal branding) es el preguntarse por qué no podemos gestionarnos a nosotros mismos utilizando herramientas y estrategias que son propias de las empresas y las marcas comerciales.

El DAFO no es una excepción. ¿Se trata de la misma herramienta? No exactamente. Las cuestiones a abordar son las mismas: analizamos nuestros factores internos, las debilidades y fortalezas y también los externos, amenazas y oportunidades.

La diferencia estriba en la persona. Cuando hablamos de hábitos, de rasgos de personalidad, de valores raíces, de creencias, de miedos, de habilidades... hablamos de personas, de alma. Una marca comercial o una organización puede abanderar valores, pero no serán valores raíces, serán los valores que decida el comité de dirección o de marketing que "convienen" para tener un mejor encaje en el mercado.

El DAFO personal es un excelente ejercicio de autoconocimiento, de diagnóstico, pero también forma parte de una metodología de planificación estratégica indispensable como fase previa al desarrollo de un modelo de negocio y propuesta de valor.

Es importante haber recibido feedback antes de trabajar con este método. Uno no siempre acaba de conocerse del todo, así que un buen consejo es contar con las opiniones del entorno cercano personal y laboral para poder cumplimentar debidamente el DAFO y proyectarlo posteriormente como un elemento estratégico de gestión personal.

Espero que las páginas que siguen te ayuden a interiorizar cómo está formado tu ADN profesional.

Un saludo,

Guillem Recolons
Personal Branding Strategist

El DAFO personal



Debilidades

- Malos hábitos laborales y personales
- Debilidades que transmites a los demás
- Ámbitos que esquivas por miedo a no dominarlos
- Creencias limitantes



Fortalezas

- Qué te diferencia de los demás. Qué haces mejor
- Habilidades y competencias
- Puntos fuertes que te han ayudado a asumir objetivos
- Agenda de contactos
- Tu valores principales



Amenazas

- Fuerte competencia en tu ámbito profesional
- Uso de nuevas tecnologías
- Dificultades del actual marco laboral
- #logratismata



Oportunidades

- Nuevas competencias que puedes adquirir
- Ámbitos de mercado explorables para encontrar
- Puesto de trabajo que te ayudaría a conseguir tus objetivos
- A qué reuniones de networking puedes asistir
- Qué coach o mentores te pueden ayudar

Analizando debilidades



Analizando debilidades

Contenido

- Sobre el DAFO
- Por qué es importante conocer nuestras debilidades
- Elena Arnaiz: No conviertas tus debilidades en obsesiones
- Tipos de debilidades
 - Debilidades
 - No limitantes
 - Limitantes
 - Malos hábitos laborales
 - Malos hábitos personales
 - Creencias limitantes
 - Competencias que esquivamos por miedo a no dominar
 - Falta de recursos
 - Otras limitaciones
 - De personalidad (feedback, DISC, MBTI, Crystal...)
 - De reputación digital
 - De situación online
- Un trabajo engorroso pero interesante: Validar nuestras debilidades
- Y ahora viene lo bueno: el plan de acción

Entramos en el DAFO (FODA, SWOT...) de nuestra marca personal, analizando la “D” de **“Debilidades”**, y poniendo foco en cómo gestionarlas. Me hace especial ilusión contar con **Elena Arnaiz**, la de Talento y Acción, que como psicóloga, coach y experta en gestión de marca personal nos da algunas claves de oro sobre cómo gestionar con maestría nuestras debilidades.

Sobre el DAFO

DAFO es el acrónimo de **Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades**. También se conoce como FODA en América y como SWOT en inglés. Al margen del orden en que se coloquen los cuatro ejes, existe una visión interna del DAFO (debilidades y fortalezas) y otra que pertenece al contexto, la visión externa (amenazas y oportunidades).

Se suele tratar de un método diagnóstico para las empresas, pero en los últimos 10 años se han producido dos “mutaciones” importantes con respecto al DAFO:

1. Su aplicación a las personas, el **DAFO personal**, el que trataremos aquí.
2. Su transformación **de método diagnóstico a plan de acción**.

A pesar de algunos problemas que conlleva su uso, el DAFO personal sigue siendo una importante **herramienta estratégica** para enumerar las fortalezas y debilidades de una persona, y registrar esas fortalezas y traducirlas en **Valor**.

La metodología DAFO destila las fortalezas y debilidades en **competencias básicas y problemas fundamentales**. Esas competencias básicas y esos problemas fundamentales se vinculan entonces en un plan de acción destinado a preservar y aprovechar las competencias básicas de la persona, defendiéndola al mismo tiempo de la exposición a los problemas centrales.

Por qué es importante conocer nuestras debilidades

Imagina que tienes un buen amigo o amiga. Conoces bien a esa persona. Tanto, que conoces al dedillo sus **debilidades**, y te blindas frente a ellas. Pero, por pudor, por miedo, por la razón que sea, no te ves capaz de comunicar esas debilidades a ese buen amigo o amiga. Sabes que haces mal, pero tu cabeza te previene de entrar en conflictos con alguien a quien aprecias.

Houston, tu amigo o amiga tiene un problema. No conoce sus debilidades. Pero su entorno sí las conoce. Y actúa en base a ellas. Tu amigo o amiga está en una clara posición de desventaja. No conoce sus propias debilidades; y quizás eso le esté cerrando algunas puertas.

Es momento de actuar. Y por eso es importante conocer nuestras debilidades. Es posible que, tras conocerlas, sigamos actuando como siempre. Pero al menos seremos conscientes de una parte de la huella, de la marca personal que vamos dejando.

Elena Arnaiz: No conviertas tus debilidades en obsesiones

“En el conocimiento de tus debilidades encontrarás una de tus principales fortalezas”

¿Tienes que invertir toda tu energía en sacar “pa fuera” lo malo? No. Tu energía, tu tiempo y todos tus recursos tienen que estar puestos en potenciar tus fortalezas. No conozco a nadie que brille con todo su esplendor basando toda su estrategia en pulir sus defectos.

Más bien al contrario, las personas que consiguen sus objetivos suelen tener en común esta forma de enfrentarse a las debilidades:

- Entienden que es prioritario mirarse con la valentía suficiente para identificar, **reconocer y modificar** aquellas debilidades que me impiden avanzar en la ejecución de mi plan de acción. Admitir nuestras miserias, nuestras envidias y todo lo que tiene que ver con los mecanismos más variados para salvaguardar nuestro ego es un ejercicio de tanta madurez que conseguirlo es triunfar. Para ir empezando, con tenerlas identificadas ya vamos bien.
- Conocer cómo me está afectando en mis acciones y **modular su impacto** hasta quedarme con la parte positiva que toda debilidad tiene dentro. ¿El exceso de perfeccionismo es una debilidad? De las más improductivas y destructivas que conozco. Identifica, modula y quédate con la parte bonita que te da cuidar el detalle. Saber frenarlo y usarlo en tu favor, te acercará más y de una forma única a tus resultados.
- Reconcíliate con aquellas debilidades que no puedas solucionar. Es imposible que tengas el tiempo y la energía para modificar todas y cada una de tus debilidades. En la **aceptación** de nuestras debilidades se encuentra también nuestro valor diferencial. Tus despistes, tu “bordería”, ese punto un poco inocente, los sofocones que te pillas porque sigues enviando tus pendientes la noche antes (como yo estoy haciendo con las líneas que estás leyendo ahora), forma parte de ti.

- Y recuerda siempre que nadie compra tu propuesta de valor por ser perfecta. Que nadie te quiere extenuado, que te quieren humilde. Que nadie quiere la versión más completa y pulida, pero sí en disposición de mejora continua.

Ahí está la clave, pregunta, identifica, evalúa qué hacer con cada una de ellas, actúa y disfruta. Al final **nadie te da tanta importancia** como lo haces tú..

Tipos de debilidades

Por un lado, distingo las **debilidades no limitantes**, que son el gran grupo, y las **limitantes**, menos pero con un efecto más dañino sobre nuestra **marca personal** y nuestra carrera profesional.

Por otro lado, existen debilidades de diversos orígenes: laborales, personales, creencias limitantes, competencias imposibles, recursos, de personalidad, de reputación, de presencia digital.

Tú defines cuáles son limitantes, ya que eso **depende de tu propuesta de valor y de las actividades que realices** para llevarla a cabo.

- Por ejemplo, un grado de ceguera puede ser relevante para un piloto de aviación, pero no para un catador de vino, un administrativo, un músico o un locutor radiofónico.
- No conocer el idioma inglés puede ser limitante si tu ámbito de trabajo es global, y no es limitante si el ámbito es local.
- Por otro lado, las debilidades derivadas de personalidad solo son tales si impiden desarrollar una posición laboral determinada. Por ejemplo, si una persona es superficial se puede dedicar a muchas cosas, pero no a analizar datos, a investigar...

Aquí te dejo una lista -muy ampliable- de las principales debilidades. Aquí te puedes descargar en Excel el cuadro con **Los tipos de Debilidades**.

Debilidades	No limitantes	Limitantes
Malos hábitos laborales	Desorganización, falta de puntualidad, no saber delegar, tomar demasiados riesgos, indecisión, falta de liderazgo, falta de ideas, mala presencia, dificultad en expresarse...	
Malos hábitos personales	Ira, envidia, mal humor, impaciencia, soberbia, avaricia, lujuria, pereza...	
Creencias limitantes	Creencias o fobias políticas, religiosas, sexuales, filiaciones (deportes...)	
Competencias que esquivamos por miedo a no dominar	Idiomas, capacidades digitales, certificados, licencias, estudios	
Falta de recursos	Financieros, educativos, afectivos...	
Otras limitaciones	Desconocimiento de otras lenguas, limitaciones físicas, psicológicas, falta de experiencia, exceso de experiencia...	
De personalidad (feedback, DISC, MBTI, Crystal...)	Negatividad, intolerancia, arrogancia, agresividad, cinismo, falta de empatía, irresponsabilidad, egoísmo, impulsividad, cerrazón, cinismo, despotismo, codicia, temeridad, pasividad, desconfianza, superficialidad, timidez, procrastinación...	
De reputación digital	Reputación dañada, fake news, reputación confundida (otra persona, mismo nombre)...	
De situación online	No se encuentra, es omnipresente, confusión con otra persona, no asociación a palabras clave, mal digital selling index, mal social selling index, comunidades insuficientes, comunidades "fake", malos hábitos digitales (netiqueta), falta de autenticidad, fishing, ciberacoso...	

Un trabajo engorroso pero interesante: Validar nuestras debilidades

A nadie le gusta gestionar su propia negatividad. Es incómodo, muy incómodo. Quieres que pase rápido, como el dolor, o como un anuncio inoportuno en tu programa de radio favorito.

La fase de validación nos permite, por lado, que nuestro entorno valide las debilidades, y por otro, que pueda detectar algunas que nos hayan pasado desapercibidas.

Un consejo aquí puede ser crear un cuadro como el anterior, pero poniendo una escala de 1 a 5 para que sean los demás quienes sitúen el grado de relevancia de nuestras debilidades en base a su relación de **stakeholders** con nosotros. Incluso lo puedes hacer con un **formulario de Google**, adaptando la configuración como cuestionario de evaluación.

Y ahora viene lo bueno: el plan de acción

Para pasar de método diagnóstico a la operatividad, ahora ya viene el momento de gestionar nuestras debilidades en un plan de acción.

El plan de acción es muy sencillo: Se compone de tres fases:

1. Minimizar
 2. Gestionar
 3. Mentorizar
- **Minimizar** el impacto de nuestras debilidades al evitar abordar proyectos que requieran habilidades que no dominamos. O mejor, encontrar una manera de delegar a otro compañero de equipo para así que pueda aprovechar sus fortalezas. Esta segunda opción es interesante, ya que evita una debilidad propia mientras refuerza una fortaleza ajena. Por ejemplo, si me piden una colaboración sobre humanismo digital, mejor la delego en Joan Clotet, ¿verdad?
 - **Gestionar**. Centrarse sólo en resolver aquellos puntos débiles que pueden interponerse en la consecución de nuestros objetivos. En pocas palabras, las debilidades limitantes. Si no sé hablar inglés y busco un trabajo global, es momento de sumergirse en el estudio del idioma.

- **Mentorizar.** Para sacar el máximo partido de las oportunidades que nos dará el “debilitar” nuestras debilidades, podríamos considerar la ayuda de mentores. Psicólogos, orientadores, coaches... Están ahí para eso, no son un gasto, son una inversión.

Analizando fortalezas



Analizando fortalezas

Contenido

- Por qué es importante conocerlas
- Xavi Roca: sólo un 20% de profesionales consigue alinear sus fortalezas con su actividad profesional
- Tipos de fortalezas
 - Fortalezas
 - Identificación total
 - Solo los otros / solo yo
 - Qué te diferencia, qué haces mejor
 - Habilidades y competencias
 - Puntos fuertes que te han ayudado a asumir objetivos
 - Tu valores principales
 - Otras fortalezas
 - De personalidad (feedback, DISC, MBTI, Crystal...)
 - De reputación digital
 - De situación online
- Momento de validar nuestras fortalezas
- El plan de acción

He invitado a [Xavi Roca](#), autor de “[Desmárcate](#)”, gran libro de marca personal. Yo diría que Xavi es de las personas a las que más he leído hablando de fortalezas, un verdadero adalid.

Por qué es importante conocerlas

A menudo nos comparamos con los demás, y nos sentimos superiores o inferiores en base a sus fortalezas y sus debilidades.

Pero lo cierto es que cada persona es diferente y todos funcionamos en base a nuestra personalidad. Es importante conocerse a uno mismo y nuestras capacidades.

“Tus fortalezas representan palancas que puedes aprovechar para impulsarte más y, sobre todo, mejor”

Conocer tus propias fortalezas te da una mejor comprensión de ti mismo, te mantiene adelante en muchas cosas. Por ejemplo, si estás buscando **opciones de carrera**, podrías reducir los ámbitos de trabajo específicos basándote en lo que sabes que eres bueno.

También te ayuda a **crecer más**. Saber en qué puedes sobresalir te permite apuntar más arriba y lograr más.

Xavi Roca: sólo un 20% de profesionales consigue alinear sus fortalezas con su actividad profesional

La mayoría de las personas piensa que para tener éxito debe corregir sus debilidades. Pero resulta mucho más productivo centrarte en tus fortalezas.

Diferentes estudios afirman que si dedicas una misma cantidad de tiempo a potenciar tus fortalezas o a corregir tus debilidades, en promedio **el retorno a la inversión es un 600% superior cuando te enfocas en tus fortalezas**.

Para conseguir un gran marca personal debes identificar tus talentos naturales, desarrollarlos en auténticas fortalezas y convertirlas en el auténtico eje central de tu estrategia y de tu comunicación.

“Se estima que aproximadamente el 80% de los profesionales desarrollan actividades profesionales que no están alineadas con sus fortalezas mientras que sólo el 20% de profesionales consigue alinear sus fortalezas con su actividad profesional”

¿Cuanto mejoraría la productividad de una empresa, de un país si consiguiéramos que más profesionales pudiera conocer, desarrollar y aplicar sus fortalezas en su actividad profesional? ¿Cuanto mejoraría también la felicidad personal?

Cuando una persona se enfoca en sus fortalezas, **multiplica por 3** las probabilidades de afirmar que tienen una excelente calidad de vida y **multiplica por 6** las probabilidades de estar comprometidas con su trabajo. Además, ansían ir al trabajo, tienen más interacciones

positivas que negativas con sus compañeros, tratan mejor a los clientes, dicen a sus amigos que trabajan en una excelente empresa, logran más cada día y tienen más momentos positivos, creativos e inspiradores.

Tipos de fortalezas

Tu mayor fortaleza personal sería natural en ti, muy fácil de poner en marcha. Por ejemplo, fruto del feedback externo y del trabajo con Fortalezas del **test Crystal**, me atribuyen (y me atribuyo) la creatividad de pensar en formas únicas de resolver los problemas.

Distingo las fortalezas en 8 categorías:

1. Lo que te diferencia y haces mejor. Esas son las fortalezas reinas.
2. Tus habilidades y competencias
3. Las que te han ayudado a lograr objetivos
4. Tus valores principales. Esto cada vez se aprecia más.
5. Otras fortalezas
6. Fortalezas de personalidad
7. Fortalezas de reputación digital
8. Fortalezas de situación online

Aquí te puedes descargar en Excel el cuadro con los **Tipos de Fortalezas**.

Fortalezas	Identificación total	Solo los otros / solo yo
Qué te diferencia, qué haces mejor	Elementos en los que destacas claramente del resto	
Habilidades y competencias	Lo que sabes hacer bien, lo que has aprendido y dominas	
Puntos fuertes que te han ayudado a asumir objetivos	Principales palancas del logro en tu carrera profesional	
Tu valores principales	Tus tres valores pilares	

Fortalezas	Identificación total	Solo los otros / solo yo
Otras fortalezas	Agenda de contactos	
De personalidad (feedback, DISC, MBTI, Crystal...)	Orientado a la acción, aventurero, analítico, artístico, atlético, auténtico, cuidadoso, inteligente, compasivo, encantador, comunicativo, confiado, valiente, creativo, curioso, determinado, disciplinado, educado, empático, emocionalmente inteligente, energético, entretenimiento, rápido, flexible, enfocado, orientado a los detalles, predispuesto, inspirador, líder, aprendes bien, motivado, optimista, de mente abierta, organizado, saliente, paciente, preciso, responsable, autocontrolado, conversador, espontáneo, con habilidades sociales, pensador estratégico, orientado al equipo, pensativo, confiable, visionario, amable, voluntarioso, reflexivo	
De reputación digital	Reputación muy buena, valoraciones, reviews... positivos en red	
De situación online	Presencia y esencia, se encuentra fácil por nombre, se encuentra a través de palabras clave, buen digital selling index, buen social selling index, comunidades interesantes y suficientes, comunidades auténticas, buenos hábitos digitales, autenticidad y coherencia OFF/ON...	

Autor: Guillem Recolons - mayo 2020

Momento de validar nuestras fortalezas

Igual que con las debilidades, iniciar una fase de validación nos ayudará a confirmar las que son auto-percibidas y percibidas por los demás, y también a identificar nuevas fortalezas.

Un texto podría ser este: Como parte de un ejercicio que estoy realizando sobre mi marca personal, he identificado los que creo que son mis puntos fuertes en varias categorías ¿Podrías validar aquellos que tú me identificas?

Recuerdo el consejo de crear un cuadro como el anterior, pero poniendo una escala de 1 a 5 para que sean los demás quienes sitúen el grado de relevancia de nuestras fortalezas en base a su relación de **stakeholders** con nosotros. Incluso lo puedes hacer con un **formulario de Google**, adaptando la configuración como cuestionario de evaluación.

El plan de acción

Pasamos a la acción, llega el momento de gestionar nuestras fortalezas.

El plan de acción se compone de tres fases:

1. Listarlas
 2. Comunicarlas
 3. Capitalizarlas
- **Listarlas** es sencillo. Yo quizás incluiría aquí aquellos puntos destacables que podamos extraer de recomendaciones que nos hayan hecho a lo largo de nuestra trayectoria profesional (y académica).
 - **Comunicarlas** es clave. ¿Dónde? en nuestro CV, en nuestro elevator pitch, en nuestra bio de Twitter, Facebook, extracto de LinkedIn... y -cómo no- en nuestro relato personal. Y si tenemos web propia, ¡Bingo!
 - **Capitalizarlas** es algo más complejo. Si trabajamos en una empresa grande, pongamos el radar a ofertas de puestos de trabajo que requieran de esos puntos fuertes. En empresas pequeñas o si estamos sin trabajo la acción es más lenta, ya que muchas de las ofertas no llegan al mercado de trabajo, así que será buena idea pensar en crear un blog y ser constantes en las publicaciones.

Analizando amenazas



Analizando amenazas

Contenido

- Por qué es importante conocer las amenazas
- Arancha Ruiz: las amenazas agudizan el ingenio, generan acertijos, retan al instinto, ¡y más!
- Tipos de amenazas
- Las tendencias, un antídoto para prevenir las amenazas y ponernos a resguardo
- El plan de acción de tus amenazas

Hoy tengo conmigo a **Arancha Ruiz**, talentista, una de las pioneras en gestión de marca personal y autora de los libros “**El mapa de tu talento**”, “**Qué busca el Headhunter**” y “**Ahora o nunca**”. Una mujer que ha sabido hacer frente a las amenazas y las ha convertido en oportunidades.

Por qué es importante conocer las amenazas

Es crítico conocer todo lo que pueda afectar negativamente a tu modelo de negocio desde el exterior.

Con mis compañeros de **TEDxEixample**, tuvimos ocasión de ayudar a preparar una charla TEDx online a **Juanma Freire** titulada “**¿Podemos evolucionar de Homo Sapiens a Homo Cooperator?**”. Entre las amenazas que detectó este físico nuclear y especialista en Open Innovation, me llamó la atención una referida a los profesionales que se dedican a la traducción.

Juanma nos contaba que le explicó a un amigo traductor que en poco tiempo (semanas, quizás) cualquiera de nosotros podrá viajar a Japón, y con unos auriculares conectados a una app y una red 5G, podrá escuchar una traducción a tiempo real de lo que nos explique cualquier japonés en su idioma nativo... ¡qué ironía! lo que es una amenaza para unos es una oportunidad para otros.

“Debemos percibir los signos de alarma, de amenaza, como palancas de cambio”

Pero como una mamá loba que huele el peligro y pone a salvo a sus cachorros, las personas **debemos percibir los signos de alarma, de amenaza, como palancas de cambio**.

El amigo de Juanma sabe que en dos años su modelo de negocio habrá mutado. Pero también sabe que sus competencias como traductor le impulsarán a detectar nuevas oportunidades.

En mi caso, la amenaza más letal que he detectado jamás **es esperar que algo suceda**. Sin ir a buscarlo y sin contar con el equipo humano adecuado para que suceda.

Arancha Ruiz: las amenazas agudizan el ingenio, generan acertijos, retan al instinto, ¡y más!

Se suele llamar “amenazas” a los factores del entorno que suponen retos difíciles de sortear. Las personas somos únicas identificando amenazas...¡y también voceándolas! Las noticias, el cotilleo, el rumor que salta de boca a oreja ayuda a acrecentar los miedos a estos gigantes que dan más miedo que los molinos de viento del Quijote.

Sin embargo, **las amenazas también tienen su lado positivo**. Como lo lees. Porque agudizan el ingenio, generan acertijos, retan al instinto e impiden que las personas y organizaciones se duerman en los laureles y no puedan mirar más allá de su oronda panza.

“Las amenazas nacen de unas debilidades que impiden afrontarlas como oportunidades”

Hay un lema que aplico mucho en mi vida: **Si se aproxima un problema, ya tienes una cosa que hacer: resolverlo. Si el problema no tiene solución, no es un problema sino una nueva situación**, así que mejor acostúmbrate cuanto antes. Y sobre todo, no confundas una con la otra. Es mi particular adaptación de la frase de la sabiduría acuñada por Reinhold Niebuhr “Señor, dame fuerza para cambiar las cosas que puedo cambiar y paciencia para soportar las que no puedo cambiar. Y sabiduría para distinguirlas”.

Hemos de ser capaces de anticipar las amenazas, leer las primeras señales y activar el talento para desarrollar capacidades que nos permitan afrontarlas.

“El COVID se convierte en una amenaza cuando creemos que puede vencernos. Que puede pararnos ¡No le dejemos!”

La oportunidad está en creer que el talento, como la capacidad única de las personas para aportar valor al colaborar con otros individuos, vencerá. De soñar que se es un caballero que junto a su fiel escudero puede cambiar el mundo en el que está. Porque **mientras lo sigue soñando, lo sigue intentando**. Y al persistir pueden encontrar la fuerza para cambiar la realidad.

Tipos de amenazas

Las amenazas llegan de varios frentes. Y pensemos que **cada oportunidad perdida también es una amenaza**.

Imagina que eres el traductor del ejemplo anterior. Trabajas para una agencia de traductores, pero por proyectos. No te has planteado tener tu propia web de servicios de traducción. Tampoco tienes excesiva presencia ni esencia en medios sociales.

Desde el otro lado del mundo, alguien busca a una persona como tú, con tus competencias -casi únicas- de traducción. Necesitan a un traductor simultáneo para un simposio importante. Eres la persona perfecta. Pero no te van a encontrar. Oportunidad perdida. Y amenaza, eso puede pasar muchas veces. Te preguntarás ¿si soy el mejor, por qué eligen a otra personas? Como dice **Rubén Montesinos**, ser bueno está bien, pero también hay que parecerlo.

Distingo las amenazas en 8 categorías:

1. Fuerte competencia en tu ámbito profesional
2. La tecnología
3. El mal uso de las nuevas tecnologías
4. El metooismo
5. Dificultades del actual marco laboral
6. El marco legal
7. La globalización
8. El caballo regalado

Aquí te puedes descargar en Excel el cuadro con los [Tipos de Amenazas](#).

Amenazas	Definición	Mi recetas
Fuerte competencia en tu ámbito laboral	Mayor oferta que demanda de la especialidad. No se ha desarrollado una propuesta con el suficiente valor	
Tecnología	Industria 4.0: Inteligencia artificial, deep learning, internet de las cosas, big data, robotización. Produce menor pérdida y mayor creación de puestos de trabajo	
Mal uso de nuevas tecnologías	Cuando se antepone la herramienta a la estrategia, problema muy habitual	
Metooismo (de me too)	La indiferenciación. Imitación de modelos de negocio sin aportar otros o mayores recursos que el original	
Dificultades del marco laboral	Impuestos excesivamente altos o bajos, inflación, regulaciones anticuadas, penalización de la actividad autónoma (ejemplo: España)	
Marco legal	Inestabilidad política (poder ejecutivo) que afecta al sistema legislativo y provoca anacronismos	
Globalización	Algunos profesionales (y empresas) siguen creyendo que la globalidad es opcional. Global y digital o letal	
El caballo regalado	Cuando muchos profesionales ofrecen gratuitamente servicios y productos para vender otros detrás, el mercado se ve afectado con precios a la baja	

Las tendencias, un antídoto para prevenir las amenazas y ponernos a resguardo

Una buena manera de prevenir las amenazas (ojo, no todas se pueden prevenir. Ejemplo: Covid19) es analizar tendencias. Y también las tendencias que se refieren a tecnología.

Si eres conductor de automóvil, camión, debes saber que falta menos para la llegada de vehículos autónomos.

Ahí tienes dos opciones. La amenaza principal es esperar que llegue

lo inevitable sin hacer nada. La opción 2 es tratar de participar de alguna manera en ese nuevo negocio, ya sea creando aplicaciones, como agente de ventas, coordinación, mantenimiento de vehículos, seguros...

Existen multitud de lugares y foros donde es posible entrever lo que va a suceder a corto plazo. Aunque el largo plazo es más complejo, también hay oportunidades, por ejemplo, la eclosión de los **sénior** y el aumento de la esperanza de vida activa, que representa un nuevo modelo de negocio para personas con buen estado de salud, cierto poder adquisitivo, y una vida por delante.

El plan de acción de tus amenazas

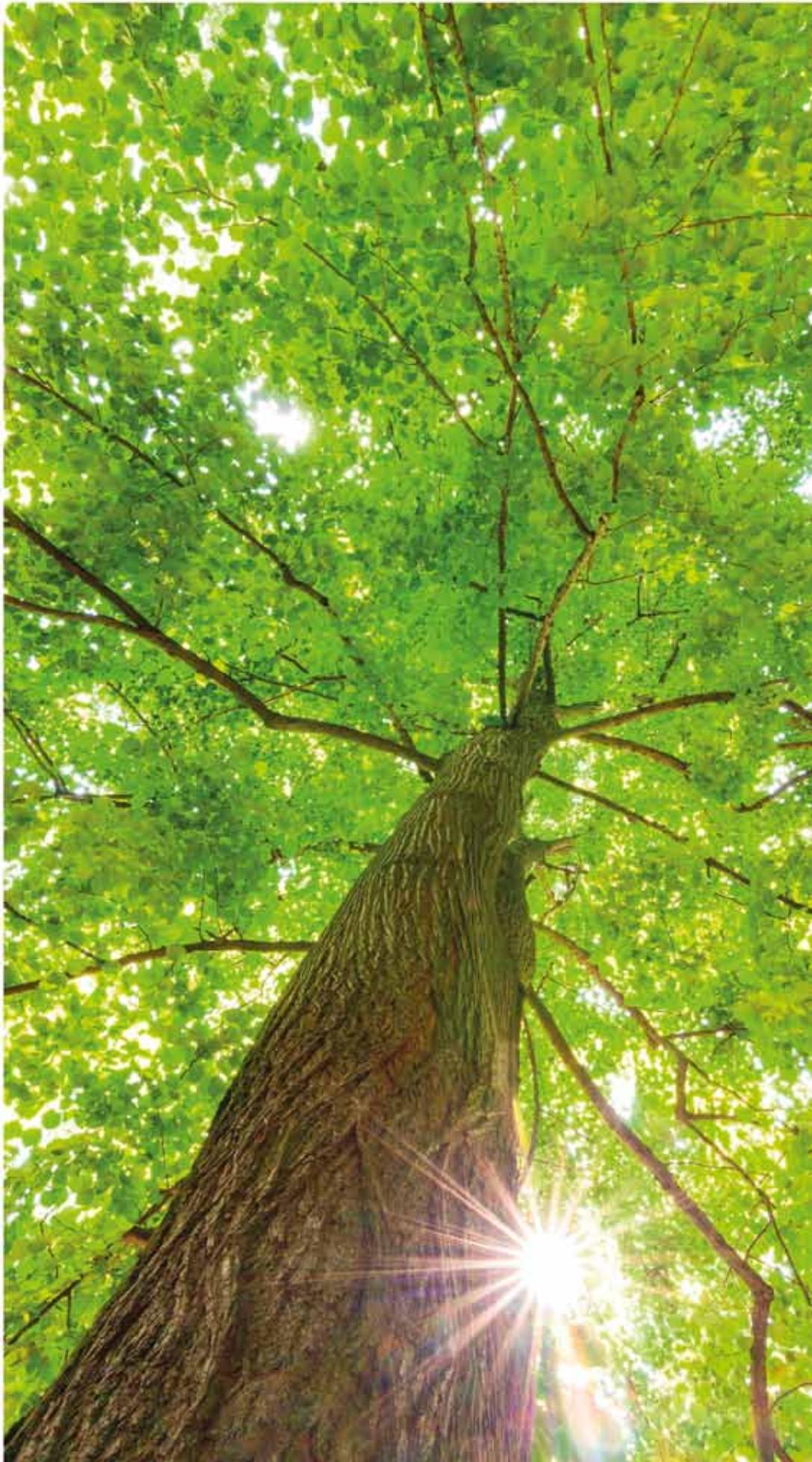
Aunque la literatura empresarial sostiene que las amenazas quedan fuera de nuestro control, lo cierto es que podemos ejercer cierto control. **Nunca seremos más rápidos que las máquinas**, pero podemos **pensar de forma divergente, intuir, anticipar** y muchas otras facetas que por el momento nos ponen por delante como humanos.

El plan de acción de nuestras amenazas se compone cuatro partes una vez identificada una posible amenaza:

Imagina que tu principal amenaza es la llegada del vehículo autónomo:

- **Diseña una estrategia.** Ponerse en el lado ganador. Puedes ayudar a desplegar la tecnología 5G, crear una señalización específica para los sensores de estos vehículos, imaginar nuevas formas de entretenimiento para los viajeros, que ya no deberán estar pendientes de la conducción...
- **Analiza los recursos** que necesitas. Lista los recursos que necesitas para desplegar esa estrategia, busca colaboradores, business angels, desarrolladores de software...
- **Calendariza.** Si no pones fecha no lo tendrás a punto cuando sea el momento
- **Prepara el plan de acción**, desarrollando cada una de las etapas, sus necesidades...

Analizando oportunidades



Analizando oportunidades

Contenido

- La importancia de detectar las oportunidades
 - Los diamantes de Golconda
 - Las oportunidades están más cerca de lo que pensamos
 - Problemas y las oportunidades, el vínculo
- Francisco Alcaide: Si no estás preparado, las oportunidades no aparecerán en tu vida
- Tipos de oportunidades
- Las preguntas sobre las oportunidades

Ahora cerramos la “O” de Oportunidades con mi admirado **Francisco Alcaide**, autor de uno de los best-sellers de la literatura empresarial **Aprendiendo de los Mejores** (ya en 20ª edición), **Aprendiendo de los Mejores 2**, y, entre otros, “**Tu futuro es hoy**” en este caso con Laura Chica, y posiblemente el mejor conferenciante que he conocido sobre **liderazgo y motivación**.

La importancia de detectar las oportunidades

Los diamantes de Golconda

Al Hafed era un hombre rico que poseía una gran granja en el sur de la India. Vivía una vida cómoda y de lujo, hasta que un antiguo sacerdote budista le habló de la existencia de diamantes, el mineral más valioso del mundo. Se obsesionó tanto con la idea de hacerse increíblemente rico encontrando estas preciosas gemas que vendió su granja y viajó por el mundo en busca de ellas hasta que se gastó todo su dinero. Sin un céntimo y abatido, finalmente, murió ahogado.

Mientras tanto, en la antigua finca de Al Hafed, el nuevo dueño llevó su camello a un riachuelo del jardín para darle de beber. Mientras el camello bebía, notó una roca de color brillante que brillaba en el agua. Se la llevó a su casa y la colocó sobre la chimenea. Unos días después, el viejo sacerdote budista volvió a la finca. Se fijó en la roca y la reconoció como un gran diamante en bruto.

Así fue descubierta la mina de diamantes de Golconda, una de las más magníficas de toda la historia de la humanidad. Los diamantes de Golconda son conocidos hoy en día como las piedras preciosas de mayor calidad en el mundo. Se cree que muchos de los diamantes más famosos del mundo, incluyendo el diamante Hope, provienen de la [mina de Golconda](#).

Las oportunidades están más cerca de lo que pensamos

No es necesario que busquemos las oportunidades en otra parte. Todas las oportunidades que podrías querer las puedes encontrar donde estás ahora – en tu comunidad, trabajo, familia y otras circunstancias. Para lograr los mejores resultados, tenemos que excavar en nuestro propio patio trasero y encontrar oportunidades.

Puede que hayas oído la expresión, “La hierba siempre es más verde al otro lado de la valla”. Todos soñamos con encontrar nuestro éxito o fortuna – en otro lugar, en un conjunto diferente de circunstancias, en una ciudad diferente, con un trabajo diferente o un cambio en nuestro estado civil. Cuando llegues al “otro lado de la valla”, probablemente descubrirás que la hierba no era tan verde allí después de todo.

Problemas y las oportunidades, el vínculo

Muchos problemas suelen contener en su interior las semillas de la oportunidad.

“La razón por la que la mayoría de la gente nunca las ve es porque nadie les ha enseñado a buscarlas”

Cuando se sacan del suelo, los diamantes no parecen las brillantes y multifacéticas gemas que todos conocemos. Vienen disfrazados como rocas de color y de grano grueso. Se necesita un ojo entrenado para reconocerlas.

Muchas personas solo ven los problemas, y rápidamente se dan por vencidas. Pero un pequeño puñado de personas emprendedoras empujan a través de los desafíos para identificar y capitalizar las oportunidades.

Francisco Alcaide: Si no estás preparado, las oportunidades no aparecerán en tu vida

Decía **Aristóteles Onassis** (1906-1975), Ari, el magnate griego de la industria naviera del siglo XX, que **“el secreto de un negocio es que sepas algo que nadie más sabe”**. Cuando le preguntaban cuál era la fórmula de su éxito, él contestaba: “¿Ve usted esa silla ahí? Yo la vi primero”.

“Las oportunidades existen en todos los lados, en todas las épocas, y en todos los momentos... para quien sabe verlas, está preparado y las aprovecha”

Cierta vez, el empresario mexicano **Carlos Slim**, entre las diez mayores fortunas del mundo, apuntaba: **“Todos los tiempos son buenos para quien sabe trabajar”**.

No basta estar en el ‘lugar’ adecuado en el ‘momento’ adecuado – como se suele decir–, sino que hay que ser también la ‘persona’ adecuada.

“¿Y cómo se convierte uno en la persona adecuada? Preparándose. Las oportunidades rara vez se les presentan a las personas ‘no preparadas’.”

Es raro detectar oportunidades si uno no tiene la sensibilidad necesaria para identificarlas. La sensibilidad no es otra cosa que **la capacidad de ver lo que a muchos les pasa desapercibido**. Y la sensibilidad no es innata, sino el resultado del conocimiento, la experiencia y la observación. En definitiva, de la curiosidad: cuanto más estudies, cuanta más experiencia tengas, cuanto más preguntes, cuanto más investigues, cuanto mejor te relaciones, cuanto más te intereses por otras áreas del saber, cuanto más abierto estés a la vida... más fácil te resultará descubrir oportunidades. Si estás preparado, las oportunidades te encontrarán.

Si hay algo por lo que se distingue la gente ‘ganadora’ es que va un paso por delante del mercado. Y eso no es casual, sino causal.

Tipos de oportunidades

“Las oportunidades: Uno de los elementos más abundantes del mundo, y tan difícil de identificar.”

El cuento de los diamantes nos muestra oportunidades que tenemos delante y no vemos. Las palabras de Francisco Alcaide nos indican que una mejor preparación nos predispone a localizar oportunidades.

Solo leyendo los dos libros de “Aprendiendo de los Mejores” podemos observar cómo más de cien referentes mundiales han sabido encontrar oportunidades donde otras personas solo veían problemas o amenazas.

A efectos prácticos, y con la vista puesta en tu DAFO personal, distingo las oportunidades en 10 categorías:

1. Aprendizaje continuo: Nuevas competencias, habilidades y conocimientos que puedes adquirir
2. Analizar a fondo las quejas de los clientes de la competencia
3. Benchmarking de casos de éxito de otros sectores de negocio
4. Cambios en tu sector de negocio que te puedan favorecer
5. Novedades tecnológicas a tu alcance aplicables a tu sector en el futuro
6. Nuevas posiciones disponibles en la empresa en que trabajas
7. ¿A qué reuniones de networking puedes asistir?
8. ¿Qué coach, consultor o mentor te puede ayudar?
9. Proyectos paralelos
10. Recomendaciones de profesionales de referencia

Aquí te puedes descargar en Excel el cuadro con los **Tipos de Oportunidades**.

Oportunidades	Ejemplos	¿Es para mí?
Aprendizaje continuo: Nuevas competencias, habilidades y conocimientos que puedes adquirir	Idiomas, competencias digitales, competencias de comunicación, grados, postgrados, certificaciones, programación...	
Analizar a fondo las quejas de los clientes de la competencia	Estudiar la UX (experiencia de cliente) de nuestros competidores nos muestra de cara grandes oportunidades de mejorar esa experiencia con nuevos productos y servicios o con pequeños cambios en la oferta tradicional	
Benchmarking de casos de éxito de otros sectores de negocio	Aprender de los mejores no solo resulta inspirador, sino que se convierte en un campo de pruebas	
Cambios en tu sector de negocio que te puedan favorecer	¿Puede el 5G cambiar un modelo de negocio? Que se lo pregunten a los fabricantes de vehículos autónomos. Hay que estar alerta a lo que puede mejorar nuestro servicio o producto	
Novedades tecnológicas a tu alcance aplicables a tu sector en el futuro	Quizás si la Realidad Aumentada hubiera estado presente en los escaparates de muchos establecimientos de moda, joyerías... sus propietarios podrían haber vendido mucho durante la pandemia del Covid19	
Nuevas posiciones disponibles en la empresa en que trabajas	Inestabilidad política (poder ejecutivo) que afecta al sistema legislativo y provoca anacronismos	
¿A qué reuniones de networking puedes asistir?	Una presentación de un libro, de un estudio, una feria comercial, un evento de speed networking, un evento deportivo... son ocasiones inmejorables de crear relaciones de valor que se conviertan en oportunidades	
¿Qué coach, consultor o mentor te puede ayudar?	Recordemos que solos llegamos antes, pero bien acompañados llegamos más lejos y mejor	
Proyectos paralelos	¿Por qué un trabajador por cuenta ajena no puede tener un podcast que le genere ingresos?	
Recomendaciones de profesionales de referencia	Son los "abre-puertas" naturales y más efectivos, grandes generadores de oportunidades	

Autor: Guillem Recolons - mayo 2020

Las preguntas sobre las oportunidades

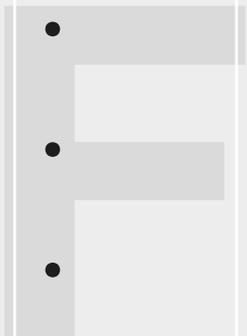
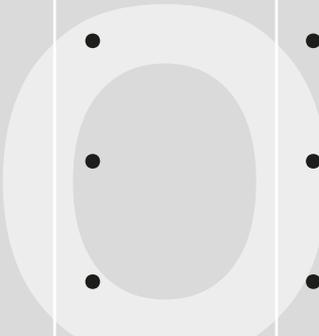
Llega el momento de analizar si alguna de las oportunidades surgida de los puntos anteriores tiene alguna viabilidad de negocio.

“¿Alguien más lo hace? ¿la idea es relevante? ¿necesito financiación para ponerlo en marcha? ¿hay patentes? ¿la demanda sería elástica o inelástica al precio? ¿local, global, glocal?”

Este periodo requiere tiempo, pero también agilidad. No se trata de caer en aquello de “la parálisis por el análisis”. Quizás el factor tiempo sea crítico para garantizar el éxito del lanzamiento, pero sobre todo la continuidad.

Y no nos olvidemos de incluir esas oportunidades elegidas en nuestro **modelo de negocio** personal.

Construyendo el DAFO

<p>1P</p> <ul style="list-style-type: none">•••	<p>2P</p> 	<p>3L</p> <ul style="list-style-type: none">•••
<p>1P</p> <ul style="list-style-type: none">•••	<p>2P</p> 	<p>3L</p> <ul style="list-style-type: none">•••
<p>1P</p> <ul style="list-style-type: none">•••	<p>2P</p> 	<p>3L</p> <ul style="list-style-type: none">•••
<p>1P</p> <ul style="list-style-type: none">•••	<p>2P</p> 	<p>3L</p> <ul style="list-style-type: none">•••

Construyendo el DAFO

Contenido

- Matriz DAFO como impulso del talento
- Nancy Vázquez: El DAFO PPL (Persona-Profesional-Líder)
 - DAFO Persona
 - DAFO Profesional
 - DAFO Líder

Es turno de construir el DAFO, y de hacerlo de una manera práctica y eficaz. Y para ello cuento con la experiencia de mi colega y socia **Nancy Vázquez**, co-fundadora de **Integra Personal Branding** México. Nancy trabaja el DAFO con una metodología que resuelve las cuestiones diagnósticas, pero con la riqueza de tres “outputs” posibles.

Matriz DAFO como impulso del talento

Es más probable que tengamos éxito en la vida si utilizamos nuestros talentos al máximo. Del mismo modo, tendremos menos problemas si conocemos a fondo nuestras debilidades, y si las gestionamos de manera que no afecten a nuestra actividad profesional.

En el contexto del DAFO, **nuestros talentos podrían ser la suma de nuestras fortalezas con las oportunidades que se abren**. Y recordemos que identificar nuestras debilidades y amenazas es una fortaleza y una ventaja competitiva.

Ya hemos identificado nuestras Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Llega el momento de crear la matriz DAFO, y no una matriz cualquiera, sino una que nos responda tres grandes cuestiones. Nancy lo explica:

Nancy Vázquez: El DAFO PPL (Persona-Profesional-Líder)

Para gestionar una marca de de manera integral debemos trabajar sobre tres ejes muy importantes: La Persona, El Profesional y El Líder.

“Una buena Marca Personal no deja de ser uno para ser otro, es uno mismo, es persona, profesional y líder.”

Estos tres ejes son roles que permanecen constantes a lo largo de nuestra vida y que en la actualidad podemos desarrollarlos para lograr una ventaja competitiva mucho más completa.

Al realizar un DAFO PERSONAL mi propuesta es poder trabajarlo desde un **análisis integral**, desde estos tres ejes que nos ayudan a aclarar y complementar a profundidad información relevante sobre nosotros, con la finalidad de poder crear un mayor número de oportunidades que al mismo tiempo nos llevaran a tener un nivel de satisfacción personal-profesional más alto.

DAFO Persona

Realiza tu DAFO trabajando tus tres ejes, piensa en tus fortalezas o debilidades en primer lugar como **Persona**, la cual es la base para desarrollarnos como profesional y como líder, actualmente el lado personal juega un papel importante en la **interacción** con las personas, pues es lo humano, las historias, los valores, etc. es nuestro lado emocional-sensorial con lo que queremos conectar y lo que nos lleva a tener oportunidad de conectar con diferentes micro-nichos.

DAFO Profesional

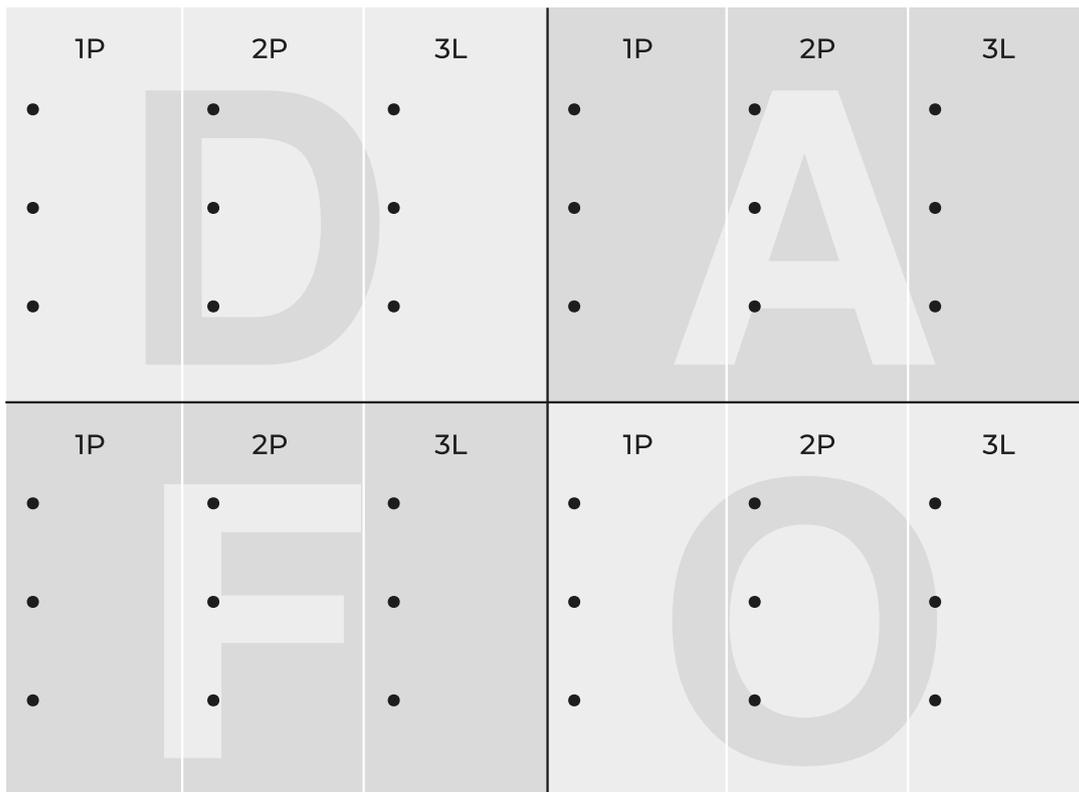
En segundo punto trabaja en tu DAFO desde la perspectiva de **Profesional**, tu experiencia, resultados, habilidades laborales, estudios, y todo aquello que se relaciona a tu profesión, este eje es en el normalmente nos basamos para establecer fortalezas y debilidades, por lo cual es el más sencillo de trabajar, este eje podemos verlo como una estructura con la que podemos brindar una solución a determinada necesidad en el mercado (lado resolutor).

DAFO Líder

Por último, en tercer lugar vamos a buscar en nuestro eje de **Líder**, desde esa perspectiva vamos a buscar todo aquello que nos fortalece o debilita según nuestro objetivo de gestión de marca personal, aquí vamos a coincidir muchas veces con los otros 2 ejes, pero también según nuestro nivel de autoconocimiento podemos encontrar pautas que nos ayuden a enriquecer oportunidades laborales o personales e incluso sociales, este eje es el que nos hace guiar a otros y a nosotros mismos, lo considero el lado consciente.

Al finalizar el DAFO PPL tendrás oportunidad de generar un plan mucho más robusto, entendiendo que los ejes se complementan entre sí para generar un mayor número de oportunidades y al mismo tiempo lograremos incrementar nuestro nivel de autoconocimiento.

Y aquí tienes un esquema de la matriz de este DAFO PPL.



Autor: DAFO PPL by Nancy Vazquez

Conclusiones

Aunque te pueda parecer un método superado (algunos hablan de C.A.M.E.), el DAFO Personal tiene más sentido que nunca si se enfoca desde una óptica diagnóstica y estratégica. Si únicamente es diagnóstica, estoy de acuerdo que puede haber metodologías mejores, así que no olvides los apartados finales de "Plan de Acción" que le dan todo el sentido a esta herramienta.

Sería simplificar demasiado afirmar que debemos dejar de lado las debilidades y amenazas. Yo diría que, si viene el lobo, es bueno que seamos los primeros en saberlo, y tomar las medidas necesarias para proteger a nuestras ovejas. Los cuatro elementos del DAFO personal se interrelacionan y conviven. Una amenaza es susceptible de convertirse en oportunidad si abrimos los ojos al mercado. Y una debilidad se puede convertir en fortaleza si la identificamos, la minimizamos o sencillamente, la eliminamos.

Gracias por tu atención, espero que te haya sido práctico leer este breve texto sobre el DAFO, que encierra muchas de trabajo a futuro para ti si te tomas en serio los planes de acción de cada uno de los cuatro apartados y de tus tres roles como persona, profesional y líder.

Agradecimientos

Lo que hace este modesto ebook algo menos modesto son las aportaciones de cinco profesionales para mí imprescindibles en el universo del Personal Branding entendido como la gestión de nuestra Marca Personal.

Gracias de corazón por llenar este texto de valor e ideas prácticas Elena Arnaiz, Xavi Roca, Arancha Ruiz, Francisco Alcaide y Nancy Vázquez.

Guillem Recolons
Personal Branding Strategist



Socio de Soymimarca, The Human Branding e Integra Personal Branding, tres proyectos vinculados 100% al personal branding.

Ha desarrollado su carrera en publicidad en las agencias BBDO, JWT, Ogilvy, Saatchi & Saatchi, Altraforma y TVLowCost como creativo, director de cuentas, planificación estratégica y dirección general para marcas globales.

En 2005 se especializó en personal branding para organizaciones: executive Branding, Storytelling corporativo, Employee Advocacy y Employer Branding.

Articulista en los diarios Expansión, El Economista y el suplemento económico de La Razón.

Creador y co-organizador del Personal Branding Lab Day desde 2015.

Autor del libro "Si no aportas, no importas" (Ed. Rasche, previsto octubre 2020) y de 1.500 artículos sobre marca personal.

TEDx Speaker (2016) y Curator (desde 2018).

Publicista colegiado, máster en marketing y estudiante de Humanidades.

www.guillemrecolons.com
www.soyimmarca.com
www.thehumanbranding.com



Gracias

Si quieres compartirlo con alguien, te pido un favor:
no le envíes el PDF, invítale a suscribirse a mi [blog](#) y
lo recibirá inmediatamente.

Mil gracias por tu atención, espero que te haya sido útil!

