

EXPLICACIÓN DE UN DAFO.

El análisis DAFO analiza el contexto competitivo desde dos vertientes o entornos: externo e interno. Estos factores internos y externos pueden afectar, o potenciar, el centro. Los factores internos son sus fortalezas y debilidades. Los factores externos son las amenazas y oportunidades.

CARACTERISTICAS

1.- Es una herramienta **útil para generar e intercambiar ideas** destinadas a la acción y la planificación estratégica.

2.- Un análisis DAFO nos ayudará a **identificar las áreas** que están funcionando bien. El crecimiento consiste en encontrar formas de utilizar y construir estas fortalezas.

3.- **Minimiza las debilidades.** Los puntos débiles son las características que nos van a poner en desventaja. El análisis DAFO nos va a ayudar a identificar estas características y minimizarlas, o mejorarlas, antes de que se conviertan en un problema. Es importante ser realista acerca de las debilidades para podernos ocupar de estas debilidades adecuadamente.

4.- Ayuda a **aprovechar las oportunidades.** Nos va a servir para identificar oportunidades que pueden aprovecharse. Las Oportunidades son creadas por factores externos, como las nuevas tendencias y los cambios en el mercado. Ayuda a entender los factores internos (fortalezas y debilidades de una organización) que influyen en su capacidad para aprovechar una nueva oportunidad.

5.-**Contrarresta las amenazas.** Las amenazas son los factores externos que podrían causarnos problemas al centro, tales como cambios en el mercado, la nueva campaña de publicidad de un competidor, o una nueva política del gobierno. Puede ayudar a identificar las amenazas y las maneras de contrarrestarlas, dependiendo de sus fortalezas y debilidades.

6.- Se concentra en los **factores más importantes** que afectan al centro.

7.- Es sólo **una etapa** del proceso de planificación.

8- **Es una herramienta analítica iniciadora del pensamiento estratégico, por ello facilita la estrategia a seguir teniendo en cuenta la evolución del entorno.**

9.- **Es una herramienta sencilla.** Es uno de los análisis de negocios más utilizado y herramientas para la toma de decisiones.

10.- Ayuda a:

- aprovechar los puntos fuertes
- minimizar la debilidad
- aprovechar las oportunidades

- contrarrestar las amenazas

11.- Nos va a ayudar a **entender mejor nuestro negocio** y trabajar con lo que áreas que necesitamos mejorar.



Oportunidades

Las oportunidades son aquellos factores, positivos, que se generan en el entorno y que, una vez identificados, pueden ser aprovechados. Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

¿Qué tendencias del mercado pueden favorecernos?

¿Qué cambios de tecnología se están presentando en el mercado?

¿Qué cambios en la normativa legal y/o política se están presentando?

¿Qué cambios en los patrones sociales y de estilos de vida se están presentando?

Amenazas

Las amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atacar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearlas. Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

¿Qué obstáculos se enfrentan al centro?

¿Qué están haciendo los competidores?

Fortalezas

Las fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al proyecto de otros de igual clase. Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

¿Experiencia forjada a lo largo de los años?

¿Imagen de marca?

¿Qué consistencia tiene el centro?

¿Qué ventajas hay en el centro?

¿Qué hace el centro mejor que cualquier otro?

¿A qué recursos de bajo coste o de manera única se tiene acceso?

¿Qué percibe la gente del mercado como una fortaleza?

¿Qué elementos facilitan obtener una venta?

Debilidades

Las debilidades se refieren a todos aquellos elementos, recursos de energía, habilidades y actitudes que creéis que el centro ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización. También se pueden clasificar: aspectos del servicio que se brinda, aspectos financieros, aspectos de mercado, aspectos organizativos, aspectos de control. Las debilidades son problemas internos que, una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse. Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

¿Recursos escasos?

¿Desconocimiento de nuevas herramientas de gestión y marketing?

¿Qué se puede evitar?

¿Que se debería mejorar?

¿Qué desventajas hay en el centro?

¿Qué percibe la gente del mercado como una debilidad?

¿Qué factores reducen las ventas?

¿Qué haces mal?

EJEMPLO DE DAFO GENÉRICO DE INDITEX:

* DAFO INDITEX

DEBILIDADES

- No hace publicidad frente a la competencia: menor visibilidad
- No permite diseños de famosos o creadores conocidos frente a la competencia: menos atractivo
- Mayores costes debido a la integración vertical en vez la externalización
- Falta de exclusividad: todo el mundo viste de ZARA

AMENAZAS

- Crisis económica (menos dinero para gastar en ropa)
- Posibles futuras subidas de IVA que podrían perjudicar
- Entrada de nuevos competidores extranjeros como Primark
- Mala imagen en los blogs por la copia de las grandes marcas de lujo

FORTALEZAS

- Líder mundial del sector de distribución minorista
- Alto valor de marca: 4.200 millones €
- Integración vertical con control de la cadena de valor
- Modelo de negocio: concepto de moda escasa y rápida
- Diseño próximo a las necesidades de los clientes
- Internacionalización consolidada

OPORTUNIDADES

- Posibles nuevos clientes a través de la venta online
- Apertura de nuevos mercados al mundo de la moda
- Creciente demanda de nuevos públicos segmentados (mascotas, embarazadas, personas mayores, tallas grandes, etc)
- Tendencia ecológica a tejidos fabricados con algodón ecológico