

Análisis estratégico



INSTRUCCIONES DE USO DE LA TABLA

Entrada de datos



- En la primera pestaña introducimos los datos DAFO

		Pueden generar PROBLEMAS	Pueden generar VENTAJAS COMPETITIVAS
INTERNAS	D	Debilidades	F
	1	Insuficiente gestión comercial	1
	2	Desaprovechamiento del almacén	2
	3	Falta de formación en los responsables de area	3
	4	Explotación de la imagen de la empresa	4
	5	Insuficiente organización -planificación	5
	6	Insuficientes recursos humanos en taller	6
	7	Afectación de los conductores por la reducción salarial	7
8	Huelga	8	
9		9	
10		10	
Procedentes del ENTORNO	A	Amenazas	O
	1	Precios de la competencia mas bajos	1
	2		2
	3		3
	4		4
	5		5
	6		6
	7		7
8		8	
9		9	
10		10	

Información



- En la misma pestaña se incluyen instrucciones de como se debe cumplimentar la tabla, e información complementaria que le ayudara a entender fácilmente la dinámica.

D.A.F.O. - F.O.D.A. - S.W.O.T.

Es un método de análisis que se atribuye a Albert Humphrey, profesor en la Universidad de Stanford los años 1960 i 1970. Se usa para el análisis estratégico y desde muchas perspectivas, especialmente de marketing.

D.A.F.O. o F.O.D.A. según los gustos y orden que se desee...

En Europa se usa más DAFO en Latinoamérica FODA, lo mejor es seguir la costumbre aunque parecería mas lógico comenzar por las Fortalezas (FODA) que por las Debilidades (DAFO), como hacen (más o menos) en USA: SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).

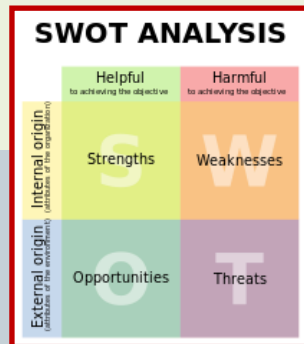
Las Fortalezas y las Debilidades son de origen interno

Las **Fortalezas** son los puntos fuertes de la organización o del proyecto, estos puntos fuertes nos pueden proporcionar ventajas competitivas.

Ejemplos de fortalezas: Buen ambiente laboral. Proactividad en la gestión. Conocimiento del mercado. Grandes recursos financieros. Buena calidad del producto final. Posibilidades de acceder a créditos. Equipamiento de última generación. Experiencia de los recursos humanos. Recursos humanos

EJEMPLO DAFO (perspectiva del marketing):

Debilidades		Fortalezas	
1	Marca nueva en el mercado	1	Precio-calidad inmejorable
2	Capacidad financiera limitada	2	Experiencia



Estrategias



- La segunda pestaña DAFO 2, nos permite cruzar los resultados DAFO1, para establecer las estrategias de la empresa.

DAFO	Oportunidades	Amenazas
	<ol style="list-style-type: none"> 1 Mejora gestión comercial-Comunicación 2 Comercialización del almacén 3 Transmisión del conocimiento 4 Captación de clientes de proximidad 5 Creación de pautas de acción para casos concretos 6 Integración del autonomo 7 Carga de 25500 kg al mismo precio 8 Mejora en la situación de la economía 9 I+D, Colaboración con UdG 10 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Precios de la competencia mas bajos 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Fortalezas	Estrategias OFENSIVAS (FO)	Estrategias DEFENSIVAS (FA)
<p>Infraestructura</p> <ul style="list-style-type: none"> - Flota moderna - Instalaciones amplias y bien dotadas <p>1 - Responsables técnicos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 Mejora gestión comercial 	<ol style="list-style-type: none"> 1

Debilidades	Estrategias REORIENTACIÓN (DO)	Estrategias SUPERVIVENCIA (DA)
<ol style="list-style-type: none"> 1 Insuficiente gestión comercial 2 Desaprovechamiento del almacén 3 Falta de formación en los responsables de area 4 Explotación de la imagen de la empresa 5 Insuficiente organización-planificación 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Disponer de convenio propio 2 Mejora de las competencias y sensibilizac. 3 4 5 	<ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5

Información



- En la misma pestaña se incluyen instrucciones de como se debe cumplimentar la tabla, e información complementaria que le ayudara a entender fácilmente la dinámica.

Estrategias - MATRIZ DAFO / FODA

Este cuadro se deriva del efectuado en la parte anterior

De la matriz inicial se determinan cuatro escenarios

1º Fortalezas + Oportunidades = Estrategias OFENSIVAS

Esta intersección nos ofrece la situación ideal y nos obliga a desarrollar

3º Debilidades + Oportunidades = Estrategias DEFENSIVAS

En esta situación no estamos en condiciones de aprovechar las oportunidades.
Cambiar, reorientar, reordenar, redireccionar, esta es la línea de actuación.

4º Debilidades + Amenazas = Estrategias de SUPERVIVENCIA

Es el peor escenario donde actuar, si el análisis ha sido hecho correctamente.

Objetivos estratégicos

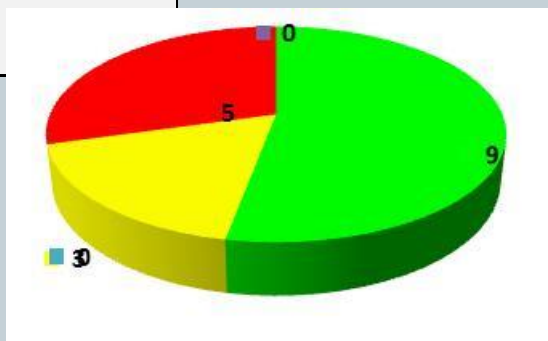


- Las estrategias establecidas en el DAFO 2, se desarrollan en el tabla de objetivos y metas

Objetivos estratégicos 2017-2020

Acciones Planificadas		17
Acciones realizadas	9	52,9%
Acciones en curso	3	17,6%
Acciones retrasadas	5	29,4%
Acciones no comenzadas	0	-
Acciones anuladas	0	-

	OBJETIVO	Acciones	Medios/Recursos	Responsable	Fecha inicio	Plazo	Estado	Fecha Fin
1.01	Mejora gestión comercial	COMUNICACIÓN						
1.01.01					01/09/2016	30/09/2016	😊	29/09/2016
1.01.02					01/09/2016	31/12/2016	😊	10/10/2016
1.01.03					01/09/2016	31/12/2017	😐	
1.01.04					01/10/2016	12/12/2016	😞	
1.01.05								

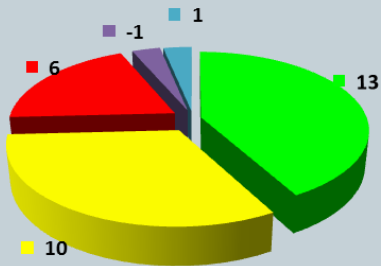


Objetivos estratégicos



- Para que la gráfica funcione correctamente, debes tener en cuenta:

Fecha inicio	Plazo	Nuevo plazo	Estado	Fecha Fin	Observaciones
01/01/2015	30/12/2016		☹️		Cuando sobrepasamos la fecha de plazo, nos la contabiliza como RETRASADA
01/01/2015	31/12/2016		😊	11/11/2016	Cuando la fecha fin se encuentra dentro del plazo, nos contabiliza la acción, como REALIZADA
01/01/2015	01/11/2017		😐		Cuando no hemos finalizado la acción, pero esta se encuentra dentro del plazo, nos la contabiliza como EN CURSO
01/01/2015	02/01/2017		😊	13/11/2015	
01/01/2015	03/01/2019		😐		
01/01/2015	30/06/2016		😊	15/04/2015	
01/01/2015	01/07/2016		😊	15/04/2015	
no comenzada	12/07/2017			01/07/2016	Cuando ponemos NO COMENZADA , en la fecha de inicio, nos la contabiliza como tal
01/01/2015	03/07/2019		😐		
16/04/2015	04/07/2016		■	anulada	Cuando ponemos ANULADA en la fecha fin, nos la contabiliza como tal



Posición estratégica



- Diferentes combinaciones según el peso de cada factor

ANÁLISIS de la POSICIÓN ESTRATÉGICA (DAFO)				
Análisis de la SITUACIÓN INTERNA				
FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO		POSICIÓN	% Importancia para ÉXITO	VALORACIÓN
F FORTALEZAS	1 TALENTO HUMANO CALIFICADO	F	0%	
	2 COSTES OPERATIVOS BAJOS	F	10%	
	3 EXPERIENCIA EN EL SECTOR	M	5%	
	4 EXSTRUCTURA JERARQUICA HORIZONTAL	F	10%	
	5	MF	0%	
D DEBILIDADES	1 INVERSIÓN EN I+D	D	30%	
	2 BAJA INVERSIÓN EN PUBLICIDAD	MD	15%	

