

Análisis DAFO y CAME

Modelo de análisis que permite realizar un diagnóstico de situación (interno y externo) de la empresa de cara a tomar decisiones estratégicas. El objetivo de un análisis DAFO es ayudar a la empresa a identificar sus fortalezas y debilidades (factores internos) y las oportunidades y amenazas a las que está expuesta (factores externos).

Matriz DAFO

| ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA | ANÁLISIS EXTERNO DE LA EMPRESA |
|--|--|
| <p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>Aquellos factores internos de la empresa que suponen una desventaja</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de personal cualificado • Problemas de financiación • Falta de dirección estratégica • Ausencia de experiencia en procesos de innovación • Estructuras demasiado rígidas que impiden amoldarse al cambio con facilidad • Costes unitarios más altos respecto a los competidores directos • Elevados costes de producción • Ausencia de una política de comunicación planificada • Rentabilidad inferior a la media • Instalaciones obsoletas • Otros ... | <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>Aspectos negativos del entorno que pueden suponer un problema para la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aparición de nuevos competidores • Disminución del consumo • Aumento de las ventas de productos y/o servicios sustitutivos • Crecimiento lento o estancamiento del mercado • Transformación de las necesidades y gustos de los consumidores • Cambios políticos • Disminución de la población • Barreras políticas y comerciales con otros países (incapacidad para entrar en nuevos mercados) • Otros ... |
| <p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>Elementos positivos de la empresa que suponen una ventaja competitiva</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de recursos: técnicos, humanos y económicos • Disponibilidad de personal cualificado • Optimización de la producción • Acceso a economías de escala • Habilidades para la implantación de procesos de innovación • Adaptación al cambio • Evaluación y análisis del mercado • Productos bien posicionados en el mercado • Estrategias planificadas de comunicación, publicidad y marketing • Capacidad de dirección y orientación estratégica • Flexibilidad organizativa • Aumento o mantenimiento de ingresos • Otros ... | <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>Aspectos favorables del entorno exterior que pueden afectar positivamente a la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de entrar en nuevos mercados • Eliminación de barreras comerciales en los mercados exteriores • Evolución y crecimiento de la demanda • Creación de nuevas necesidades de los clientes relacionadas con el producto y/o servicio comercializado • Desarrollo y rápido crecimiento del mercado • Escasez o debilidad de la competencia • Crecimiento del consumo • Otros ... |

Vía-E Plataforma de apoyo al emprendimiento

Análisis DAFO y CAME

Tras recopilar cada uno de los factores (internos y externos) que definen la posición actual de la empresa, se deberá desarrollar una **ESTRATEGIA**, a través de la cual se consoliden las fortalezas, minimicen las debilidades, se aprovechen las ventajas y oportunidades del entorno y situación sociopolítica actual y se reduzcan o minimicen las consecuencias de las amenazas externas a la empresa. Tomando como referencia los resultados del análisis DAFO y tras plantear los objetivos empresariales, se podrá definir una estrategia con la que poder alcanzar los objetivos marcados. Para definir esta estrategia se empleará el **análisis CAME**. A continuación se señalan diferentes tipos de estrategias empresariales que se pueden extraer del análisis CAME:

ESTRATEGIA DEFENSIVA: Planificación de estrategias que permitan a la empresa hacer frente a situaciones en las que existe gran cantidad de competidores en un mercado muy saturado. Ante esto, la empresa deberá potenciar sus fortalezas y minimizar aquellas debilidades que la impidan competir con las demás empresas del mercado. **Acentuando las fortalezas de la empresa, se podrá minimizar la amenaza.**

ESTRATEGIA OFENSIVA: Adopción de estrategias de crecimiento ante la oportunidad que ofrece el mercado (crecimiento o expansión) y ante la situación de ventaja competitiva frente a la competencia (productos mejor valorados, mayor penetración y cuota de mercado...) **Potenciando las fortalezas, se podrá aprovechar mejor la oportunidad.**

ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA: Estrategia conservadora ante la incapacidad de la empresa (falta de recursos económicos, humanos o técnicos) de hacer frente a las duras amenazas externas y ante la excesiva presencia de empresas competidoras. **Superando las debilidades, se podrá minimizar el efecto de la amenaza externa.**

ESTRATEGIA DE REORIENTACIÓN: Estrategias de reformulación de productos o servicios con los que la empresa no está obteniendo los resultados esperados, a pesar de darse unas condiciones externas favorables (pocos competidores, mercado maduro...). **Superando la debilidad, se podrá aprovechar la oportunidad.**

| FACTORES EXTERNOS | FACTORES INTERNOS | FORTALEZAS (F) | DEBILIDADES (D) |
|-------------------|-------------------|--|--|
| OPORTUNIDADES (O) | | ESTRATEGIA OFENSIVA (FO) | ESTRATEGIA DE REORIENTACIÓN (DO) |
| | | <ul style="list-style-type: none"> Resaltar la posición aventajada de la empresa frente a la competencia Potenciar la diferenciación Lanzar nuevos productos | <ul style="list-style-type: none"> Modificar la política de comunicación y promoción (tal vez no se esté comunicado de forma efectiva el producto o servicio) Reformulación de atributos o prestaciones de los productos Desarrollo de sistemas de fidelización de clientes |
| AMENAZAS (A) | | ESTRATEGIA DEFENSIVA (FA) | ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA (DA) |
| | | <ul style="list-style-type: none"> Potenciar las diferencias con la competencia Buscar nuevos atributos de los productos o servicios Buscar nuevos nichos de mercado Aumentar la cartera de clientes | Buscar nuevos nichos de mercado menos saturados <ul style="list-style-type: none"> Internacionalizar la empresa y entrar en mercados exteriores Poner en marcha procesos de innovación que permitan mejorar la competitividad de la empresa Implementar planes de formación de los trabajadores |