

7. La competencia

1. Análisis de la competencia. Quien es tu competencia? Hay productos similares al tuyo?

El promotor debe conocer el tipo de competidores a los que se va a enfrenar y sus fortalezas y debilidades.

Tiene que tener información de y confeccionar una ficha de cada uno de ellos:

- Nombre, dirección, web, correo, logo,
- su localización,
- las características de sus productos o servicios,
- sus precios,
- su calidad,
- la eficacia de su distribución,
- su cuota de mercado,
- sus políticas comerciales etc.

Hay que conocer a los líderes en cada una de las características vistas anteriormente y la importancia que otorgan a las mismas los clientes potenciales.

Dentro del análisis de la competencia actualmente es necesario tener en cuenta la globalización de la economía, el avance de las telecomunicaciones, el comercio electrónico etc.

2. Barreras de entrada

Son las dificultades que enfrenta una empresa al entrar a un mercado. Cuando una empresa establecida en el mercado crea barreras de entrada a competidores tiene una ventaja. Pueden incluir tecnología, restricciones legales, políticas gubernamentales, etc

El estudio de mercado debe analizar las barreras de entrada presentes y futuras en el mercado para poder determinar la viabilidad previa del acceso al mismo y la fortaleza del producto o servicio en él.

3. confeccionar matriz DAFO

El análisis está basado en las Debilidades, Amenazas, Fortaleza y Oportunidades que posee la empresa, de ahí las siglas de su nombre DAFO.

El análisis Dafo se realiza observando y describiendo (es un análisis cualitativo) las características de nuestro negocio y del mercado en el cual se encuentra, el análisis DAFO nos permite detectar las Fortalezas de nuestra organización, las Oportunidades del mercado, las Debilidades de nuestra empresa y las Amenazas en el entorno.

Análisis Interno de la organización

Fortalezas : Describe los recursos y las destrezas que ha adquirido la empresa, ¿en que nos diferenciamos de la competencia?, ¿Qué sabemos hacer mejor?

Debilitades : Describe los factores en los cuales poseemos una posición desfavorable respecto a la competencia.

Para realizar el análisis interno se han de considerar análisis de recursos, de actividades y de riesgos

Análisis Externo de la organización

Oportunidades : Describen los posibles mercados, nichos de negocio... que están a la vista de todos, pero si no son reconocidas a tiempo significa una pérdida de ventaja competitiva.

Amenazas : Describen los factores que pueden poner en peligro la supervivencia de la organización, si dichas amenazas son reconocidas a tiempo pueden esquivarse o ser convertidas en oportunidades.

Para realizar el análisis externo se han de considerar análisis del entorno, grupos de interés, aspectos legislativos, demográficos y políticos.

Una vez descrito las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades de la organización podemos construir la Matriz DAFO, matriz que nos permite visualizar y resumir la situación actual de la empresa.

Diagnóstico de situación actual



A continuación se muestra un ejemplo de un análisis DAFO de una organización de transporte de mercancías por carretera.

DEBILIDADES • Disponibilidad recursos financieros • Elevados costes unitarios • Alta rotación personal subcontratado • Bajo nivel tecnológico • Alta subcontratación vehículos reparto • Elevada dependencia de los recursos humanos • Tamaño empresarial reducido • Concepto de marca poco potenciado • .../...	AMENAZAS • Falta de armonización normativa • Nuevos competidores • Políticas de concentración • Normativa estricta sector farmacia • Poca capacidad de inversión • Saturación de las infraestructuras • Abaratamiento de los precios de mercado • Liberalización del transporte • .../...
FORTALEZAS • Adaptación a la variación • Dimensiones instalaciones • Experiencia personal gestión tráfico • Flota de vehículos de ruta joven • Crecimiento en los últimos años • Adaptación a las nuevas tendencias industriales • Competitividad en precios y plazos de entrega • Know-how en el transporte de productos específicos • Cobertura nacional • .../...	OPORTUNIDADES • Imagen de especialización • Plazos de entrega cortos • Importantes referencias históricas • Cliente satisfecho • Aplicación de tecnologías más eficaces • Mejora de costes por la creación de economías de escala • Intermodalidad • Mejoras medioambientales • Baja calidad de otros tipos de transporte • Apertura de mercados • .../...