

ANÁLISIS DAFO: IDENTIDAD DIGITAL Y REPUTACIÓN NUESTRA.

¿Qué es DAFO?

Técnica imprescindible y eficaz en el diagnóstico de la situación de una empresa, tanto desde el punto de vista interno como externo, a efectos de determinar sus **D**ebilidades, **O**portunidades, **F**ortalezas y **A**menazas.

La **situación interna** se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la **situación externa** se compone de dos factores no controlables: **o**portunidades y **a**menazas.

DEBILIDADES

- ✘ Dificultad de financiación.
- ✘ Tener acceso a internet, puesto que todo el mundo no dispone de un ordenador con conexión a internet.
- ✘ Falta de conocimientos sobre la temática en cuestión.
- ✘ Desconocimiento en el funcionamiento de las Redes Sociales y del uso en sí mismo de internet.
- ✘ Estar catalogados dentro de una identidad en concreto puede ser perjudicial.
- ✘ Excluye a cierta parte de la población que por sus capacidades no pueden manejarse con total facilidad por internet.



AMENAZAS

- * El descenso generalizado del empleo provocado por la situación de crisis, conlleva que los clientes dispongan de menor poder adquisitivo.
- * Facilidad de imitación de la temática en cuestión, provocando que haya competencia directa.
- * Existencia de empresas dedicadas a la misma temática y sea sustitutivo en el mercado.
- * Ante cualquier problema en la red, millones de clientes y usuarios harán eco de la información.
- * Dificultad a la hora de recuperar nuestra reputación y/o identidad digital ante cualquier equivocación.

FORTALEZA

- ⊙ Se trata de un proceso participativo.
- ⊙ Sirve de base para aportar a los clientes unos grandes conocimientos e incluso un importante desarrollo personal sobre dicha temática.
- ⊙ Ofrece inmediatez a la hora de buscar y ofrecer nuevos productos e información.
- ⊙ Observación directa de las críticas hacia nuestros productos.
- ⊙ Ofrecemos puestos on-line y aminoramos costes.
- ⊙ Decidimos lo que queremos publicar y lo que no.
- ⊙ Cuanto mayor es grupo al que formamos parte mayor son los beneficios que obtenemos.
- ⊙ Abierto a recibir y compartir información.



OPORTUNIDAD

- ⌘ La situación de crisis al provocar una caída empresarial generalizada conlleva a que exista menos competencia en nuestro sector.
- ⌘ Escasez de competencia directa real.
- ⌘ Desconocimiento generalizado de este tipo de información.
- ⌘ Es un incentivo para la mejora de la calidad educativa.
- ⌘ El público puede ser nuestro mejor aliado para el funcionamiento de nuestro proyecto.
- ⌘ Detectar las necesidades de nuestros clientes a través de un estudio de mercado completo y exhaustivo.
- ⌘ Ofrecemos disponibilidad de horas.
- ⌘ Internet es un gran impulso para nosotros como empresa, nos ofrece muchas posibilidades de actuación.
- ⌘ La comunicación emisor-receptor cambia, se hace a través de las redes sociales.
- ⌘ Cuanto mayor sea el grupo al que pertenecemos, mayor es la importancia de nuestra identidad digital y reputación propia.

Conclusión.

Desde mi punto de vista, el análisis DAFO es una rama u oportunidad para hacer frente a aquellas empresas competentes dentro de mi sector, a la vez que para la creación de una empresa innovadora en el mercado, ya que a través de un informe exhaustivo sobre las **D**ebilidades, **A**menazas, **F**ortalezas y **O**portunidades de la competencia podemos examinar e investigar sus debilidades y aprovechar el coste de oportunidad para proporcionar un producto o servicio distinto al que venían ejerciendo nuestros competidores y hacérselo llegar a nuestros usuarios ya sea vía internet o por cualquier tipo de medios.

En mi opinión, lo más importante a destacar del análisis DAFO es el estudio del coste de oportunidad, ya que a través de este; como su propio nombre indica, aprovechamos las “oportunidades” que bien no han sido capaz



de ejercer nuestros competidores o que bien no lo consideraron en ese momento, ya que al desempeñar esas ideas innovadoras y desconocidas hasta el momento por nuestros competidores en el mercado, partimos con una ventaja importante a la hora de ofrecer a nuestros clientes potenciales un producto o servicio innovador, desconocido e inexistente en el mercado actual.

