

Nota Técnica

2025

20 DE MAYO

Matching Place SL

Creado por: Dirección



LISTA DAFO

DAFO para tener 3 respuestas preparadas

Para tener preparadas 3 respuestas ante una pregunta complicada. Al responder aplicar la que se adapte más a la cuestión que nos plantean. Diferentes áreas.

MARKETING

En este punto se analizan los aspectos de marketing operativo y el posicionamiento de la empresa en cuanto a producto, precio y políticas de comunicación y distribución.

1. **Producto. ¿Tenemos el producto y/o servicio adecuado a la demanda actual y a las tendencias del mercado?** ☐ Sí ☐ No

2. **Producto. ¿En qué fase de vida están nuestros productos (desarrollo / introducción / madurez / declive)?** ☐ Sí ☐ No

3. **Producto. ¿Cuál es nuestro mix de producto? ¿Tenemos posibilidad de lanzar nuevas líneas o de diversificar nuestra oferta utilizando los mismos canales de distribución?** ☐ Sí ☐ No

4. **Producto (posicionamiento). ¿Qué imagen queremos proyectar? ¿Calidad? ¿Precio?** ☐ Sí ☐ No

5. **Producto (posicionamiento). ¿Reconocen los clientes dicho posicionamiento? ¿Qué percepción tienen de nuestros productos o marcas?** ☐ Sí ☐ No

6. **Precio (coherencia interna). ¿El precio se ha fijado en función de nuestros costes y expectativas de rentabilidad?** ☐ Sí ☐ No

-
7. **Precio (coherencia externa).** ¿Es adecuado nuestro precio según la demanda, la competencia y nuestro propio posicionamiento? ¿Nos cuesta defender nuestros precios?
- ☐ Sí ☐ No
8. **Distribución.** ¿Son nuestros canales de distribución adecuados al tipo de producto que ofertamos? ¿Existen canales de distribución alternativos que puedan ser efectivos?
- ☐ Sí ☐ No
9. **Comunicación.** ¿Se adapta nuestra política de comunicación a los canales de distribución utilizados? ¿Son nuestras campañas atractivas y efectivas?
- ☐ Sí ☐ No

RECURSOS HUMANOS

Análisis de la capacidad del equipo directivo y del personal en general para afrontar cambios y nuevos proyectos.

10. **Formación y experiencia.** ¿Tenemos un equipo formado y con experiencia? ¿Proporcionamos formación?
- ☐ Sí ☐ No
11. **Polivalencia.** ¿Nuestros empleados tienen polivalencia funcional? ¿Tenemos un equipo multidisciplinar?
- ☐ Sí ☐ No
12. **Adaptación al cambio.** ¿Está nuestra plantilla familiarizada con las nuevas tecnologías?
- ☐ Sí ☐ No
13. **Valores.** ¿Están nuestros empleados alineados con los valores de la empresa? ¿Hay coordinación y espíritu de equipo?
- ☐ Sí ☐ No
14. **Tamaño.** ¿Está nuestra plantilla correctamente dimensionada, con una descripción clara de las tareas y responsabilidades de cada puesto de trabajo?
- ☐ Sí ☐ No

ACTIVOS

Medios materiales e intangibles –maquinaria y otros activos materiales; marcas y otros activos intangibles– necesarios para el mantenimiento y crecimiento de la empresa.

15. Medios materiales. ¿Disponemos de activos suficientes y actualizados (no obsoletos) para afrontar nuevos proyectos y aumentos de producción? Si no es así, ¿cuáles son o serán nuestras necesidades reales? ☐ Sí ☐ No
16. Delegaciones. ¿Disponemos de delegaciones (o deberemos disponer de ellas) que garanticen nuestro crecimiento geográfico? ☐ Sí ☐ No
17. Costes de producción. ¿Disponemos de mecanismos de control y seguimiento de los costes de producción? ¿Disponemos de un correcto control de calidad? ☐ Sí ☐ No
18. Innovación. ¿Destinamos recursos a innovación y al diseño de nuevos productos o servicios? ☐ Sí ☐ No

ASPECTOS FINANCIEROS

Verificación de la fortaleza financiera de la empresa y de su capacidad para afrontar nuevos proyectos.

19. Financiación. ¿Tenemos una correcta estructura de financiación (apalancamiento financiero y operativo)? ☐ Sí ☐ No
20. Financiación. ¿Tenemos posibilidades de encontrar financiación adicional (interna –procedente de los socios– o externa)? ☐ Sí ☐ No
21. Ratios. ¿Reflejan nuestras cuentas anuales una situación saneada? ☐ Sí ☐ No

22. Flujos de tesorería. ¿Nuestros flujos de caja son estacionales o estables en el tiempo? ¿Son suficientes para afrontar el pago de nuevas inversiones? ☐ Sí ☐ No

23. Información financiera. ¿Generamos información interna adecuada y rápida para tomar decisiones en caso de desviaciones sobre los objetivos previstos? ☐ Sí ☐ No

Para determinar las oportunidades y amenazas derivadas del entorno y el mercado, verifique los siguientes puntos.

CLIENTES Y MERCADO

Puntos que permiten verificar si la gestión de nuestra cartera de clientes es adecuada y si existe potencial de crecimiento.

24. Segmentación. ¿Tenemos segmentado el mercado e identificados a nuestros clientes potenciales? ☐ Sí ☐ No

25. Cliente tipo. ¿Tenemos identificado a nuestro cliente tipo y sabemos qué factores aprecia de nuestros productos o de los productos de la competencia? ☐ Sí ☐ No

26. Gestión de clientes. ¿Disponemos de un software de gestión de clientes que nos permite verificar lo que les vendemos y el potencial de ventas para cada uno de ellos? ☐ Sí ☐ No

27. Clientes potenciales. ¿Disponemos de una base de datos de nuestros clientes potenciales? ☐ Sí ☐ No

PROVEEDORES

Optimización de nuestra relación con proveedores y riesgo de dependencia.

28. Ofertas. ¿Disponemos de ofertas actualizadas de diferentes proveedores con comparativas de condiciones de pago, precio, descuentos y rappels? ☐ Sí ☐ No

29. Precio y calidad. ¿El precio y calidad ofertados son adecuados? ¿Sabemos si hacen mejores condiciones a nuestros competidores? ☐ Sí ☐ No

30. Capacidad de suministro. ¿Son eficientes nuestros proveedores? ¿Tienen capacidad de respuesta ante pedidos inesperados? ☐ Sí ☐ No

COMPETENCIA

Tamaño de la competencia y posicionamiento de ésta. Riesgo de entrada de nuevos competidores en el mercado.

31. Identificación. ¿Tenemos identificados a nuestros competidores, sus productos y su política de precios? ☐ Sí ☐ No

32. Concentración y diversificación. ¿Existen competidores con una alta cuota de penetración en el mercado? ¿O con una amplia diversificación de productos? ¿O que hayan integrado diferentes fases del proceso de fabricación? ☐ Sí ☐ No

33. Ventaja competitiva. ¿Tienen nuestros competidores alguna ventaja competitiva (por ejemplo, que hayan integrado diferentes fases de la producción o distribución, o que por su tamaño o experiencia obtengan economías de escala y reduzcan costes)? ☐ Sí ☐ No

34. Barreras de entrada. ¿Existen barreras de entrada en el mercado? ¿Pueden nuestros proveedores acceder directamente a nuestros clientes? ¿Pueden entrar en nuestro mercado nuevos operadores de sectores distintos?

☐ Sí

☐ No

ENTORNO

Análisis genérico del entorno y verificación de si algunos aspectos concretos pueden influir en nuestra empresa.

35. Riesgos políticos. ¿Existen riesgos de inestabilidad política que puedan influir en alguno de los mercados en los que estamos posicionados?

☐ Sí

☐ No

36. Mercados financieros. ¿Existen riesgos de restricción crediticia o, al contrario, se está facilitando el crédito? ¿Existe riesgo de variaciones en los tipos de interés o de diferencias de cambio que puedan influir en nuestra rentabilidad?

☐ Sí

☐ No

37. Recursos públicos. ¿Existen ayudas públicas aplicables a nuestra empresa? ¿Cómo podemos aprovecharlas?

☐ Sí

☐ No

Cualquier duda no repare en contactarnos, estaremos encantados.

info@matchingplace.com

+34.695.40.49.50