## DAFO PUREMIEL.

**DEBILIDADES**

* Inexistencia de mandos intermedios.
* Falta de especialización de los empleados y escasa formación a los mismos.
* Selección de personal sin pautas establecidas.
* Inexistencia de un plan de acogida e integración de nuevos empleados.
* Escaso personal en los momentos de mayor carga laboral.
* Falta de departamentos esenciales.
* Escasa comunicación.
* Estrés y falta de motivación del personal.

**FORTALEZAS**

* Productos orgánicos.
* Precios acordes con la calidad.
* Prestigio y trayectoria.
* Gran variedad de productos.
* Conocimiento del mercado.
* Exportación de productos al extranjero.
* Innovación.

**AMENAZAS**

* Crisis.
* Cambios en los gustos del consumidor.
* Competencia en el mercado nacional.
* Empresas avanzadas en publicidad y portales web.
* Cambios climáticos (sequía).

**OPORTUNIDADES**

* Incursión en nuevos mercados.
* Evolución en Internet y publicidad.
* Participación en ferias de productos orgánicos.
* Hábitos de alimentación saludables.
* Aumento de ventas en fiestas nacionales (Navidad).
* Crecimiento de la empresa.
* Proveer a supermecados de productos propios.
* Posibilidad de solicitar y obtener subvenciones públicas.
* Creación de nuevos productos.
* Nuevos descubrimientos médicos relacionados con las abejas.

A continuación son redactados con más detalle cada uno de los apartados del DAFO:

### Debilidades

Inexistencia de mandos intermedios, la falta de mandos intermedios crea un vacío de poder y una gran carga laboral en el director, que no puede hacerse cargo de todo, lo cual acarrea muchos de los problemas de organización que la empresa tiene.

Falta de especialización y escasa formación de los empleados, la mayoría de los empleados no tienen estudios y, a pesar de tratarse de una empresa que exporta al extranjero, muchos hablan sólo su lengua materna (español) y no hay en Puremiel otra persona (aparte de la responsable de relaciones internacionales, que habla inglés y francés) con un nivel de idiomas que les permita afrontar relaciones con otros países y ninguna que hable chino, lo que impide a la organización realizar las pautas de emprendimiento que ésta se plantea.

Asimismo, los empleados tampoco reciben ningún tipo de curso que los mantenga actualizados en cuanto a las nuevas tecnologías y las innovaciones del mercado laboral.

Selección de personal sin pautas establecidas, la política de contratación en la empresa, basada en el conocimiento a nivel personal de los empleados que son contratados y no en sus capacidades profesionales, ha conseguido que muchos de los empleados no tengan la formación suficiente para realizar de forma eficaz su trabajo, retrasando con ello su evolución profesional y la mejora de la organización.

Inexistencia de un plan de acogida e integración de nuevos empleados, cuando un nuevo empleado se contrata no se le dan pautas a seguir, ni se le presenta a sus compañeros de equipo, no se le enseña la empresa ni se le explica el funcionamiento de esta, entra directamente a trabajar.

Escaso personal en los momentos de mayor carga laboral, en las épocas de más carga de trabajo, no se producen nuevas contrataciones en el departamento de operarios, lo que provoca la saturación de los empleados, retrasos en los pedidos y que la empresa no obtenga un rendimiento tan elevado como podría.

Falta de departamentos esenciales, la empresa necesita, para funcionar de forma más eficiente, la creación de nuevos departamentos, y afianzar el funcionamiento de los ya existentes.

Escasa comunicación, la falta de reuniones y de *feedback* y la ausencia de mandos intermedios en los distintos Departamentos, crean en los empleados un ambiente de inseguridad, provocando que no sepan a quién dirigirse cuando les surgen dudas en el desempeño de su trabajo.

Estrés y falta de motivación del personal, el gran volumen de trabajo, la falta de formación, la escasez de mandos intermedios, la mala comunicación, la imposibilidad de poder ascender de posición dentro de la empresa y las escasas recompensas al trabajo bien hecho han provocado que el clima laboral sea de gran frustración.

### Fortalezas

Productos orgánicos, sin ningún tipo de añadido y sin adulterar, totalmente saludables.

Precios acordes con la calidad, los precios se ajustan a la calidad del producto.

Prestigio y trayectoria, cinco generaciones de experiencia sustentan esta empresa, lo que ha permitido que Puremiel tenga un prestigio importante y que haya logrado hacer evolucionar y mejorar este arte culinario.

Además de su antigüedad, la empresa cuenta con varios premios otorgados por la Junta de Andalucía a nivel de calidad e innovación.

Gran variedad de productos, además de contar con distintos tipos de mieles, la empresa lanza al mercado polen, jalea real y meloja.

Conocimiento del mercado, Puremiel es una empresa que conoce las empresas competidoras de cerca, sabe cuáles son los gustos del consumidor y cuál es el momento adecuado para sacar unos productos u otros.

Exportación de productos al extranjero, la empresa ya se ha expandido a otros países de la Unión Europea y a Nueva York.

Innovación: Lo que empezó siendo una empresa que se dedicaba única y exclusivamente a la venta de miel local, ha ido evolucionando, sacando nuevos productos y expandiendo su mercado.

### Amenazas

Crisis, la crisis económica que sufre nuestro país puede hacer que el consumo baje y las personas decidan comprar productos más baratos y de menor calidad, o incluso prescindir de los que no sean de primera necesidad.

Cambios en los gustos del consumidor, los giros de la sociedad, las dietas, los cambios en la alimentación son un factor de riesgo a tener en cuenta.

Competencia en el mercado nacional, existen distintos tipos de competencia, tanto la que realiza productos orgánicos y está más avanzada en publicidad, marketing y organización, como la que ofrece productos de menor calidad a un precio más bajo que los de Puremiel.

Empresas avanzadas en publicidad y portales web, hoy en día la mayoría de las empresas se han abierto camino a través de internet, publicitándose en ella y utilizando la red como medio para salvar distancias con sus potenciales consumidores, utilizando la compra online y el correo express para llegar hasta ellos.

Cambios climáticos, la lluvia es muy importante para este negocio, ya que si hay sequía, los campos florecen menos, provocando que las abejas produzcan menos alimento, con la consiguiente escasez de miel.

No podemos olvidar que debemos asegurarnos de que siempre haya alimento suficiente a las abejas en la colmena, para que éstas no mueran y puedan producir en los años venideros.

### Oportunidades

Incursión en nuevos mercados, su expansión al extranjero es ya evidente y con vistas a continuar ampliando su mercado, teniendo previsto enviar productos a Japón y China en un futuro cercano.

Evolución en internet y en publicidad, una mayor presencia en internet, venta online, carteles publicitarios, catas en ferias o supermercados, etc. podrían hacer que la empresa y los productos fuesen más conocidos por el consumidor medio y aumentaran con ello las ventas.

Participación en ferias de productos orgánicos, la participación en ferias especializadas haría que el producto fuese más conocida en otros lugares, aumentando los ingresos por las ventas en esas ferias y a su vez promoviendo que las personas que los prueben en ellas, se interesen en buscar y comprar esos productos a distancia.

Hábitos de alimentación saludables, el hecho de que cada vez más personas se interesen por lo que comen y por los productos añadidos que los alimentos llevan, es algo que podría beneficiar a la venta de productos orgánicos.

Aumento de ventas en fiestas nacionales, la Navidad y la Semana Santa, son fechas claves para que se incremente el número de ventas en el mercado de la apicultura.

Crecimiento de la empresa, el hecho de que la empresa lograra crecer aumentando el número de trabajadores y de maquinaria, podría permitir que lograsen aumentar las ventas, proveyendo de productos a grandes superficies.

Proveer a supermercados de productos propios, las ventas de productos y las catas en pequeños supermercados, podrían hacer subir el número de ventas y permitir un crecimiento paulatino de la empresa.

Posibilidad de solicitar y obtener subvenciones públicas, ello facilitaría el poder lograr un crecimiento de la empresa, invirtiendo las ayudas en solventar las debilidades y ayudar al crecimiento interno.

Creación de nuevos productos, la creación de nuevos productos, tales como ceras depilatorias, cosméticos antiacné, crema de manos, etc. podría ayudar a que la empresa fuese más conocida, tanto nacional como internacionalmente, llevándola a un nivel más alto dentro de la innovación y aumentando las ventas.

Nuevos descubrimientos médicos relacionados con las abejas, existen investigaciones científicas relacionadas con las abejas y algunas enfermedades como por ejemplo la fibromialgia, que demuestran el beneficio para la enfermedad que pueden aportar estos insectos.

Ello podría abrir el mercado de la apicultura al mundo de las farmacéuticas.