

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		1. Alta calidad en sus productos.	1. Carencia de una plataforma estratégica.
		2. Asesoría y acompañamiento en el proceso de compra.	2. Plan de mercadeo inexistente.
		3. Satisfacción y fidelidad de los clientes.	3. Bases de datos inconsistente.
		4. Precios competitivos.	4. Inexistencia de los manuales de funciones.
		5. Reconocimiento en el área textil.	5. No existe programa de capacitaciones.
		6. Alta rotación de inventario.	6. No existe programa de contabilidad e inventario.
		7. Ubicación.	7. No hay organigrama.
		ESTRATEGIAS DE RETROALIMENTACIÓN	
OPORTUNIDADES	1. Demanda creciente.	D2-05 Creación de un plan de mercadeo.	
	2. Adquisición tecnológica.	D6-02 Implementación de software que permita llevar procesos administrativos y contables de la organización.	
	3. Alianzas estratégicas con proveedores.	D3-03 Consolidación de información de contactos claves y/o proveedores, que permitan tener relaciones comerciales estables.	
	4. Incursión de nuevas líneas de fabricación y comercialización	D2-08 Diseñar la plataforma estratégica de la organización para fijar el direccionamiento estratégico.	
	5. Técnicas de marketing.	D4-06 Creación manual de funciones que permita que los colaboradores conozcan y ejerzan actividades correspondientes a su cargo.	
	6. Nivel educativo de colaboradores.	D7-07 Creación del organigrama que permita la definición de la línea de mando.	
	7. Clasificación de colaboradores.	D2-01 Plantear estrategias que permitan retener nuevos clientes.	
	8. Sistematización de los procesos administrativos.	D5-05 Generar espacios de capacitación enfocados al marketing, confección y atención al cliente.	
ESTRATÉGIAS DEFENSIVAS			
AMENAZAS	1. E-Commerce.	F6-A8 Financiación enfocada en la tecnificación de la organización.	
	2. Crisis económica por pandemia Denominada covid-19.	F5-A1 Implementar el uso de redes sociales y conformar una comunidad online.	
	3. Aumento del dólar.	F6-A3 Buscar fuentes de financiación que permitan un volumen de inventario acorde con la demanda.	
	4. Desempleo.	F4-A5 Campaña publicitaria persuasiva, dando a conocer la política de relación calidad precio.	
	5. Incremento de la competencia.	F3-A2 Fortalecer el plan de fidelización de clientes a través de iniciativas comerciales atractivas para el comprador.	
	6. Precios bajos en la competencia.		
	7. Altas tarifas de los servicios públicos.		
	8. Gastos elevados en la adquisición De herramientas tecnológicas.		