	<b>SPORTANET</b>
	<b>ANÁLISIS FODA</b>

## MATRIZ FOI

<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<b>F</b>	<b>FORTALEZAS</b>
	<b>F1</b>	Uso del paradigma declarativo, lo que optimiza tiempos y reduce errores.
	<b>F2</b>	Enfoque inicial en torneos de golf, un nicho con poca competencia.
	<b>F3</b>	Plataforma multiplataforma (web y app) con diseño intuitivo y centrado en el usuario.
	<b>F4</b>	Alta capacidad de escalabilidad hacia otros deportes en el mediano y largo plazo.
	<b>F5</b>	Potencial para escalar a múltiples deportes, aumentando la base de usuarios y el mercado objetivo.
<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>	<b>O</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
	<b>O1</b>	Crecimiento del mercado digital deportivo en Colombia y Latino
	<b>O2</b>	Mayor adopción de apps móviles y plataformas web para la gestión deportiva.
	<b>O3</b>	Avances tecnológicos aplicables (IA, analítica de datos, IoT).
	<b>O4</b>	Interés creciente por deportes recreativos como el golf en el ám
	<b>O5</b>	Disponibilidad de fondos gubernamentales y programas de apo


<i>Elaborado por:</i>	<i>Revisado por:</i>
<b>Juherles Bravo</b>	<b>Daniel Montane</b>
<i>Cargo:</i>	<i>Cargo:</i>
<b>Jefe de Marketing</b>	<b>Team Leader</b>
<i>Firma:</i>	<i>Firma:</i>
<b>Juherles Bravo</b>	<b>Daniel Montane</b>

	<b>Código:</b>	<b>#jREF!</b>
	<b>Versión:</b>	<b>1</b>
	<b>Página:</b>	<b>1</b>
	<b>Fecha</b>	<b>24/09/2025</b>

# DA

<b>D</b>	<b>DEBILIDADES</b>
D1	Recursos financieros limitados al ser una startup nueva.
D2	Baja visibilidad y reconocimiento de marca en el mercado actual.
D3	Dependencia inicial del mercado del golf antes de expandirse.
D4	Falta de alianzas estratégicas con clubes o federaciones deportivas.
D5	Limitada experiencia del equipo en el sector tecnológico-deportivo.
<b>A</b>	<b>AMENAZAS</b>
A1	Entrada de competidores nacionales e internacionales con mayor inversión.
A2	Cambios en regulaciones deportivas o tecnológicas que pueden afectar el modelo de negocio.
A3	Altos costos de infraestructura tecnológica y mantenimiento.
A4	Posible baja adopción inicial por parte de clubes tradicionales.
A5	Rápido avance tecnológico de la competencia con soluciones más robustas.

	<b>Aprobado por:</b>
<b>z</b>	<b>Danilo Cantor / Heyder Ramos</b>
	<b>Cargo:</b>
	<b>Desarrollador / Gestor BD</b>
	<b>Firma:</b>
<b>z</b>	<b>Danilo Cantor / Heyder Ramos</b>

### Matriz de Evaluación de Factores internos

Evaluación	TIPO	N°
Factores internos (EFI)	Fortalezas	F1
Factores internos (EFI)	Fortalezas	F2
Factores internos (EFI)	Fortalezas	F3
Factores internos (EFI)	Fortalezas	F4
Factores internos (EFI)	Fortalezas	F5
Factores internos (EFI)	Debilidades	D1
Factores internos (EFI)	Debilidades	D2
Factores internos (EFI)	Debilidades	D3
Factores internos (EFI)	Debilidades	D4
Factores internos (EFI)	Debilidades	D5

### Matriz de Evaluación de Factores externos

Evaluación	TIPO	N°
Factores externos (EFE)	Oportunidades	O1
Factores externos (EFE)	Oportunidades	O2
Factores externos (EFE)	Oportunidades	O3
Factores externos (EFE)	Oportunidades	O4
Factores externos (EFE)	Oportunidades	O5
Factores externos (EFE)	Amenazas	A1
Factores externos (EFE)	Amenazas	A2
Factores externos (EFE)	Amenazas	A3
Factores externos (EFE)	Amenazas	A4
Factores externos (EFE)	Amenazas	A5

#REF!
ANÁLISIS FODA

nos

Descripción
Uso del paradigma declarativo, lo que optimiza tiempos y reduce errores.
Enfoque inicial en torneos de golf, un nicho con poca competencia.
Plataforma multiplataforma (web y app) con diseño intuitivo y centrado en el usuario.
Alta capacidad de escalabilidad hacia otros deportes en el mediano y largo plazo.
Potencial para escalar a múltiples deportes, aumentando la base de usuarios y el mercado objetivo.
Recursos financieros limitados al ser una startup nueva.
Baja visibilidad y reconocimiento de marca en el mercado actual.
Dependencia inicial del mercado del golf antes de expandirse.
Falta de alianzas estratégicas con clubes o federaciones deportivas.
Limitada experiencia del equipo en el sector tecnológico-deportivo.

nos

Descripción
Crecimiento del mercado digital deportivo en Colombia y Latinoamérica
Mayor adopción de apps móviles y plataformas web para la gestión deportiva.
Avances tecnológicos aplicables (IA, analítica de datos, IoT).
Interés creciente por deportes recreativos como el golf en el ámbito empresarial.
Disponibilidad de fondos gubernamentales y programas de apoyo a emprendimientos tecnológicos.
Entrada de competidores nacionales e internacionales con mayor inversión.
Cambios en regulaciones deportivas o tecnológicas que pueden afectar el modelo de negocio.
Altos costos de infraestructura tecnológica y mantenimiento.
Posible baja adopción inicial por parte de clubes tradicionales.
Rápido avance tecnológico de la competencia con soluciones más robustas.

<i>Código:</i>	<i>#¡REF!</i>
<i>Versión:</i>	<i>1</i>
<i>Página:</i>	<i>2</i>
<i>Fecha</i>	<i>24/09/2025</i>

Importancia	Impacto	Tendencia	Puntuación
Importante	Promedio	Se mantiene	27
Importante	debil	Se mantiene	18
Muy importante	fuerte	mejora	64
Muy importante	muy fuerte	Mucha mejora	100
Total importante	fuerte	Mucha mejora	100
Total importante	muy fuerte	mejora	100
Total importante	fuerte	mejora	80
Importante	Promedio	Deficiente	18
Muy importante	Promedio	Deficiente	24
Importante	Promedio	mejora	36

Valor
1
2
3
4
5


Importancia	Urgencia	Tendencia	Puntuación
Total importante	Urgente	Mucha mejora	100
Muy importante	Urgente	Mucha mejora	80
Importante	no urgente	Mucha mejora	15
Importante	Urgente	Se mantiene	36
Importante	algo urgente	mejora	24
Total importante	Urgente	Deficiente	40
Importante	Urgente prom.	Se mantiene	27
Total importante	muy urgente	Deficiente	50
Muy importante	Urgente	mejora	64
Total importante	Urgente	Deficiente	40

RESUMEN
Fortalezas
Debilidades
Oportunidades
Amenazas
TOTAL

Importancia	Impacto	Tendencia	Urgencia
Sin importancia	Muy debil	Mala	no urgente
Poco importante	debil	Deficiente	algo urgente
Importante	Promedio	Se mantiene	Urgente prom.
Muy importante	fuerte	mejora	Urgente
Total importante	muy fuerte	Mucha mejora	muy urgente

PUNTAJE	PORCENTAJE
309	30%
258	25%
255	24%
221	21%
<b>1043</b>	

Importancia	Intensidad	Tendencia	Urgencia
Sin importancia	debil	mantiene	Nada urgente
Importante	fuerte	mejora	urgente
Muy importante	muy fuerte	empeora	muy urgente

## FODA CRUZADO (ESTRATEGIAS)

<div> <div>FACTORES EXTERNOS</div> <div>FACTORES INTERNOS</div> </div>		O
		O1
		O2
		O3
		O4
		O5
FORTALEZAS (F)		FO
F1	Uso del paradigma declarativo, lo que optimiza tiempos y reduce errores.	F1:O1
F2	Enfoque inicial en torneos de golf, un nicho con poca competencia.	F5:O2
F3	Plataforma multiplataforma (web y app) con diseño intuitivo y centrado en el usuario.	F1,F3:O3
F4	Alta capacidad de escalabilidad hacia otros deportes en el mediano y largo plazo.	F2,F3:O4
F5	Potencial para escalar a múltiples deportes, aumentando la base de usuarios y el mercado objetivo.	F5:O5



DEBILIDADES (D)		DO
D1	Recursos financieros limitados al ser una startup nueva.	D2:O2
D2	Baja visibilidad y reconocimiento de marca en el mercado actual.	D1:O5
D3	Dependencia inicial del mercado del golf antes de expandirse.	D3:O2
D4	Falta de alianzas estratégicas con clubes o federaciones deportivas.	D5:O3
D5	Limitada experiencia del equipo en el sector tecnológico-deportivo.	D4:O1

## ***SPORTANET***

### ***ANÁLISIS FODA***


<b>OPORTUNIDADES (O)</b>	<b>A</b>
Crecimiento del mercado digital deportivo en Colombia y Latinoamérica	A1
Mayor adopción de apps móviles y plataformas web para la gestión deportiva.	A2
Avances tecnológicos aplicables (IA, analítica de datos, IoT).	A3
Interés creciente por deportes recreativos como el golf en el ámbito empresarial.	A4
Disponibilidad de fondos gubernamentales y programas de apoyo a emprendimientos	A5
<b>ESTRATEGIAS OFENSIVAS (F-O)</b> <b>¿Cómo podemos usar una fortaleza para explotar una oportunidad?</b>	<b>FA</b>
Utilizar el enfoque inicial en golf (F2) para posicionarse rápidamente en el mercado digital deportivo en crecimiento (O1).	<b>F3:A1</b>
Expandir progresivamente la plataforma a otros deportes (F5) para capitalizar la adopción creciente de apps deportivas (O2).	<b>F4:A2</b>
Integrar tecnologías emergentes (O3) que mejoren la eficiencia y calidad del servicio (F1, F3).	<b>F1:A3</b>
Aprovechar el interés creciente por el golf en entornos corporativos (O4) para posicionar la marca (F2, F3).	<b>F2:A4</b>
Participar en programas y fondos de apoyo (O5) para impulsar la escalabilidad del proyecto (F5).	<b>F5:A5</b>

<b>ESTRATEGIAS DE REORIENTACIÓN (D-O)</b> <b>¿Cómo podemos corregir una debilidad para poder aprovechar una oportunidad?</b>	<b>DA</b>
Superar la baja visibilidad de marca (D2) mediante estrategias digitales aprovechando el aumento en el uso de plataformas deportivas (O2).	<b>D4:A1</b>
Acceder a programas de apoyo a emprendimientos (O5) para compensar los recursos limitados (D1).	<b>D2:A4</b>
Fortalecer alianzas con clubes y academias deportivas (O2) para reducir la dependencia del golf (D3).	<b>D5:A3</b>
Crear programas de formación interna para mejorar la experiencia del equipo en el sector (D5) aprovechando el avance tecnológico (O3).	<b>D3:A2</b>
Mejorar la visibilidad mediante colaboraciones con entidades deportivas (D4) y aprovechar la tendencia digital (O1).	<b>D1:A5</b>

<b>Código:</b>	<b>#¡REF!</b>
<b>Versión:</b>	<b>1</b>
<b>Página:</b>	<b>3</b>
<b>Fecha</b>	<b>24/09/2025</b>

<b>AMENAZAS (A)</b>
Entrada de nuevos competidores al mercado
Mayor regulación gubernamental
Barreras para el comercio exterior
Situación económica mundial con incertidumbre
Sistemas de información más eficientes
<b>ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (F-A)</b> <b>¿Cómo podemos usar una fortaleza para minimizar o neutralizar una amenaza?</b>
Diferenciarse de la competencia (A1) mediante una experiencia de usuario superior y diseño intuitivo (F3).
Usar metodologías ágiles (F4) para adaptarse rápidamente a cambios regulatorios y tecnológicos (A2).
Incorporar tecnologías existentes (F1) que reduzcan los costos de infraestructura y mantenimiento (A3).
Usar el carácter multiplataforma (F2) para mantenerse competitivo ante avances tecnológicos de la competencia (A4).
Posicionar la escalabilidad de SPORTANET (F5) como ventaja competitiva frente a competidores más robustos (A5).

<p><b>ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA (D-A)</b></p> <p><b>¿Cómo vamos a trabajar una debilidad para minimizar el efecto de una amenaza?</b></p>
<p>Establecer alianzas estratégicas (D4) para mitigar la entrada de competidores con mayor inversión (A1).</p>
<p>Implementar estrategias de marketing educativo para enfrentar la posible baja adopción inicial (A4).</p>
<p>Buscar inversionistas para cubrir los altos costos de desarrollo y mantenimiento (A3).</p>
<p>Establecer acuerdos tempranos con clubes deportivos para asegurar la adopción de la plataforma (A2).</p>
<p>Diversificar fuentes de financiación (D1) para afrontar los riesgos financieros asociados al rápido crecimiento tecnológico (A5).</p>

	#¡REF!
	ANÁLISIS FODA

## PLANES DE ACCIÓN

Tipo de estrategia	Descripción estrategia
F1:O1	Utilizar el enfoque inicial en golf (F2) para posicionarse rápidamente en el mercado digital deportivo en crecimiento (O1).
F5:O2	Expandir progresivamente la plataforma a otros deportes (F5) para capitalizar la adopción creciente de apps deportivas (O2).
F1,F3:O3	Integrar tecnologías emergentes (O3) que mejoren la eficiencia y calidad del servicio (F1, F3).
F3:A1	Diferenciarse de la competencia (A1) mediante una experiencia de usuario superior y diseño intuitivo (F3).
F4:A2	Usar metodologías ágiles (F4) para adaptarse rápidamente a cambios regulatorios y tecnológicos (A2).
F1:A3	Incorporar tecnologías existentes (F1) que reduzcan los costos de infraestructura y mantenimiento (A3).
D2:O2	Superar la baja visibilidad de marca (D2) mediante estrategias digitales aprovechando el aumento en el uso de plataformas deportivas (O2).
D1:O5	Acceder a programas de apoyo a emprendimientos (O5) para compensar los recursos limitados (D1).
D4:A1	Establecer alianzas estratégicas (D4) para mitigar la entrada de competidores con mayor inversión (A1).
D2:A4	Implementar estrategias de marketing educativo para enfrentar la posible baja adopción inicial (A4).

	<b>Código:</b>	<b>#iREF!</b>
	<b>Versión:</b>	<b>1</b>
	<b>Página:</b>	<b>4</b>
	<b>Fecha</b>	<b>24/09/20</b>

Planes de acción	Responsable
Implementar un cronograma trimestral y semestral para lanzamiento de nuevas líneas de productos	Jesús – Gerente de Marketing
Establecer un cronograma de capacitación técnica al personal operativo de ventas para orientar al cliente e influenciar en su compra	Daniel – Team Leader
Diseñar productos utilizando softwares modernos que muestren las ultimas tendencias y equipos sofisticados de innovación	Heyder – Encargado de Base de Datos
Difundir la marca en los diversos canales: tradicionales y modernos asegurando la calidad del producto y procesos eficientes	Jesús – Gerente de Marketing
Capacitar al personal de forma trimestral y semestral en temas de regulaciones gubernamentales para ajustarse a las exigencias	Daniel – Team Leader
Implementar herramientas de marketing digital (ecommerce, embudo de ventas) que incrementen las ventas de forma gradual	Danilo – Desarrollador
Gestionar las adquisiciones de equipos y maquinarias que reduzcan los tiempos y costos del proceso, así como también incrementen la calidad del producto final	Jesús – Gerente de Marketing
Implementar ISO 9001:2015 y herramientas como lean manufacturing	Daniel – Team Leader
Capacitar al personal de forma trimestral y semestral en temas de regulaciones gubernamentales para ajustarse a las exigencias	Daniel – Team Leader
Implementar herramientas de mejora de bajo costo como 5s, matriz de riesgos y herramientas basicas de calidad	Jesús – Gerente de Marketing

125

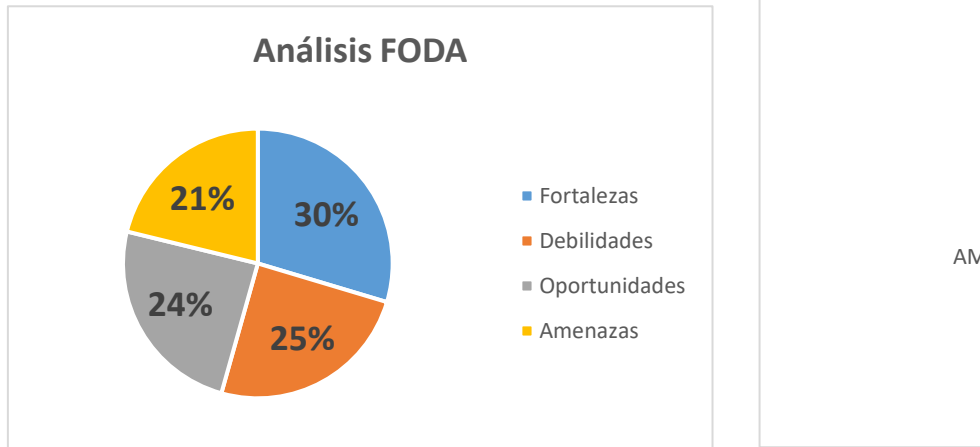
Fecha Inicio	Fecha Fin	Estado
1/09/2025	16/09/2025	En proceso
5/09/2025	20/09/2025	Pendiente
10/09/2025	25/09/2025	En proceso
15/09/2025	30/09/2025	Culminado
20/09/2025	5/10/2025	En proceso
25/09/2025	10/10/2025	Pendiente
30/09/2025	15/10/2025	En proceso
5/10/2025	20/10/2025	Pendiente
10/10/2025	25/10/2025	En proceso
15/10/2025	30/10/2025	Pendiente

**Fecha:** 24/09/2025



	#¡REF!
	ANÁLISIS FODA

## Visión general de los factores internos y externos



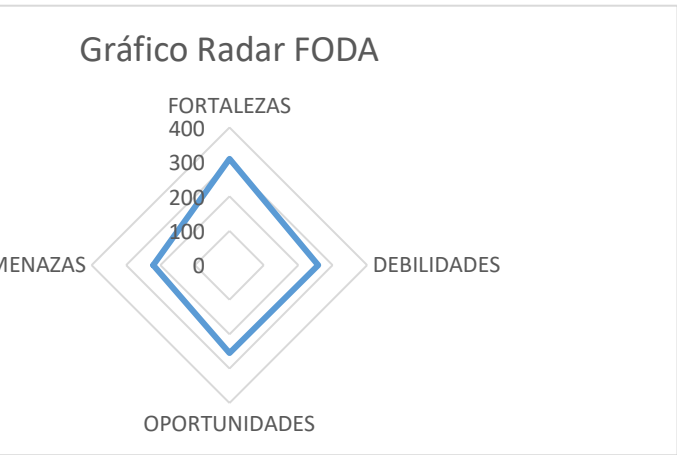
TIPO	%
Fortalezas	30%
Debilidades	25%
Oportunidades	24%
Amenazas	21%

<b>Índice de situación</b>	16%	
----------------------------	-----	--

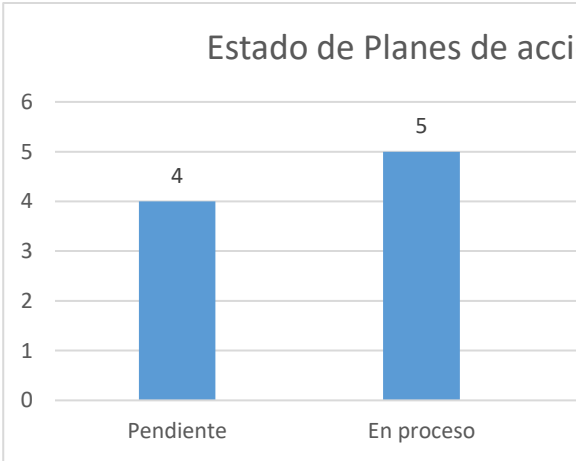
SITUACIÓN	MÍNIMO	MÁXIMO
MUY DESFAVORABLE	-200%	-100%
DESFAVORABLE	-100%	-30%
EQUILIBRIO	-30%	30%
FAVORABLE	30%	100%
MUY FAVORABLE	100%	200%

IS=	$\frac{((\text{Oportunidades} + \text{fuerzas}) - (\text{debilidades} + \text{amenazas}))}{((\text{fuerzas} + \text{fuerzas}) - (\text{debilidades} + \text{amenazas}))}$
-----	---

<b>Código:</b>	<b>#¡REF!</b>
<b>Versión:</b>	<b>#¡REF!</b>
<b>Página:</b>	<b>5</b>
<b>Fecha</b>	<b>#¡REF!</b>



TIPO	PUNTUACIÓN
FORTALEZAS	309
DEBILIDADES	258
OPORTUNIDADES	255
AMENAZAS	221



ESTADO	TOTAL
Pendiente	4
En proceso	5
Culminado	1

FAVORABLE

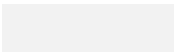
Fortalezas	Tus puntos fuertes son mayores o iguales a tus debilidades, mantén ese buen resultado
Debilidades	Tus debilidades son menores o iguales a tus fortalezas, es buena señal, pero no te conforr
Oportunidades	Tienes más oportunidades que amenazas y eso indica un fururo prometedor, todo lo que
Amenazas	Sus amenazas son menores que sus oportunidades, pero aún así vale la pena analizar sus :

**erzas + oportunidades)+(debildiades+amenazas))x2**

ón

1

Culminado



necesitas hacer es alinear que fuerzas optimizaran las posibilidades de que realmente ocurran