En la pregunta 1 se pide realizar un análisis FODA de Rappi.

FODA

Fortalezas (4):

-Fundada por un equipo con amplia experiencia en emprendimiento e innovaciones.

-Internacional, presente en 9 países en latinoamérica, en más de 250 ciudades, además de tener oficinas en Bogotá, Sao Paulo, y Ciudad de México.

-Diversas funcionalidades en sus servicios, “cortapluma 4.0”.

-Funciona perfecto para los Rappitenderos que usan la aplicación los fines de semana y en la noche.

Oportunidades (4):

-Se considera el primer “unicornio” colombiano, teniendo ventaja siendo de las primeras grandes empresas en surgir en el país.

-Una de las empresas con mayor crecimiento en la región.

-La empresa quiere dar el salto para cotizar en la bolsa.

-Plan de expansión con diversas funcionalidades en la App.

Debilidades (3):

-Su modelo de empleo, genera polémica.

-Modelo de negocio no rentable, depende de su capacidad para levantar capital en rondas de financiación.

-Las ventas de Rappi Colombia cayeron un 32,8% en 2021, se mantiene funcionando gastando capital

Amenazas (7):

-Propuestas hechas por Rappitenderos para mejorar sus condiciones laborales

-Denuncia realizada por la Asociación Sindical de Motociclistas Mensajeros y Servicios.

-Crítica de la Federación Internacional de Trabajadores del Transporte

-Denuncias por fraudes en varios países

-La Superintendencia de Industria y Comercio Colombiana le ordena que respete leyes del comercio electrónico

-Aumento drástico en las tasas de interés e inflación

-Varios países han venido actualizando sus marcos regulatorios antimonopolio

Análisis FODA (matriz) y Conclusión

| - | Fortalezas  4 | Debilidades  3 |
| --- | --- | --- |
| Oportunidades  4 | Maxi Maxi  Ofensiva 4-4 | Mini Maxi  Reorientación 3-4 |
| Amenazas  7 | Maxi Mini  Defensiva 4-7 | Mini Mini  Supervivencia 3-7 |

A partir de la matriz, se observa que la estrategia que Rappi debe seguir es una estrategia defensiva.

Ésta debe utilizar sus fortalezas tales como sus diversas funcionalidades y su lugar de gran importancia en latinoamérica para proteger su integridad como empresa y mantener la ventaja competitiva.

Al mismo tiempo debe minimizar los impactos de las amenazas externas, (tales como las críticas de entidades, protestas de trabajadores, marcos antimonopolios) trabajando para suplir las necesidades regulatorias laborales y de mercado.

Ejemplos de estrategias:

Fortalecimiento de relaciones con sus trabajadores, utilizar su lugar como una empresa de renombre y su historia para afianzar su relación con los Rappitenderos, escuchando sus demandas y tratando de llegar a un punto medio que beneficie a ambas partes.

Diversificación de servicios, Rappi está mejorando y variando sus servicios en la aplicación y debe mostrarle a sus clientes que no es solo una empresa de comida rápida, sino que también de compras, retiro en tiendas, compra de tiquetes aéreos, retiro en efectivo, etc.