

Universidad Central del Ecuador

Título: Análisis FODA Mernstackec





Tema:

Análisis FODA Distribuidora Tapia

Grupo de Estudiantes:

Francisco Cumbal

Jefferson Jacome

Jonathan Vargas

Carrera Sistemas de Información, Facultad de Ingeniería y Ciencias Aplicadas

Curso: SIS10-001

Ing. Nórma Yáñez

12/05/2025



Índice

Contenido

Índice	2
Sumilla	3
1. Antecedentes de la Empresa	3
2. Analisis FODA	4
3. Conclusiones	6
4. Objetivos	6
5. Plan de Acción	7
Bibliografía (Formato IEEE)	8



Sumilla

Este documento presenta un análisis estratégico de la empresa Distribuidora Tapia, incluyendo sus antecedentes, estructura operativa, aplicación de la metodología FODA. El objetivo es identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrenta esta empresa ecuatoriana.

1. Antecedentes de la Empresa

Distribuidora Tapia es una empresa ecuatoriana con más de 35 años de trayectoria en el mercado ferretero local. Desde su fundación, ha enfocado sus operaciones en la comercialización y distribución de productos esenciales para la construcción, el mantenimiento y la agricultura, destacándose por ofrecer mangueras plásticas reforzadas y rollos de plástico como sus principales líneas de producto. Nacida como un emprendimiento familiar, la empresa ha crecido de forma orgánica, consolidando una base de clientes leales gracias a su atención personalizada, cumplimiento en las entregas y precios competitivos. A lo largo del tiempo, ha mantenido una operación tradicional basada en la cercanía con su clientela, construyendo una reputación sólida dentro de su zona de influencia.

2. Análisis FODA

Fortalezas (F)	Debilidades (D)
- Experiencia sólida en el sector ferretero	- Ausencia de presencia en canales digitales
- Relación cercana con los clientes	- Procesos operativos manuales
- Logística propia eficiente	- Capacidad operativa limitada
- Especialización en productos clave del mercado	- Falta de análisis de datos empresariales
Oportunidades (O)	Amenazas (A)
- Implementación de tecnología digital	- Competidores con mayor digitalización y alcance
- Ampliación de cobertura geográfica	- Cambios en las preferencias de los clientes
- Aprovechamiento del comercio electrónico	- Incremento de costos operativos
- Diversificación del portafolio de productos	- Dependencia exclusiva del mercado local

Tabla 1. Matriz FODA de MERNSTACKEC S.A.S., con estrategias resultantes a partir del cruce de factores internos y externos.

Estrategias FO:

- Impulsar la venta de productos clave a través de canales digitales (F4 + O1)
- Ofrecer soporte local para atraer empresas interesadas en digitalización (O1 + F4).

Estrategias DO:

- Desarrollar una página web y redes sociales para ampliar su visibilidad (D1 + O3).
- Digitalizar los procesos de facturación e inventario con herramientas sencillas (D2 + O1).

Estrategias FA:

- Destacar la rapidez y confianza de su servicio frente a empresas grandes (F3 + A1).
- Fidelizar aún más a sus clientes mediante programas de recompensas (F2 + A2).

Estrategias DA:

- Implementar herramientas digitales económicas para enfrentar la competencia tecnológica (D1 + A1).
- Automatizar procesos básicos para reducir el impacto de costos crecientes (D2 + A3).

3. Conclusiones

El análisis FODA de Distribuidora Tapia revela que la empresa posee una base sólida construida sobre más de tres décadas de experiencia, un fuerte vínculo con sus clientes y una logística interna confiable, factores que constituyen una ventaja competitiva significativa dentro del mercado local. No obstante, estas fortalezas pueden verse limitadas si no se actúa frente a debilidades críticas como la falta de digitalización, procesos operativos manuales y la ausencia de herramientas de análisis de datos.

Las oportunidades identificadas ofrecen un camino claro hacia la modernización y el crecimiento, destacando la implementación de tecnología digital, la expansión geográfica y el aprovechamiento del comercio electrónico. Estas oportunidades pueden ser capitalizadas eficazmente si la empresa aborda con decisión sus debilidades internas.

Asimismo, las amenazas externas como la creciente competencia digitalizada, el cambio en los hábitos de consumo y el incremento de costos operativos, exigen que Distribuidora Tapia actúe con agilidad y visión estratégica para mantener su sostenibilidad.

En ese sentido, los objetivos planteados están alineados con las necesidades identificadas, ya que buscan optimizar el control de inventarios, mejorar la gestión de compras, reducir costos operativos y capacitar al personal para adaptarse al entorno digital. Estas acciones permitirán a la empresa aumentar su eficiencia, reducir riesgos y posicionarse favorablemente ante los retos del mercado actual.

4. Objetivos

- En un plazo máximo de 3 meses, se debe implementar un sistema digital de control de inventario que permita reducir en al menos un 25% el tiempo invertido en registros manuales y mejorar la precisión del stock en tiempo real.

- La empresa debe lograr, en un periodo de 4 meses desde la implementación del JIT, una reducción del 20% en el nivel promedio de inventario almacenado, disminuyendo así costos de bodegaje y riesgo de deterioro.
- En un plazo no mayor a 2 meses, al menos el 100% del personal involucrado en logística y administración deberá capacitarse en el uso de herramientas digitales básicas y en los fundamentos operativos del modelo JIT, asegurando una adopción efectiva del sistema.
- En un plazo de 6 meses, se debe optimizar el proceso de compras mediante la implementación de un sistema de pedidos programados, lo que permitirá reducir en un 30% la frecuencia de compras de emergencia y mejorar la coordinación con proveedores clave.

5. Plan de acción.

- Realizar una investigación de mercado en zonas cercanas, lanzar campañas geolocalizadas en redes sociales y establecer convenios con ferreterías en sectores colindantes, evaluando los resultados trimestralmente.
- Diseñar una encuesta de satisfacción para 100 clientes, analizar la retroalimentación y reforzar la comunicación del valor agregado de los productos más demandados.
- Crear un catálogo digital accesible, configurar WhatsApp Business para atención personalizada, capacitar al personal en su gestión y monitorear su uso durante los primeros tres meses.
- Implementar un CRM gratuito para registrar clientes frecuentes, segmentar promociones personalizadas y capacitar al equipo en su uso para fortalecer la fidelización.

- Explorar plataformas de comercio electrónico económicas, ofrecer paquetes promocionales recurrentes y descuentos por compras en volumen, midiendo ingresos trimestralmente.
- Digitalizar el control de inventarios, automatizar registros de entregas y mantenimientos, establecer indicadores clave de uso de recursos y realizar auditorías internas semestrales.
- Identificar tareas repetitivas para automatizar, capacitar al personal en herramientas básicas de automatización y establecer protocolos de gestión de pedidos, inventarios y facturación.
- Identificar y negociar con empresas tecnológicas y logísticas locales para establecer convenios formales, evaluando el impacto en la eficiencia y alcance comercial.
- Realizar un análisis financiero para identificar costos innecesarios, digitalizar procesos como facturación y pedidos, optimizar rutas de entrega y revisar contratos de servicios para renegociaciones.

Bibliografía (Formato IEEE)

- [1] M. V. Beuren, C. R. Gomes Ferreira y P. A. L. Rey, “Modelo de análisis FODA para la gestión estratégica,” *Revista Contabilidade & Finanças*, vol. 21, no. 54, pp. 92-98, 2010.
- [2] Microsoft, “What is Azure DevOps?,” Microsoft Learn. [Online]. Available: <https://learn.microsoft.com/en-us/azure/devops/user-guide/what-is-azure-devops>. [Accessed: Apr. 22, 2025].



- [3] P. Kotler, [Marketing Management](#), 15th ed., Pearson Education, 2015.
- [4] M. E. Porter, [Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior](#), CECSA, 2009.
- [5] E. Ries, [The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses](#), Crown Business, 2011.



Firma de los Integrantes

N.º	Nombre completo	Firma
1	Francisco Cumbal	
2	Jefferson Jacome	
3	Jonathan Vargas	