

ACTIVIDAD 2

EVIDENCIA 2- DIAGNOSTICANDO EL ENTORNO CON DOFA Y DELINEANDO EL PLAN ESTRATÉGICO DE MI EMPRENDIMIENTO

INSTRUCTOR: DIAHANN LINDSAY PALMER ABRAHAMS

APRENDIZ: MAUDY GOMEZ QUINTERO

1. Desarrollo de la matriz DOFA: Teniendo en cuenta la idea de negocio que escogieron para el desarrollo de las evidencias de la actividad 1, deberán identificar aspectos internos como fortalezas y debilidades y aspectos externos como amenazas y oportunidades, y consignarlas en el siguiente cuadro:

DOFA:

| (FORTALEZAS) | (DEBILIDADES) |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">✓ Variedad de productos de alta calidad.✓ Excelente servicio al cliente.✓ Estrategias de marketing efectivas.✓ Ubicaciones estratégicas de las tiendas.✓ Flexibilidad y capacidad de adaptación a las tendencias de moda.✓ Alianzas estratégicas con diseñadores o marcas. | <ul style="list-style-type: none">✓ Competencia intensa en la industria.✓ Dependencia de proveedores.✓ Estacionalidad en las ventas.✓ Inconsistencia en la experiencia del cliente.✓ Gestión del inventario desafiante.✓ Desafíos relacionados con la sostenibilidad y la ética. |
| (OPORTUNIDADES) | (AMENAZAS) |
| <ul style="list-style-type: none">✓ Expansión del comercio electrónico.✓ Personalización y experiencias únicas.✓ Colaboraciones estratégicas.✓ Énfasis en la sostenibilidad y la responsabilidad social.✓ Mercados emergentes con crecimiento económico.✓ Tecnologías de realidad aumentada y virtual para mejorar la experiencia de compra.✓ Programas de fidelización y membresía para aumentar la lealtad del cliente. | <ul style="list-style-type: none">✓ Competencia intensa en el mercado.✓ Cambios rápidos en las tendencias de moda.✓ Crisis económicas que afectan el poder adquisitivo de los consumidores.✓ Disrupciones en la cadena de suministro.✓ Cambios en las políticas comerciales.✓ Evolución del comercio electrónico que afecta el tráfico en tiendas físicas.✓ Presión sobre la sostenibilidad y la ética en la industria de la moda. |

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

2. Establecer estrategias de acuerdo con el cruce de las amenazas/ oportunidades con las debilidades/fortalezas:

| | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|----------------------|---|---|
| OPORTUNIDADES | <ul style="list-style-type: none"> • FO: Utilizar las estrategias de marketing efectivas y la flexibilidad para capitalizar las oportunidades emergentes, como la expansión del comercio electrónico y las colaboraciones estratégicas con diseñadores o marcas. • Aprovechar la variedad de productos de alta calidad y el excelente servicio al cliente para destacarse en mercados emergentes con un crecimiento económico sólido. • Implementar programas de fidelización y membresía para mejorar la lealtad del cliente y aprovechar el énfasis en la sostenibilidad y la | <ul style="list-style-type: none"> • FA: Utilizar las estrategias de marketing efectivas y la ubicación estratégica de las tiendas para mitigar las amenazas de la competencia intensa en el mercado. Esto podría implicar promociones creativas, campañas publicitarias impactantes y una presencia sólida en las redes sociales para destacarse entre la competencia. • Aprovechar la calidad de los productos y la experiencia del cliente para contrarrestar las amenazas de cambios rápidos en las tendencias de moda. Al ofrecer productos de alta calidad y brindar un excelente servicio al cliente, el negocio puede mantener la fidelidad de los |

| | | |
|-----------------|---|--|
| | <i>responsabilidad social.</i> | <i>clientes incluso cuando las tendencias cambian.</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Diversificar la cadena de suministro y mejorar la gestión del inventario para enfrentar las amenazas de interrupciones en la cadena de suministro. Al tener múltiples proveedores y un sistema de gestión de inventario eficiente, el negocio puede minimizar los impactos negativos de cualquier interrupción en la cadena de suministro.</i> |
| AMENAZAS | <ul style="list-style-type: none"> • DO: <i>Capitalizar la oportunidad de expansión del comercio electrónico para abordar debilidades como la dependencia de proveedores y los desafíos relacionados con la gestión del inventario. El comercio electrónico puede permitir al negocio diversificar su cadena de suministro y mejorar la gestión del inventario al</i> | <ul style="list-style-type: none"> • DA: <i>Abordar las debilidades, como la inconsistencia en la experiencia del cliente y los desafíos relacionados con la sostenibilidad, para mitigar las amenazas, como la competencia intensa en el mercado y la presión sobre la sostenibilidad y la ética en la industria de la moda.</i> • <i>Mejorar la gestión del inventario y la estacionalidad en las ventas para enfrentar las amenazas de</i> |

| | | |
|--|--|--|
| | <p><i>acceder a una amplia variedad de proveedores y herramientas de gestión de inventario en línea.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Aprovechar la oportunidad de personalización y experiencias únicas para mitigar debilidades como la inconsistencia en la experiencia del cliente. Al ofrecer servicios de personalización y eventos únicos en la tienda, el negocio puede mejorar la experiencia del cliente y diferenciarse de la competencia, a pesar de las posibles deficiencias en otros aspectos del servicio al cliente.</i> • <i>Utilizar la oportunidad de colaboraciones estratégicas para abordar debilidades como la falta de innovación y la incapacidad para seguir de cerca las tendencias de moda. Al asociarse con diseñadores de renombre o marcas complementarias, el negocio puede obtener acceso a nuevas ideas y tendencias, lo que</i> | <p><i>cambios rápidos en las tendencias de moda y crisis económicas que afectan el poder adquisitivo de los consumidores.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Diversificar la cadena de suministro y reducir la dependencia de proveedores para enfrentar las amenazas de disrupciones en la cadena de suministro y cambios en las políticas comerciales.</i> |
|--|--|--|

| | | |
|--|---|--|
| | <i>puede compensar cualquier falta de innovación interna.</i> | |
|--|---|--|

3. Modelando el plan estratégico: en este punto vamos a definir en la tercera columna el elemento que se encuentre en la primera columna, dando respuesta a la información de la segunda columna:

| ELEMENTO | RESPONDO A LAS PREGUNTAS | DEFINO EL ELEMENTO |
|-----------------|---|---|
| VISIÓN | ¿A dónde quiere llegar? | <i>es llegar a ser reconocidos como líderes en la industria de la moda, tanto en términos de calidad de productos como de compromiso con la sostenibilidad y la satisfacción del cliente. además, aspiran a expandir su alcance a nivel global y a convertirse en una marca que no solo ofrece moda, sino también valores éticos y sociales.</i> |
| MISIÓN | (Definición corta) ¿Cómo alcanzará la visión? | <i>la misión del negocio establece cómo alcanzará la visión al enfocarse en proporcionar productos de alta calidad, estar a la vanguardia de las tendencias de moda, brindar un excelente servicio al cliente y posicionarse como el destino preferido para quienes valoran la calidad y el estilo en su vestuario diario. mediante el cumplimiento de esta</i> |

| | | |
|------------------|--|---|
| | | <i>misión, el negocio puede avanzar hacia su visión de convertirse en líder en la industria de la moda, reconocido por su innovación, calidad y compromiso con la satisfacción del cliente.</i> |
| POLÍTICAS | ¿Cómo atacará las oportunidades, según tendencias? | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Seguir de cerca las tendencias de moda: Establecer una política de seguimiento continuo de las tendencias de moda a través de la participación en ferias comerciales, análisis de mercado, seguimiento de influencers y diseñadores, y estar al tanto de las últimas publicaciones en revistas de moda y redes sociales.</i> • <i>Agilidad en el diseño y producción: Implementar políticas que promuevan la agilidad en el proceso de diseño y producción de nuevas prendas. Esto podría incluir la reducción de los ciclos de desarrollo de productos, la optimización de la cadena de suministro y la inversión en</i> |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p><i>tecnología que permita una producción más rápida y flexible.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <p><i>• Personalización y adaptabilidad: Adoptar una política de personalización y adaptabilidad para satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores. Esto puede incluir la oferta de servicios de personalización de prendas, la creación de colecciones cápsula en respuesta a tendencias emergentes y la capacidad de modificar rápidamente el inventario en función de la retroalimentación de los clientes y las tendencias del mercado.</i></p> <p><i>• Innovación sostenible: Establecer políticas que fomenten la innovación sostenible en el diseño, la producción y la distribución de prendas de vestir. Esto puede implicar la adopción de materiales sostenibles, la</i></p> |
|--|--|---|

| | | |
|---|--|--|
| | | <p><i>reducción del desperdicio en la cadena de suministro, la implementación de prácticas de fabricación éticas y transparentes, y el compromiso con la reducción del impacto ambiental en todas las etapas del proceso.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Colaboraciones estratégicas: Implementar una política de búsqueda activa de colaboraciones estratégicas con diseñadores, influencers, marcas complementarias y plataformas de comercio electrónico. Estas colaboraciones pueden ayudar al negocio a ampliar su alcance, llegar a nuevos segmentos de mercado y mantenerse relevante en un entorno empresarial dinámico y competitivo.</i> |
| RESULTADOS DE DOFA (ESTRATEGIAS) | DOFA Los toma de la Matriz DOFA y las trae a este formulario | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Aprovechar las fortalezas para capitalizar las oportunidades (FO):</i> • <i>Utilizar la reputación de la</i> |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p><i>marca y la calidad de los productos para expandir la presencia en nuevos mercados emergentes.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Implementar estrategias de marketing creativas y personalizadas para aprovechar el crecimiento del comercio electrónico.</i> • <i>Formar alianzas estratégicas con diseñadores de renombre o influencers para ampliar el alcance y la visibilidad de la marca.</i> • <i>Mitigar las debilidades aprovechando las oportunidades (DO):</i> • <i>Mejorar la gestión del inventario y la cadena de suministro para aprovechar la expansión del comercio electrónico.</i> • <i>Implementar programas de formación y desarrollo para el personal con el fin de mejorar la experiencia del cliente y capitalizar la demanda de experiencias únicas en la tienda.</i> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Diversificar la oferta de productos y servicios para compensar las debilidades en ciertas áreas y capitalizar las oportunidades emergentes en el mercado.</i> • <i>Utilizar las fortalezas para abordar las amenazas (FA):</i> • <i>Utilizar estrategias de marketing efectivas y la calidad de los productos para diferenciarse de la competencia y mitigar los efectos de la competencia intensa en el mercado.</i> • <i>Diversificar la cadena de suministro y mejorar la gestión del inventario para hacer frente a las amenazas de interrupciones en la cadena de suministro.</i> • <i>Establecer políticas y prácticas sostenibles para abordar las preocupaciones ambientales y éticas y mitigar los riesgos relacionados con la presión sobre la sostenibilidad y la</i> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p><i>responsabilidad social en la industria de la moda.</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Mitigar las debilidades para evitar o minimizar las amenazas (DA):</i>• <i>Mejorar la gestión del inventario y la estacionalidad en las ventas para minimizar los impactos negativos de los cambios rápidos en las tendencias de moda y las crisis económicas.</i>• <i>Diversificar la cadena de suministro y reducir la dependencia de proveedores para mitigar los efectos de las disrupciones en la cadena de suministro y los cambios en las políticas comerciales.</i>• <i>Mejorar la experiencia del cliente y abordar las debilidades en el servicio al cliente para mitigar los efectos de la competencia intensa en el mercado y mantener la lealtad de los clientes.</i> |
|--|--|---|

| | | |
|------------------|---|---|
| OBJETIVOS | Los defino a corto, mediano y largo plazo | <p><i>Corto Plazo (de 3 a 6 meses):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Incrementar la presencia en redes sociales: Aumentar el número de seguidores en Instagram en un 20% y mejorar la interacción con los clientes mediante publicaciones regulares y contenido atractivo.</i> • <i>Optimizar la gestión del inventario: Implementar un sistema de gestión de inventario para reducir el exceso de existencias y minimizar las pérdidas por falta de stock.</i> • <i>Mejorar la experiencia del cliente en la tienda: Capacitar al personal para brindar un servicio al cliente excepcional, incluyendo asesoramiento de moda y atención personalizada.</i> <p><i>Mediano Plazo (de 6 meses a 1 año):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Expandir la presencia en línea: Desarrollar y lanzar una plataforma de comercio electrónico propia</i> |
|------------------|---|---|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p><i>para ampliar el alcance a clientes fuera de la ubicación física actual.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Lanzar una línea de productos sostenibles: Introducir una nueva línea de prendas de vestir fabricadas con materiales sostenibles y procesos de producción éticos.</i> • <i>Fortalecer las alianzas estratégicas: Establecer colaboraciones con diseñadores emergentes o marcas complementarias para ofrecer colecciones exclusivas y aumentar la visibilidad de la marca.</i> <p><i>Largo Plazo (más de 1 año):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Expandir internacionalmente: Abrir sucursales en mercados internacionales clave para aumentar la presencia global de la marca.</i> • <i>Convertirse en un referente en sostenibilidad: Ser reconocido como</i> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p><i>líder en prácticas sostenibles dentro de la industria de la moda, obteniendo certificaciones de organizaciones reconocidas.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Diversificar el negocio: Explorar oportunidades de diversificación, como la introducción de líneas de productos complementarios (por ejemplo, accesorios, calzado) o la expansión hacia otros segmentos del mercado (por ejemplo, ropa deportiva, moda infantil).</i> • <i>Estos objetivos pueden adaptarse según las circunstancias y las metas específicas del negocio, pero proporcionan una estructura general para establecer metas claras y alcanzables a corto, mediano y largo plazo.</i> |
|--|--|---|