

**Mayra A. Mosquera Gironza**

**C.F.G.S. Desarrollo de Aplicaciones Web**

**Curso 22 - 23**

**Periodo marzo/junio**

**ANEXO I - ESTUDIO DE VIABILIDAD**



DAFO:

Crafty: tienda online de productos artesanales

Descripción del DAFO:

En principio podría compaginarlo con mi actividad laboral y buscar un socio/s

Matriz de factores

<div>  <div>Debilidades</div> </div> <div> <div>  <div>Alta competencia en el comercio electrónico aunque no tanto en el artesanal</div> </div> <div>  <div>Si la plataforma crece en usuarios podría resultar difícil manejar y mantenerla</div> </div> </div>	<div> <div>  <div>Amenazas</div> </div> <div> <div>  <div>  <div>Competidores consolidados en el mercado</div> </div> </div> <div>  <div>  <div>Competidores mas accesibles económicamente</div> </div> </div> </div> </div>
<div> <div>  <div>Fortalezas</div> </div> <div> <div>  <div>Exclusividad de los productos, no se producen en masa y pueden ser personalizados</div> </div> <div>  <div>Creación de comunidad online</div> </div> <div>  <div>Las herremientas elegidas para el desarrollo de la web facilitan la flexibilidad y personalización</div> </div> </div> </div>	<div> <div>  <div>Oportunidades</div> </div> <div> <div>  <div>  <div>Tendencia global hacia lo sustentable</div> </div> </div> <div>  <div>  <div>Al ser una tienda online el mercado es global</div> </div> </div> </div> </div>

## Matriz de estrategias



### Estrategia Adaptativa

### — Expansión geográfica

*Crafty debe aprovechar la facilidad de expansión hacia otros países al ser una tienda online. Esto no solo la beneficiaría por atraer nuevos usuarios sino nuevos diseños y productos de otros países a los que sería difícil acceder de otra forma*



### Debilidades



### Oportunidades



**S** Tendencia global hacia lo sustentable



**E** Al ser una tienda online el mercado es global



### Estrategia Adaptativa

### — Aprovechar la tendencia global hacia lo sustentable.

*Destaca la naturaleza sostenible de los productos artesanales que se ofrecen en la web ayudaría a Crafty a diferenciarse de la competencia, comunicando cómo se producen de manera responsable y utilizando materiales ecológicos*



### Debilidades



### Oportunidades



**S** Tendencia global hacia lo sustentable



### Estrategia Adaptativa

### — Automatización de la plataforma

*Al crecer plataforma crecerá la dificultad para manejarla por lo que Crafty debería automatizar algunos procesos como algunos que ayuden a la gestión de inventario, de atención al cliente, etc.*



### Debilidades



### Oportunidades



Si la plataforma crece en usuarios podría resultar difícil manejar y mantenerla



### Estrategia Defensiva

### — Destacar la exclusividad y personalización de los productos

*La exclusividad y personalización de los productos es un fuerte a destacar que ayudaría a Crafty a posicionarse por encima de la competencia.*



### Fortalezas



### Amenazas



Exclusividad de los productos, no se producen en masa y pueden ser personalizados



**E** Competidores consolidados en el mercado



### Estrategia Defensiva

— Precio - valor

*Los productos artesanales, pueden ser mucho mas costosos que los elaborados en de forma industrial y pueden resultar menos atractivos económicamente. Por eso es importante destacar la autenticidad, calidad y durabilidad de los productos en comparación con otros mas económicos.*



### Fortalezas

Exclusividad de los productos, no se producen en masa y pueden ser personalizados



### Amenazas

Competidores mas accesibles económicamente



### Estrategia Defensiva

— Fomentar la lealtad de los usuarios

*La creación de una comunidad online puede ayudar a fomentar la lealtad de los usuarios y a mejorar la experiencia en la web. Los usuarios ayudarían a crear contenido dinámico y actualizado.*



### Fortalezas

Creación de comunidad online



### Amenazas



### Estrategia Ofensiva

— incentivar la personalización de los productos

*Desarrollar herramientas en la web que ayuden a los compradores a crear diseños o ideas que transmitir a los vendedores para personalizar sus obras*



### Fortalezas

Exclusividad de los productos, no se producen en masa y pueden ser personalizados



### Oportunidades



### Estrategia Ofensiva

— Crear un sistema para garantizar la autoria de los productos

*Desarrollar un sistema, quizá con tecnología Blockchain que ayude a garantiza o acreditar la autoria de los productos artesanales, desde el diseño, modificaciones, creaciones etc.*



### Fortalezas

Exclusividad de los productos, no se producen en masa y pueden ser personalizados



### Oportunidades



Estrategia Ofensiva

— Desarrollo constante

*El uso de herramientas como React o Laravel permitirían llevar a cabo mejoras y personalizaciones constantes.*



Fortalezas



Oportunidades

Las herramientas elegidas para el desarrollo de la web facilitan la flexibilidad y personalización



Estrategia Ofensiva

— Aprovechar las tendencias hacia lo sustentable

*Crafty debe destacar no solo como publicidad sino en la propia web el proceso de producción, el uso de materiales sostenibles, etc, como estrategia para atraer usuarios y conservarlos*



Fortalezas



Oportunidades

Tendencia global hacia lo sustentable



Estrategia Ofensiva

— Estrategía global

*Crafty debe aprovechar que esta completamente orientada a ser una tienda online para crear estrategias personalizadas en diferentes países que no solo atraerá compradores sino vendedores, artesanos, con productos y materiales únicos de cada país.*



Fortalezas



Oportunidades

Al ser una tienda online el mercado es global



Estrategia Ofensiva

— Buscar activamente influenciadores que sean consumidores o vendedores de productos artesanales

*Crear estrategias para conseguir usuarios que sean consumidores o vendedores de productos artesanales con una comunidad propia en redes sociales y que sean reconocidos por seguir una forma de vida sostenible o de preferir este tipo de producción.*



Fortalezas



Oportunidades

Creación de comunidad online



### Estrategia Supervivencia

— Diferenciar y destacar en el mercado online artesanal

*Existe una alta competencia en el comercio online pero de forma global y no tan destacada en el artesanal online, por eso es importante intentar destacar los productos, su producción y el compromiso de Crafty por la sostenibilidad.*



### Debilidades

Alta competencia en el comercio electrónico aunque no tanto en el artesanal



### Amenazas



### Estrategia Supervivencia

— Gestión óptima de los costes operativos

*Es importante optimizar costes para poder hacer frente a la competencia aunque sin comprometer al experiencia de los usuarios (compradores y vendedores)*



### Debilidades



### Amenazas

Competidores consolidados en el mercado

Competidores mas accesibles económicamente



### Estrategia Supervivencia

— Mejora continua de la plataforma



### Debilidades

Si la plataforma crece en usuarios podría resultar difícil manejar y mantenerla



### Amenazas

## Nivel de Importancia del Factor en el Proyecto



Casi irrelevante



Poco importante



Importancia media



Muy importante



Importancia crucial

## Categorías Pestel



Político



Económico



Socio-cultural



Tecnológico



Ecológico



Legal