

# ESTRATEGIAS- MATRIZ DAFO/FODA

**Equipo 06**

**MATERIA**

Emprendimiento e  
innovación

**DOCENTE**

Jhony Pazmiño

**INTEGRANTES DEL EQUIPO:**

Robles Elba

Valverde Sylvia

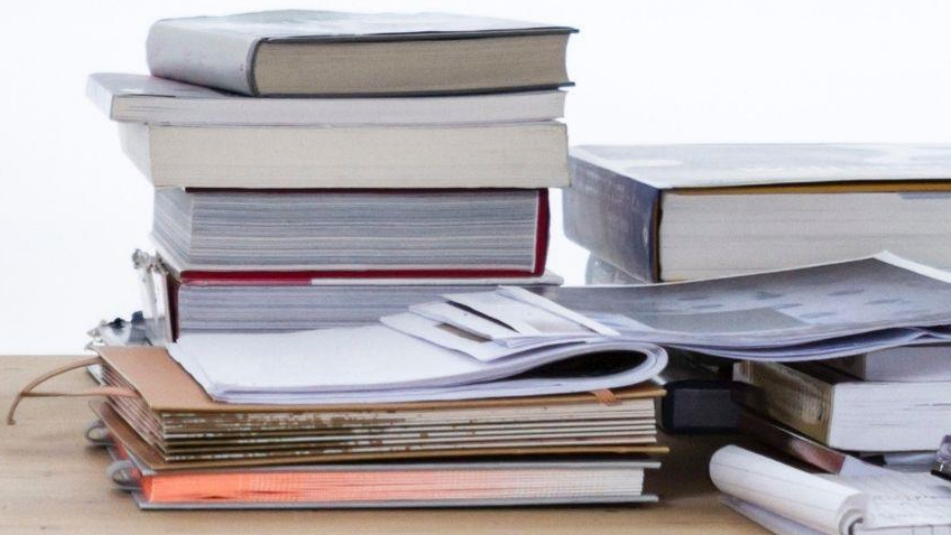
Rosero Diego

Sarche Katherine

Guañuna Sofia

Ramon Silvana

Herrera Julissa



# ACTIVIDAD 1

## ANÁLISIS

ANÁLISIS D.A.F.O. - F.O.D.A.				
Análisis D.A.F.O.				
Empresa: La Universal				
INTERNAS	Pueden generar PROBLEMAS		Pueden generar VENTAJAS COMPETITIVAS	
	<b>D</b>	<b>Debilidades</b>	<b>F</b>	<b>Fortalezas</b>
	1	Perdidas financieras	1	Reconocimiento a nivel nacional
	2	Marketing deficiente	2	Variedad de productos
	3	Servicio deficiente al cliente (distribución)	3	Buen criterio entre los cliente
	4	Canal de autoventa no desarrollado	4	Posicionamiento en el mercado a un 90%
	5		5	
	6		6	
	7		7	
	8		8	
9		9		
10		10		
Procedentes del ENTORNO	<b>A</b>		<b>O</b>	
	<b>Amenazas</b>		<b>Oportunidades</b>	
	1	Estabilidad financiera	1	Buena demanda en el mercado
	2	Inestabilidad de proveedores	2	Introduccion de tecnología
	3	Competencias con otras marcas	3	Posibilidades de alianzas con otra empresas
	4	Productos piratas	4	Ofertas
	5		5	
	6		6	
	7		7	
	8		8	
9		9		
10		10		

# ESTRATEGIAS

Estrategias - MATRIZ DAFO / FODA		
<b>DAFO</b>	<b>Oportunidades</b> Buena demanda en el mercado Introducción de tecnología Posibilidades de alianzas con otras empresas Ofertas	<b>Amenazas</b> Estabilidad financiera Inestabilidad de proveedores Competencias con otras marcas Productos piratas
	<b>Fortalezas</b> Reconocimiento a nivel nacional Variedad de productos Buen criterio entre los cliente Posicionamiento en el mercado a un 90%	
<b>Debilidades</b> Perdidas financieras Marketing deficiente Servicio deficiente al cliente (distribución) Canal de autoventa no desarrollado	<b>Estrategias OFENSIVAS</b>	<b>Estrategias DEFENSIVAS</b>
	1 Ganar cuota de mercado 2 Acciones enfocadas en explotar las oportunidades del mercado 3 Mantener las fortalezas 4 Visión de crecimiento con resultados 5 Plan de negocio agresivo 6 Alianzas estratégicas con otras empresas 7 Potenciar canales de distribución 8 Realizar nuevos lanzamientos de productos 9 Contratar personal calificado en ventas y distribución 10 Campaña agresiva en medios de comunicación	1 Evitar perder la cuota de mercado 2 Acciones enfocadas en afrontar amenazas y mantener fortalezas 3 Ofertar productos bajos en grasa y azúcar 4 Estabilidad laboral en la fuerza de ventas y distribución 5 Fortalecer la estructura de distribución 6 Crear un plan de crédito a puntos de venta 7 Ofertas de productos al consumidor final 8 Presencia en cadenas de distribución al por mayor 9 Consignación de productos 10 Fortalecer la identidad de marca y de precio
	<b>Estrategias REORIENTACIÓN</b>	<b>Estrategias SUPERVIVENCIA</b>
	1 Crédito bancario a largo plazo 2 Crédito con nuestros proveedores 3 Reestructuración del personal 4 Crear un departamento de marketing 5 Medios digitales de publicidad gratuita como Waze 6 Publicidad radial con el efecto de repetición audible 7 Distribuidores a comisión externos 8 Fortalecer el canal de autoventa 9 Venta por teléfono 10 Ofertas de productos de línea económica	1 Ampliar la cantidad de proveedores. 2 Ampliar la calidad de proveedores. 3 Desarrollar un sistema de medición de proveedores 4 Hacer un análisis de la gestión de comprar y cadena de abastecimiento 5 Diseñar un programa de capacitación e incentivos 6 Fideliza a tus clientes. 7 Elige bien a tus clientes para reducir a los clientes de tu competencia. 8 Identifica a los competidores débiles 9 Realiza encuestas a tu cliente 10 Desarrollar y mejorar recursos tecnológicos antipiratas.

# ANÁLISIS DE LA POSICIÓN ESTRATÉGICA

ANÁLISIS de la POSICIÓN ESTRATÉGICA (DAFO)					
<b>Análisis de la SITUACIÓN INTERNA</b>					
	<b>FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO</b>	<b>POSICIÓN</b>	<b>% Importancia para ÉXITO</b>	<b>VALORACIÓN</b>	
<b>F</b> <b>FORTALEZAS</b> pon los factores críticos	1 Tener un plan de negocio agresivo.	MF	8%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	2 Lanzamiento de productos nuevos.	F	12%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	3 Crecimiento en ventas con resultados.	F	9%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	4 Personal calificado.	MF	12%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	5 Cuidar nuestro universo de clientes.	F	9%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
<b>D</b> <b>DEBILIDADES</b> pon los factores críticos	1 No realizamos encuestas a los clientes.	M	15%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	2 Cantidad limitada de proveedores.	D	4%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	3 Estructura de distribución deficiente.	MD	9%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	4 Precios no competitivos.	MD	8%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	5 Falta de alianzas con otras empresas.	MD	14%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
<b>Análisis de la SITUACIÓN EXTERNA</b>					
	<b>FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO</b>	<b>VALOR</b>	<b>% Importancia para ÉXITO</b>	<b>VALORACIÓN</b>	
<b>O</b> <b>OPORTUNIDADES</b> pon los factores críticos	1 Tener una reputación de solidaes financiera	MF	15%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	2 Calificación de la administración	F	6%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	3 Conocimiento del mercado.	M	11%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	4 Experiencia en el control de costos	M	9%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	5 Experiencia en canales de distribución y logística	M	9%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
<b>A</b> <b>AMENAZAS</b> pon los factores críticos	1 Falta de formación y capacitación entre los trabajadores	MF	12%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	2 Interrupción de la cadena de producción	F	8%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	3 Falta de organización empresarial.	M	5%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	4 Mala estrategia en gestión de venta y distribución	D	14%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	5 Comercialización de productos piratas	MF	11%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
<b>Posición Estratégica Actual - FODA</b>					
<div> <div> <div>POSICIÓN FUERTE factores EXTERNOS y DÉBIL INTERNOS</div> <div>POSICIÓN MUY FUERTE en factores INTERNOS y EXTERNOS</div> <div>POSICIÓN MUY DÉBIL en factores EXTERNOS y INTERNOS</div> <div>POSICIÓN FUERTE factores INTERNOS y DÉBIL EXTERNOS</div> </div> </div>					

## **BIBLIOGRAFIAS**

Hoopla digital. (2016). *El anl`isis dafo*. Primento Digital ;Made available through hoopla. De <https://n9.cl/5u095>

Prieto Piña, D. D. (2015). Análisis de los factores del entorno bajo el enfoque de PESTEL y DAFO para el proyecto empresarial “FEQUIMA”: Portal web de maquinarias, equipos y herramientas en Brasil. *Sapienza Organizacional*, 2(3), 129–152.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553056601009>

Sánchez Huerta, D. (2020). *ANÁLISIS FODA O DAFO : el mejor y más completo estudio con 9 ejemplos prácticos*. Bubok Publishing. De <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6hoJEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=dafo+empresa&ots>