

Unidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Unidad de Educación a Distancia



**Integrantes:**

- Kevin Adrian Baño Chaquinga
- María Lorena Álvarez Colcha
- Melanie Vanessa Guerra Carranza (Cordinadora)
  - Allyson Mishell Saldarriaga Carvajal
  - Silvana Maribel Iza Quishpe
  - Tany Daniela Grijalva Nacevilla
- Daverlyn Natividad Zambrano Cajas

**Emprendimiento e Innovación**

**“No hay que ir para atrás ni para darse impulso”**

**(Lao Tsé)**

**Grupo: 7**

**NRC: 6886**

## Desarrollo de la actividad

### Emprendimiento: “Arreglos para todo tipo de ocasión”

ANÁLISIS D.A.F.O. - F.O.D.A.					
INTERNAS	2	riesgo de daños durante la entrega	2	detalles personalizados	
	3	ubicaciones erróneas	3	productos de alta calidad	
	4	cancelación del servicio	4	precios accesibles	
	5	retrasos en las entregas	5	comunicación directa con el cliente	
	6		6		
	7		7		
	8		8		
	9		9		
	10		10		
Procedentes del ENTORNO	A	Amenazas	O	Oportunidades	
	1	la entrada de nuevos competidores en el mercado	1	producto novedoso y variado	
	2	no ser un producto de primera necesidad	2	accesible para cualquier tipo de ocasión	
	3	producto nuevo en el mercado	3	producto dirigido para todo tipo de clientes	
	4	productos perecibles	4	contacto directo con el cliente	
	5	bajo impacto en el mercado	5	servicio a domicilio	
	6		6		
	7		7		
	8		8		
	9		9		
	10		10		

Estrategias - MATRIZ DAFO / FODA			
<b>Fortalezas</b> destinado para cualquier ocasión detalles personalizados productos de alta calidad precios accesibles comunicación directa con el cliente	<b>Estrategias OFENSIVAS</b>		<b>Estrategias DEFENSIVAS</b>
	1	precio accesible	1
	2	producto novedoso	2
	3	producto moldeable	3
	4	producto para compartir en familia	4
	5	producto requerido durante todo el año	5
	6		6
	7		7
	8		8
	9		9
	10		10
<b>Debilidades</b> alta competitividad riesgo de daños durante la entrega ubicaciones erróneas cancelación del servicio retrasos en las entregas	<b>Estrategias REORIENTACIÓN</b>		<b>Estrategias SUPERVIVENCIA</b>
	1		1 detalles personalizados
	2		2 descuentos al por mayor
	3		3 ofertas en ocasiones especiales
	4		4 renovación constante
	5		5 premios sorpresa
	6		6
	7		7
	8		8
	9		9
	10		10

ANÁLISIS de la POSICIÓN ESTRATÉGICA (DAFO)					
	FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	POSICIÓN	% Importancia para ÉXITO		VALORACIÓN
<b>F</b> <b>FORTALEZAS</b> pon los factores críticos	1 destinado para cualquier ocasión	MF	10%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	2 detalles personalizados	F	7%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	3 productos de alta calidad	F	7%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	4 precios accesibles	MF	10%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	5 comunicación directa con el cliente	MF	10%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
<b>D</b> <b>DEBILIDADES</b> pon los factores críticos	1 alta competitividad	MD	10%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	2 riesgo de daños durante la entrega	D	7%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	3 ubicaciones erróneas	M	4%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	4 cancelación del servicio	MD	10%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	5 retrasos en las entregas	M	4%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>

ANÁLISIS de la POSICIÓN ESTRATÉGICA (DAFO)					
Análisis de la SITUACIÓN EXTERNA					
	FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	VALOR	% Importancia para ÉXITO		VALORACIÓN
<b>O</b> <b>OPORTUNIDADES</b> pon los factores críticos	1 producto novedoso y variado	F	8%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	2 accesible para cualquier tipo de ocasión	MF	10%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	3 producto dirigido para todo tipo de clientes	MF	10%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	4 contacto directo con el cliente	F	8%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	5 servicio a domicilio	F	8%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
<b>A</b> <b>AMENAZAS</b> pon los factores críticos	1 la entrada de nuevos competidores en el mercado	MF	10%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	2 no ser un producto de primera necesidad	MF	10%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	3 producto nuevo en el mercado	F	8%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	4 productos perecibles	F	8%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
	5 bajo impacto en el mercado	MF	10%	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>

ANÁLISIS de la POSICIÓN ESTRATÉGICA (DAFO)	
90%	
Posición Estratégica Actual - FODA	
POSICIÓN FUERTE factores EXTERNOS y DÉBIL INTERNOS	POSICIÓN MUY FUERTE en factores INTERNOS y EXTERNOS
POSICIÓN MUY DÉBIL en factores EXTERNOS y INTERNOS	POSICIÓN FUERTE factores INTERNOS y DÉBIL EXTERNOS