

ANEXO 1: SOFTWARE MATRICIAL DOFA

1. MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos)

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTOR EXTERNO

FACTOR CRITICO	PONDERACION	EVALUACION	RESULTADO
OPORTUNIDADES			
TLC'S USA, KOREA; CHINA, CHILE, PERU, triangulo norte	15%	4	0,60
Alianzas con Proveedores	13%	4	0,52
Comercio con China	10%	4	0,40
Intermediación, desarrollo de portafolio de productivos de comercialización sector autopartes	5%	3	0,15
SITP Sistema Integrado de Transporte Publico Bogotá, y otras ciudades	10%	4	0,40
Competencia informal (mercado de reposición y talleres)	4%	3	0,12
Comercialización, nuevos usos al cable de acero importado (sector servicios, sector construcción, automotriz)	10%	4	0,40
Apoyo CCB, proexport, ministerio de industria comercio y turismo, cámaras bilaterales	6%	4	0,24
			-
FACTOR CRITICO	PONDERACION	EVALUACION	RESULTADO
AMENAZAS			
TLC Corea	9%	1	0,09
Implementación de Nuevas Tecnologías	9%	1	0,09
Globalización	8%	2	0,16
Competencia informal	1%	1	0,01
			-
TOTAL	100%		3,18

2. MEFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos)

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTOR INTERNO			
FACTOR CRITICO	PONDERACION	EVALUACION	RESULTADO
FORTALEZAS			
Experiencia en el mercado	15%	4	0,60
Reconocimiento de Calidad	15%	4	0,60
Bunas Relaciones Financieras	15%	4	0,60
Importación Directa	15%	4	0,60
Punto de Venta al detal y de contado	15%	4	0,60
Alto talento humano, fidelización, baja rotación de personal	3%	4	0,12
			-
FACTOR CRITICO	PONDERACION	EVALUACION	RESULTADO
DEBILIDADES			
Certificaciones ISO, Ambiental, OSHAS, BASC	6%	1	0,06
Manejo de Cartera	4%	2	0,08
Planeación Estratégica	5%	1	0,05
Seguimiento a Clientes CRM	4%	1	0,04
Nuevas Tecnologías maquinaria para producción la nuestra es antigua	4%	1	0,04
			-
	100%		3,38

3. MPC (Matriz del perfil de la competencia)

MATRIZ DEL PERFIL DE COMPETENCIA

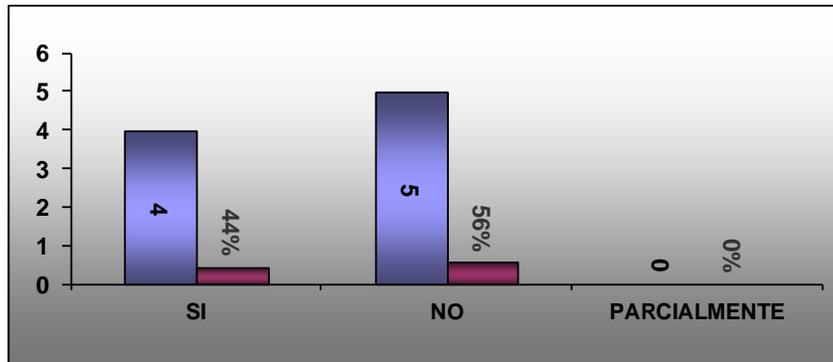
FACTOR CRITICO DE ÉXITO	PONDERACION	GUAYACOL		NAVCAR		GUAYAS B&G		GUAYALRES		GUAYAS BIG-Medellin	
		CALIFICACION	TOTAL	CALIFICACION	TOTAL	CALIFICACION	TOTAL	CALIFICACION	TOTAL	CALIFICACION	TOTAL
PRECIO	16%	4	0,6	4	0,6	1	0,2	3	0,5	3	0,5
ENTREGAS OPORTUNAS	10%	2	0,2	4	0,4	1	0,1	3	0,3	4	0,4
SERVICIO AL CLIENTE	6%	2	0,1	3	0,2	1	0,1	4	0,2	4	0,2
CONDICIONES COMERCIALES	7%	3	0,2	4	0,3	3	0,2	3	0,2	3	0,2
TECNOLOGIAS LIMPIAS	5%	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	4	0,2
PRODUCCION DE TALLA MUNDIAL	5%	2	0,1	4	0,2	4	0,2	3	0,2	3	0,2
CALIDAD	6%	4	0,2	2	0,1	4	0,2	4	0,2	4	0,2
INNOVACION	10%	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1		-
EXPORTACIONES	10%	1	0,1	4	0,2	3	0,2	3	0,2		-
APERTURA DE NUEVOS MERCADOS	7%	2	0,1	3	0,2	3	0,2	3	0,2		-
DIVERSIFICACION DE PORTAFOLIO	6%	1	0,1	3	0,2	1	0,1	4	0,2		-
DESARROLLAR AL EQUIPO COMERCIAL	6%	2	0,1	3	0,2	4	0,2	3	0,2		-
COSTOS	6%	1	0,1	4	0,2	3	0,2	3	0,2		-
	100%		1,9		2,8		1,7		2,5		1,9

4. MEM (Matriz de Evaluación de la Misión)

FACTORES	SI	NO	PARCIALMENTE
<i>CLIENTES (NECESIDADES)</i>	X		
<i>FABRICACION Y COMERCIALIZACION</i>	x		
<i>CALIDAD</i>	X		
<i>SERVICIO</i>		X	
<i>DISEÑO</i>		X	
<i>TECNOLOGIA</i>		x	
<i>COMPROMISO CON EL PAIS</i>	X		
<i>LIDERAZGO DE MERCADO</i>		X	
<i>RENTABILIDAD</i>		x	

ANALISIS

<i>SI</i>	4	44%
<i>NO</i>	5	56%
<i>PARCIALMENTE</i>	0	0%

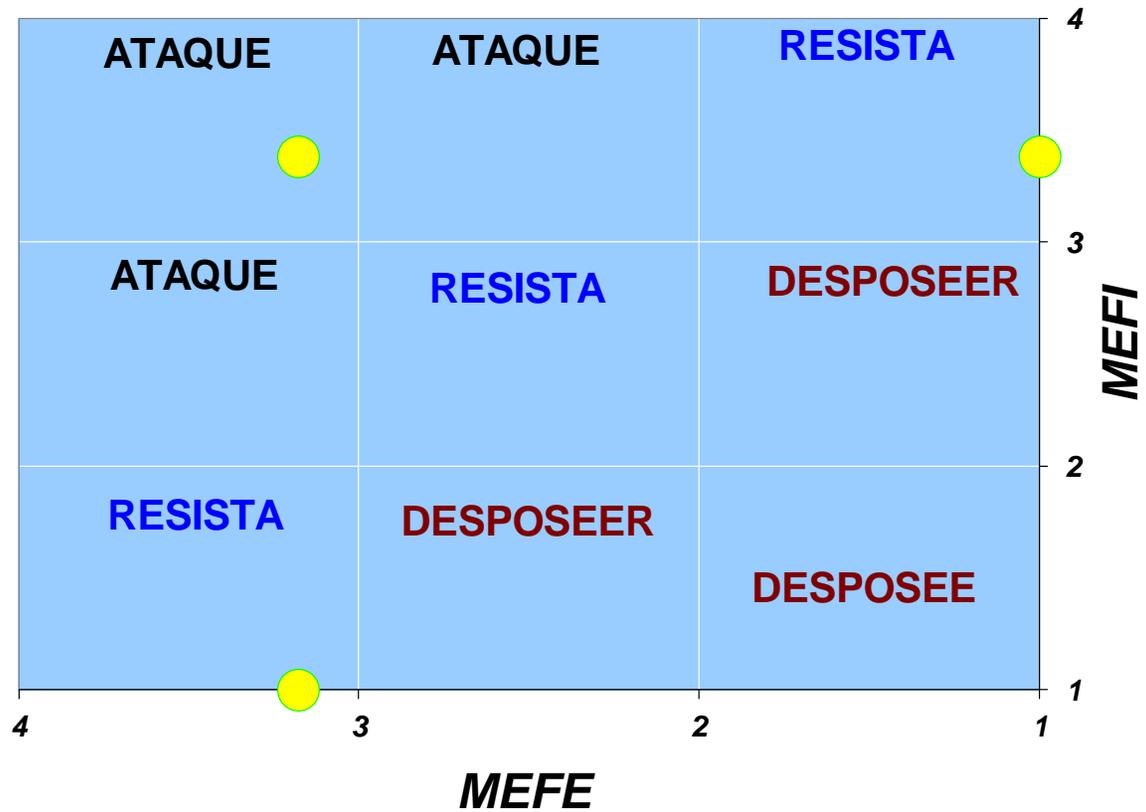


5. MIME (Matriz Interna, Matriz Externa)

MATRIZ MIME (M INTERNA - M EXTERNA)

INFORMACION PARA LA MATRIZ MIME

X	Y
MEFE	MEFI
3,18	1,00
1,00	3,38
3,18	3,38



6. PEEA (Posición Estratégica y Evaluación de la Acción)

INFORMACION PARA LA GRAFICA DE PEEA

	PUNTOS		
	X FF/CN	Y VC/FI	
VENTAJA COMPETITIVA (VC)	-2,40		PROPIA
CLIMA NEGOCIO - RIESGO PAIS (CN - RP)		-4,33	DEL SECTOR
FORTALEZAS INDUSTRIA - ATRACTIVO SECTOR (FI-AS)	4,00		DEL SECTOR
FORTALEZA FINANCIERA (FF)		4,00	PROPIA
	1,60	-0,33	

DETERMINACION VENTAJA COMPETITIVA

-	2,0	SERVICIO TECNICO
-	2,0	CALIDAD DEL PRODUCTO
-	3,0	DISTRIBUCION
-	3,0	SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD
-	2,0	INFRAESTRUCTURA
-	12,0	TOTAL
-	2,4	PROMEDIO

CALIFICACIÓN: -1 (MEJOR), -6 (PEOR)

CLIMA

-	4,0	SEGURIDAD
-	3,0	DEVALUACION
-	6,0	COMPETENCIA DESLEAL
-	13,0	TOTAL
-	4,3	PROMEDIO

CALIFICACIÓN: -1 (MEJOR), -6 (PEOR)

FORT INDUSTRIA

	4,0	PROVEEDORES
	3,0	CLIENTES
	5,0	COMPETIDORES
	12,0	TOTAL
	4,0	PROMEDIO

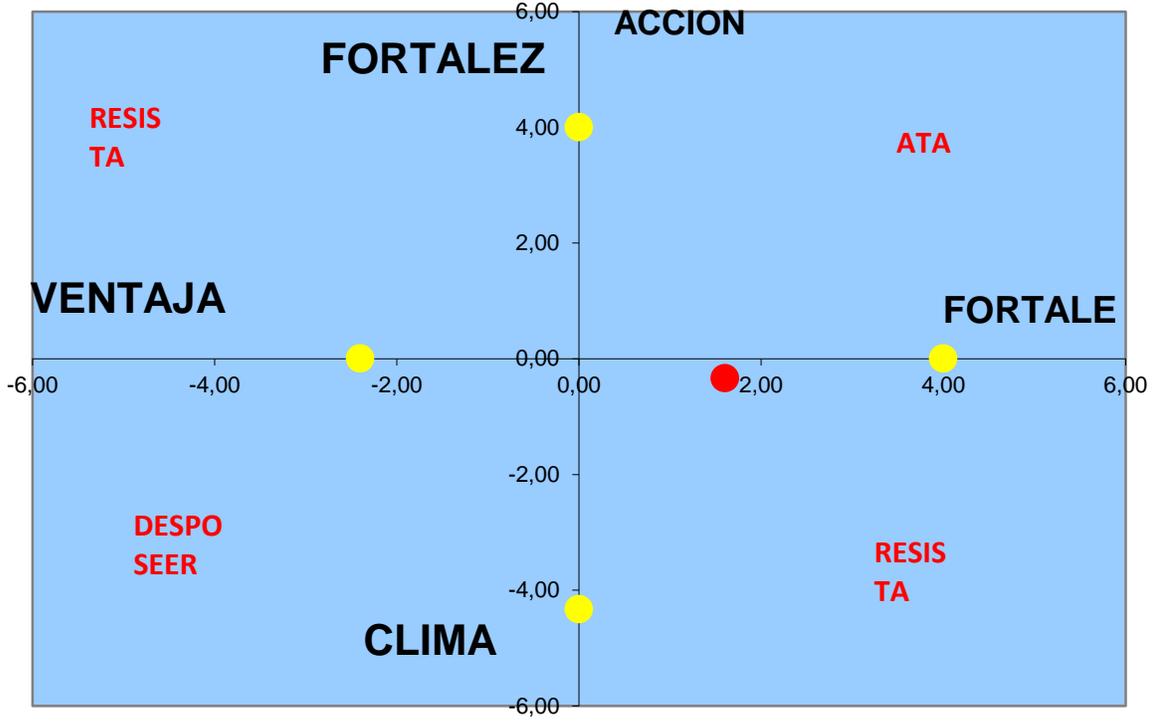
CALIFICACIÓN: 6 (MEJOR), 1 (PEOR)

FORT FINANCIERA

	4,0	LIQUIDEZ
	6,0	ENDEUDAMIENTO
	3,0	RENTABILIDAD
	3,0	ROTACION DE CARTERA
	16,0	TOTAL
	4,0	PROMEDIO

CALIFICACIÓN: 6 (MEJOR), 1 (PEOR)

POSICION ESTRATEGICA Y EVALUACION DE LA ACCION



7. Matriz DOFA

		DEBILIDADES		FORTALEZAS	
	1	Certificaciones ISO, Ambiental, Oshas, BASC	1	Experiencia en el mercado	
	2	Manejo de Cartera	2	Reconocimiento de Calidad	
	3	Planeacion Estrategica	3	Bunas Relaciones Financieras	
	4	Seguimiento a Clientes CRM	4	Importacion Directa	
	5	Nuevas Tecnologias maquinaria para produccion la nuestra es antigua	5	Punto de Venta venta al detal y de contado	
		POSICION (DO)		POSICION (FO)	
OPORTUNIDADES	1	TLC'S USA, KOREA; CHINA, CHILE, PERU, triangulo norte	D1,01 = PENETRACION DEL MERCADO O2,O4,D2 = DESARROLLO DEL MERCADO O3 = DESARROLLO DE PRODUCTO	F1,F3,F4,O3 = DIVERSIFICACION CONCENTRICA F2,F5,01,02,04 = PENETRACION DE MERCADO F1,F3,F4,03 = DESARROLLO DE PRODUCTO	
	2	Alianzas con Proveedores			
	3	Comercio con China			
	4	Intermediacion, desarrollo de portafolio de producticos de comercializacion sector autopartes			
	5	Sitp Sistema Integrado de Transporte Publico bogota, y otras ciudades			
	6	Competencia informal (mercado de reposicion y talleres)			
	7	Comercializacion, nuevos usos al cable de acero importado (sector sector servicios, sector construccion, automotriz)			
	8	Apoyo CCB, proexport, ministerio de industria comerciom y turismo, camaracas bilaterales			
AMENAZAS	1	TLC Corea	POSICION (DA)	POSICION (FA)	
	2	Implementacion de Nuevas Tecnologias	D1,A1 = DIVERCIFICACION CONCENTRICA	F5,A2 = MIXTAS	
	3	Globalizacion	D2,A2 = PENETRACION DEL MERCADO	F1,F3,F4,A1 = DESARROLLO DE PRODUCTO	
	4	Competencia informal			
	5				

8. Estrategias Genéricas

NUM	ESTRATEGIA	DEFINICION	SI
1	INTEGRACION HACIA ADELANTE	ADQUIRIR LA POSESION DE LOS DISTRIBUIDORES Y/O DETALLISTAS	
2	INTEGRACION HACIA ATRÁS	ADQUIRIR LOR PROVEEDORES ESTRATEGICAS	X
3	INTEGRACION HORIZONTAL	ADQUIRIR LA COMPETENCIA	X
4	PENETRACION EN EL MERCADO	TRATAR DE CONSEGUIR UNA MAYOR PARTICIPACION EN EL MERCADO PÁRA LOS PRODUCTOS O SERVICIOS ACTUALES EN LOS SEGMENTOS NUEVOS	X
5	DESARROLLO DEL MERCADO	INTRODUCIR PRODUCTOS O SERVICIOS PRESENTES EN ZONAS GEOGRÁFICAS DIFERENTES O EN SEGMENTOS NUEVOS	X
6	DESARROLLO DE PRODUCTO	MEJORAR O MODIFICAR LOS PRODUCTOS ACTUALES PARA MANTENERLES EN EL MISMO MERCADO	X
7	DIVERSIFICACION CONCENTRICA	INTRODUCCION DE PRODUCTOS O SERVICIOS NUEVOS PERO RELACIONADOS	X
8	DIVERSIFICACION POR CONGLOMERADO	ADQUISICION DE EMPRESAS NUEVAS RELACIONADAS O NÓ CON EL NUCLEO CENTRAL. SI SE RELACIONA CON EL NUCLEO CENTRAL SE DENOMINA DIVERSIFICACION ARTICULADA.	X
9	DESPOSEIMIENTOS	VENDER UNA UEN O UNA PARTE DE ELLA VIA ACCIONARIA. USUALMENTE SE OBSERVA EN CONCLOMERADOS O HOLDINGS.	
10	FUSION	VINCULACION CON OTRA ORGANIZACIÓN, PERDIENDO SU IDENTIDAD LA FUSIONADA Y AMPLIANDO SU TAMAÑO LA QUE FUSIONA	
11	LIQUIDACION	VENTA TOTAL DE UNA EMPRESA QUE NO FORMA PARTE DE UN HOLDING O CONGLOMERADO	
12	ASOCIACION	ALIANZA ESTRATEGICA. USUALMENTE SE OBSERVA CUANDO DOS ORGANIZACIONES SE UNEN PARA EXPLOTAR UN MERCADO. LA UNION ES TEMPORAL, NINGUNA PIERDE SU IDENTIDAD Y GENERAN SINERGIAS	X
13	MIXTAS	MEZCLAS DE VARIAS ESTRATEGIAS GENÉRICAS PARA TRATAR DE LOGRAR UN OBJETIVO, USUALMENTE COMPLEJO	X
14	ADQUISICION	ESTRATEGIA CONDUCTENTE, EN LAS MAYORIA DE LOS CASOS A COMPRAR ACCIONES ENTRE SOCIOS O A TERCEROS.	