

ANEXO B. ANÁLISIS DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Personal comercial y técnico capacitado (Fortaleza mayor) • Banco de prueba que permite ofrecer las mangueras con certificado de prueba hidrostática (Fortaleza mayor) • Disposición para asistencia 24/7 (Fortaleza mayor) • Buena imagen de la empresa frente a los clientes (Fortaleza mayor) • Productos con estándares de calidad internacionales (Fortaleza mayor) • Productos perecederos (Fortaleza mayor) • Importador principal de proveedores (Fortaleza mayor) • DISCORREAS cuenta con un carro taller que permite ofrecer una solución oportuna (Fortaleza mayor) • Taller especializado el cual permite suministrar ensambles (Fortaleza menor) • Amplia experiencia comercial (Fortaleza mayor) • Buen ambiente laboral (Fortaleza mayor) • Convenio con las principales transportadoras del país (Fortaleza menor) 	<ul style="list-style-type: none"> • No pueden competir en el sector con bajos precios (Debilidad mayor) • Alta dirección cerrada al cambio (Debilidad mayor) • Servicio al cliente depende solo del área comercial (Debilidad mayor) • Los salarios no corresponden al cargo, corresponden a la antigüedad del personal (Debilidad mayor) • Poca documentación sobre organización de los procesos y procedimientos (Debilidad mayor) • Falta de certificación en calidad (Debilidad mayor) • Tiempo de entrega de elementos de importación (Debilidad mayor) • Alta rotación del personal (Debilidad mayor) • No seguimiento a clientes (Debilidad mayor)

	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de clientes nuevos (Fortaleza mayor) • Localización, ubicación de locales (Fortaleza mayor) 	
OPORTUNIDADES	Estrategia FO	Estrategia DO
<ul style="list-style-type: none"> • Acceder a nuevas tecnologías (Oportunidad mayor) • Uso de TIC'S (Oportunidad mayor) • Ampliación del mercado internacional (Oportunidad mayor) • Diferenciación de los productos por su calidad (Oportunidad mayor) • Desarrollo de nuevos clientes (Oportunidad mayor) • Tratado de libre comercio (Oportunidad mayor) • Certificación ISO (oportunidad mayor) • Educación continua, opciones para clima laboral 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante la ampliación de uso de las TIC'S y la comercialización por medio de la misma, buscar un incremento en la población objeto para así conseguir más clientes. • Manejo de la cadena de valor por procesos interrelacionados para la obtención de la certificación ISO 9001 lo cual permitirá un incremento en la confiabilidad por parte de proveedores y clientes • Plan de mejora permanente para la verificación de los elementos tecnológico y de maquinaria (Carro) para la disponibilidad de atención 24/7 de Discorreas • Educación continua, manejo de atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio económico sobre los productos comercializados con el fin de obtener opciones de precios con el fin de competir y disminuir en el primer año los clientes perdidos, de tal manera que la alta gerencia tenga nuevas estrategias de comercio y venta. • Estudio y definición de roles, áreas y delimitación de retribuciones por responsabilidades (diferenciación de bonos) • Establecimiento del área de calidad donde se puedan empezar a trabajar continuamente en la certificación por procesos y así dar una nueva perspectiva a la alta gerencia, además de lo que contiene la caracterización de los procesos, seguimiento. • Enfoque en atención al cliente tanto interno como externo mediante la sensibilización y seguimiento del mismo.
AMENAZAS	Estrategia FA	Estrategia DA
<ul style="list-style-type: none"> • Fluctuación del valor del dólar (Amenaza mayor) • Aumento de tasa de inflación (Amenaza mayor) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener información permanente acerca del estado económico y su fluctuación de manera que permitan dar a conocer cambios en el mercado y la comercialización, impuestos o precios y 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de ISO 9001 • Análisis de mercado • Mantener proveedores con estándares de calidad • Establecer estrategias de marketing para así llegar a más población

<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte rivalidad de competidores existente por antigüedad (amenaza mayor) • Empresas comprometidas con precios más bajos (Amenaza mayor) • Competencias por ventas on line (Amenaza menor) • Deudas (Amenaza mayor) • Cierre de empresas clientes (Amenaza mayor) • Cierres empresas proveedores de productos (Amenaza mayor) • Perdida de tratado de comercio con Estados unidos (Amenaza mayor) • Catástrofe natural (Terremoto/inundación) • Aumento de impuestos (amenaza menor) • Demandas por alteración en productos entregado (Amenaza mayor) 	<p>tomar acciones frente a los mismos con el área encargada.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumentar mi población objeto posibles clientes mediante el conocimiento de productos y servicios a través de fuentes de información en línea • Fortalecer el enfoque a riesgos dentro de los Sistemas de gestión de la calidad y Sistema de seguridad y salud en el trabajo. • Establecer educación continua y actividades encaminadas al manejo de los eventos por catástrofe natural. • Mediante la sensibilización mantener la importancia de la implementación de un SGC para mantener la comercialización de productos de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentar las acciones tomadas frente a los cambios percibidos • Ampliación de mercado para comercialización y descubrimiento de nuevas estrategias de compra e importación para la agilización de mercancías. • Análisis de solicitudes trimestrales que permitan dentro de la importación traer mercancía que sostenga el abastecimiento de los mismos para evitar tiempos largos de espera (En casos donde aplique) • Mantener el ambiente laboral que permita a los interesados mantener la educación continua y la mejora en la atención al cliente.
--	--	---