

		CARROCERÍAS ERGOBUS		FECHA: 07/06/2023
		SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN		CÓDIGO: CE-F 06
		FORMATO: MATRÍZ DOFA		VERSIÓN: 01
Nº	ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1	Experiencia en RUP desde 2016 (Licitación Pública)	No se cuenta con Página Web y es bajo el posicionamiento en la internet.	No existen otras empresas fabricantes de unidades móviles en Boyacá	Fluctuación incesante del dólar
2	Inscripción ante el Mintransporte contando con HQ RUNT para homologación de carrocerías	No se cuenta con un fuerte músculo financiero para contratar por montos superiores a 400 millones de pesos sin anticipo.	Facilidad de compras internacionales por página web (accesorios y equipos)	Aparición de nuevos competidores debido a la demanda
3	Experiencia en Fabricación de carrocerías desde 1993	Índice de endeudamiento no competitivo.	Tendencia creciente en la demanda de unidades móviles para diferentes usos.	Corrupción en contratación de las entidades estatales
4	Amplio portafolio de Productos para Unidades Móviles	Falta apoyo comercial para visita de clientes potenciales	Nuevas políticas gubernamentales de llegar a sitios apartados.	Cambios futuros en la normatividad por parte de los Ministerios de Transporte y Salud
5	Conocimiento y aplicación de las normas inherentes a la fabricación de carrocerías para unidades Médicas (Ambulancias y Unidades Médico-odontológicas)	Corto tiempo en el mercado de unidades móviles (2 años)	La importación de unidades móviles es muy baja.	Problemas de orden público en las zonas rurales
6	Infraestructura y equipos necesarios para la fabricación de unidades móviles.	La marca no es aún conocida a nivel nacional	Posibilidad de exportar unidades móviles, especialmente ambulancias.	Inseguridad en las carreteras de Colombia
7	Herramientas de diseño y experiencia para su manejo	Falta de estrategias para proteger la información de los productos.	Necesidad de empresas licitadoras de nuevos fabricantes de unidades móviles.	Efectos de las guerras en cuanto a la disponibilidad de componentes básicos para la fabricación de insumos en Colombia.
8	Buena relación con Proveedores de materiales especializados para la fabricación de carrocerías.	Área de desarrollo de nuevos elementos funcionales no definida.	Posibilidad de entrar a concursar en licitaciones públicas a través del SECOP	Falta de disponibilidad de chasis en el país para poder fabricar las unidades.
9	Identificación de proveedores de equipos especializados para la dotación de unidades móviles.	No se cuenta con procedimientos de control de calidad bien definidos.	Disponibilidad de empresas en Duitama para tercerizar algunos procesos	Fuerte competencia en capitales del país que absorben la mayor parte de los negocios de sus regiones.
10	Canales digitales efectivos para el acercamiento de clientes potenciales.	No se tiene un cronograma de actividades definido para proyectos nuevos (prototipos)	Disponibilidad de la mayoría de insumos en la región, y cercanía con Bogotá.	Costos elevados de transporte de insumos a causa de nuevas políticas de precio de combustibles.
11	Área comercial definida	Falta de canales de comunicación internos efectivos para la definición de cada proyecto.	Aparición de nuevas alternativas para generación de energía.	
12	Se cuenta con terceros especializados en diferentes áreas de fabricación.	Falta de políticas claras y suficientes con los clientes.	Apoyo de la Cámara de Comercio, SENA, Universidades y otras entidades para mejorar los procesos de la empresa.	
13		No se tiene conocimiento en exportación de los productos.	Facilidad creciente de encontrar información a través de la web	
14		No se tiene conocimiento en importación directa de insumos y/o equipos		
Revisó:			Aprobó:	

		CARROCERÍAS ERGOBUS		FECHA: 20/06/2023
		SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN		CÓDIGO: CE-F 14
		FORMATO: ESTRATEGIAS MATRIZ DOFA		VERSIÓN: 01
Nº	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1	Mejorar los medios de publicidad y comercialización del producto terminado para aumentar la posibilidad de ser primera opción en Boyacá para licitaciones públicas	Formalizar el portafolio de productos y darlo a conocer a los clientes como referente de punto diferenciador frente a los nuevos competidores	Diseñar una campaña de concienciación referente a la importancia de las unidades móviles como medio para llegar a zonas de difícil acceso apoyado en Cámara de comercio, SENA y universidades	Crear una estrategia financiera que permita la reducción del endeudamiento de la empresa, haciendo un replanteamiento de precios para mejorar su nivel de competitividad
2	Dar a conocer por medio de campañas publicitarias la adaptabilidad al cambio referente a políticas públicas y normativas gubernamentales	Reforzar la adquisición de productos de alta calidad con proveedores locales para ser competitivos en carreteras con cierta inseguridad y la importación de productos	Crear un protocolo de pedidos de insumos extranjeros con apoyo de páginas web, en busca de la reducción de costos de envío	Realizar un cronograma de actividades para la creación de proyectos que gracias a su organización evite la pérdida de negocios o licitaciones públicas
3	Fortalecer el entorno tecnológico de la empresa para darse a conocer de manera comercial por diferentes medios digitales		Asignar una persona como apoyo comercial, que permita enriquecer campos como tercerización de trabajos o licitaciones públicas.	Generar estrategias comerciales con proveedores locales, en busca de mejorar los precios y disminuir los tiempos de entrega de los proyectos
4	Reforzar los lazos con proveedores para, por medio de la disminución de precios, llegar a ser más competitivos en licitaciones públicas a través del SECOP			Realizar un constante control de calidad de los procesos, la comunicación interna y el desarrollo de proyectos, que permita de esta manera ser competitivos frente a empresas en las principales ciudades del país