

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Direccionamiento estratégico: misión, visión y objetivos estratégicos definidos.	1. Pago a través de las tarjetas bancarias (no implementado)
	2. Tareas y responsabilidades claras, para el cumplimiento del objetivo	2. Dificil adaptación al cambio
	3. Diferenciación con la competencia: la organización cuenta con un amplio inventario y rotación de productos	3. Implementación del servicio de instalación y mantenimiento de cerraduras digitales
	4. Área de logística de la organización: se tienen claro los procesos de la entrada y salida de las mercancías	4. Trabajadores especializados no certificados
	5. Estabilidad financiera de la empresa	5. Alta rotación del cargo de domiciliario
	6. Implementación de tecnologías: software contable y máquina para hacer llaves de seguridad	6. Inadecuada selección de personal
	7. Servicio al cliente: ofrecer servicios alternos como plomería, cerrajería y electricidad (colaboradores especializados)	7. Ubicación: alto nivel de competencia, dentro de la localización de la ferretería
	8. Alto conocimiento (intercambio de conocimientos) y experiencia del gerente sobre el sector de ferreterías	8. Empresa no sistematizada: pérdida de información del cliente potencial, pérdida de información valiosa, ineficiencia en inventarios
	9. Preocupación por conocer las necesidades y expectativas de los clientes	9. Administración inadecuado de los recursos
	10. Uso de página web y redes sociales	10. Dificultad de las pyme para competir con grandes plataformas.
	11. Actividades de logística inversa	
	12. Buena relación con proveedores (depende el grado de actualización del negocio)	
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Factores demográficos	F12-O1 El crecimiento de la población incentiva la inversión en el sector de la construcción, principal locomotora de las ventas de ferreterías. Por lo tanto, se debe fortalecer las alianzas comerciales con proveedores de este sector y estar al tanto de las estimaciones del consumo de materiales de	D3-O1-O10 Creación de valor compartido-valor agregado: Posibilidad a largo plazo de realizar una agremiación, que permita conseguir posicionamiento en el mercado, ahorro al comprar productos, el acceso a capacitación especializada y la posibilidad de asumir gastos conjuntos. Una

	construcción para el año en curso (2018): artículos de hormigón, cemento y yeso; productos metálicos para uso estructural; materiales no metálico; materiales de arcilla, tuberías de PVC.	posibilidad en el mercado es convertirse en distribuidor oficial de Yale en Colombia, que permitirá a Electroceraduras la 85 ofrecer al cliente cerraduras de calidad a precios más bajos que los del sector.
2. Patrón de consumo y gasto	F9-O2 Estar en constante aprendizaje acerca de lo que está buscando el cliente en el sector, debido a que las necesidades y expectativas están en cambio constante. F8-F9-O2 Fortalecer la investigación de mercados, se convierte en una herramienta de identificación de oportunidades de negocio que generen un diferencial al resto de las ferreterías de "barrio" y grandes superficies.	D4-O2 Debido a las exigencias del mercado, la organización debe buscar capacitaciones que certifique a los colaboradores en su especialidad. D9-O2 Administración más cuidadosa de los recursos. Lo anterior, se puede lograr por medio del análisis semestral de índices financieros.
3. Crecimiento de la economía del país/crecimiento del sector construcción	F8-F3-O3 Valor agregado: Personal idóneo y excelencia en los productos y servicios: implementación de procesos en sistemas de gestión de calidad y seguridad y salud en el trabajo, aprovechando el conocimiento de los líderes de la organización. F7-F8-F9-O3 Ampliar el nicho de mercado de la organización, lo anterior a través de la propuesta alianzas productivas estratégicas con el fin de beneficiar las partes interesadas.	D7-O3 Aprovechar el crecimiento del sector de la construcción y la ubicación de la organización para fortalecer la venta de productos como: cemento, arena, ladrillo, masillas, pintura. D10-O3 La organización debe comenzar el estudio de importación para productos del sector ferretero: para las pyme es clave identificar los beneficios y desventajas de empezar el proyecto, además de aspectos importantes como país de importación (idioma, cultura, religión, etc...), políticas económicas, calidad de los productos, productos novedosos (estudio de mercado), precios, entre muchos otros aspectos que se deben tener en cuenta para la gestión del proyecto.
4. Gran participación de la ferreterías pyme en el producto interno del país	F1-O4 Al tener la organización el direccionamiento estratégico claro, se convierte en una ventaja competitiva, de este modo se debe seguir una mejora continua de los procesos para fortalecer el sector de las pymes ferretera y ser ejemplo para otras organizaciones. En consecuencia el sector va a seguir aportando al producto interno del país.	D1-O4 Para poder ser una organización competitiva y aportar al crecimiento del sector, se debe buscar opciones de pago para los clientes.
5. La facturación electrónica proporcionará un entorno competitivo de las pequeñas y medianas empresas frente a grandes plataformas	F6-F3-O5 Estar a la vanguardia tecnológica: para vender más y mejor la organización debe crear una sinergia entre la contabilidad, inventario, presupuestos y estrategia de ventas.	D8-O5 Inversión en software que permiten automatización del negocio, agilidad y calidad en el proceso de ventas y la atención personalizada para el cliente, la cual es fundamental para el fortalecimiento de las MIPYME frente a las grandes superficies

6. Pymes como fuente de creación de empleo-apoyo del gobierno a pymes		D5-D6-O6 Para generar empleos estables se necesita de un análisis y diseño acertado de los puestos de trabajo y selección del personal.
7. Nueva legislación en seguridad y salud en el trabajo	F7-O7 Disminuir los riesgos de accidentes, mejorar el bienestar y desarrollo de los colaboradores por medio de la implementación del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo. Como consecuencia, los colaboradores estarán motivados y los clientes recibirán un mejor servicio (satisfacción).	
8. Incursión de las pymes en la web 2.0.	F10-O8 Aprovechar el auge de las redes sociales para potencializar la marca de la organización. Lo anterior debe estar apalancado con la construcción de la identidad corporativa (comunicación) F5-O8 Al ofrecer servicios alternos, da la posibilidad de vender productos o herramientas especializadas, como es el caso de Ferricentro. Ahora bien, esta incorporación se puede apalancar con la promoción de los nuevos productos y/o servicios por la página web.	D8-O8 Aumento de las ventas: desarrollo de estrategias que optan por la utilización de bases de datos y ventas consultivas, avanzando hacia el usuario focalizado (individual).
9. Niveles de escolaridad de colaboradores, proveedores y clientes inciden en el sector	F5-O9 Promover la capacitación y aprendizaje constante de los colaboradores. Por lo tanto, la organización debe generar los espacios y apoyo financiero oportunos para que los colaboradores puedan desarrollarse académicamente.	D4-O9 Aprendizaje continuo: tomar alternativas de formación empresarial como el proyecto de "Escuela de ferreteros", iniciativa que cuenta con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), donde el aprendizaje adquirido ha fortalecido los sistemas de gestión y contabilidad del negocio.
10. Adaptación del sector a entornos cambiantes: características de los compradores, tecnologías, entre otros.	F10-O8 El servicio debe seguir mejorando: Es necesario pensar en términos de productividad, para agilizar procesos logísticos y operativos, y continuar profesionalizando el sector.	D4-O10 Tendencia en crecimiento: comercialización y mantenimiento de cerraduras digitales y electrónicas, debido a que ofrece soluciones avanzadas y se adapta a las diferentes necesidades de los consumidores (seguridad, comodidad y satisfacción a los diferentes espacios de oficinas, hogares, locales).
11. Posición del país frente a la inversión en investigación y desarrollo afecta al crecimiento del sector	F2-O11 La innovación se desarrolla desde la cultura de la organización, desarrollo de los productos y servicios (procesos) y la adopción de nuevas ideas. La organización debe aprovechar espacios académicos para investigar y generar nuevo conocimiento. Según (Fierros, 2018) la innovación se logra en el sector ferretero a la hora de diseñar los procesos internos y externos de cada organización; Además, reinventado la forma en cómo llegar a sus clientes.	D2-D7-D8-O11 Estrategias de diferenciación: creación de valor compartido (asociación con otras organizaciones). Implementación de la metodología de integración de sistemas de gestión de calidad y seguridad y salud en el trabajo. Implementación del software contable y facturación electrónica.

12. Los productos comercializados por el sector ferretero se están convirtiendo en amigables con el medio ambiente. Nueva legislación que aporta al sector ferretero (Gestión Ambiental de residuos como las luminarias)	F11-O2 Desarrollar programas medioambientales/Apostar a las energías renovables, ofreciendo productos como paneles solares fotovoltaicos (transformar la energía solar en electricidad).	
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Aspectos económicos: nivel actual de inflación, aumento del IVA, ventas del comercio minorista disminuyeron durante el año 2017		D3-A1 Para disminuir las barreras que produjo el aumento del IVA en el año 2017, la organización debe enfocarse en las 4R de la reinversión: * relevancia: fortalecer el área de (peticiones, quejar y reclamos). * Relación: precio-calidad en productos y servicios, generando satisfacción en el cliente. * Recompensa: identificando a los clientes más fieles y ofreciendo opciones de financiación y/o promociones. * Reducción de esfuerzos: implementar estrategias para agilizar el tiempo de compra y los medios de pago (nuevo formato).
2. Alta concentración del sector ferretero-consolidación del canal moderno	F10-A2 Uso de herramientas digitales, el e-commerce y la evolución en distribución y exhibición de productos	D2-D8-A2 Para poder competir con las grandes superficies o canal moderno se debe tener estrategias para la implementación de los sistemas de inventario, fortalecimiento de procesos internos, fidelización del cliente (tendencias de comportamiento del mercado ferretero el cual gira a la construcción).
3. Incremento de competencia externa (llegada de grandes ferreterías)	F7-A3 La ferretería familiar de comercio al por menor es indispensable en la cultura Colombiana, considerando que los clientes perciben están pequeñas organizaciones más amables con el servicio, además de ser de fácil acceso al ubicarse cerca a los hogares o trabajos. Por lo tanto, la organización debe seguir trabajando en mejorar el servicio al cliente.	
4. Poder de negociación de los proveedores con grandes superficies de ferretería (venta de productos exclusivos)	F8-A4 A través de la trayectoria de la organización en el mercado, generar buenas relaciones comerciales con los proveedores para tener acceso a información de nuevos productos en el mercado, financiación y asociación.	
5. Poder de negociación de los clientes al tener fácil y rápido acceso a la información	F9-A5 Actualmente, la organización desarrollo una investigación a través de una encuesta semiestructurada, para conocer la satisfacción de los clientes de la ferretería. Por lo tanto, la organización debe seguir buscando formas de	

	recolectar información actualizada de las necesidades de los clientes.	
6. Vida útil de los productos (obsolescencia programada)	F11-A6 Recibir bombillería dañada para hacer el debido reciclaje. Desde esta perspectiva, fortalecer la imagen social de la organización.	
7. Diferenciación de productos	F3-A7 La estrategia actual de la organización se basa en la diversificación concéntrica, que es la adición de productos o servicios nuevos, pero relacionados (Fred, 1997). Por lo tanto se está ofreciendo productos de papelería, de acuerdo a las necesidades del cliente. Es necesario, que los líderes de la organización sigan desarrollando estrategias de diversificación y diferenciación.	D2-A7 Participar en ferias, congresos y encuentros del sector ferretero. Lo anterior, aumentara el conocimiento en la organización, ya que en estos lugares se puede observar las nuevas tendencias, oportunidades de negocio y datos estratégicos.
8. Poder de negociación de las grandes superficies	F3-A8 El éxito de una marca está asociado a factores que van mucho más allá de sus precios. Específicamente en el sector ferretero, los proveedores se enfrentan a un público cada vez más exigente, que busca argumentos consistentes para decidirse por una marca. Por lo que Electrocerraduras la 85 cuenta con variedad en su inventario para ofrecer siempre la mejor opción de acuerdo a la necesidad del cliente final.	
9. Contrabando-Mercado negro	F8-A9 Buscando la unión del gremio para enfrentar problemáticas como el contrabando y falsificación de marcas, con el fin de mantener productividad y competitividad en el sector.	
10. Escasez de insumos y materias primas	F3-F5-F8-F9-F12-A10 Creación de estrategias como promociones o variedad en el inventario, las cuales disminuyan el impacto del precio en caso de escasez de materias primas.	