

Taller Semana 7

Matrices EFI, EFE y Análisis DOFA

ARZUZA JIMENEZ JORGE AMARILDO, BOLIVAR GINA ALEXANDRA, MORENO
VALENCIA DIANA CAROLINA, RANGEL BURCHARDT YIRA MERCEDES

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

BOGOTÁ

GERENCIA Y PLANEACION

FEBRERO 2020.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION.....	3
1. MISION.....	4
2. VISION.....	4
3. MATRIZ EFE	4
4. MATRIZ EFI	5
5. HOJA DE TRABAJO DOFA	6
6. MATRIZ DE ANALISIS DOFA.....	7
7. DESCRIPCIÓN DE LA FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA	8
6. BIBLIOGRAFIA.....	8

INTRODUCCION

Las matrices estratégicas EFE; EFI y DOFA son un conjunto de herramientas analíticas las cuales nos ayuda a seleccionar la táctica adecuada a cada uno de los productos/servicios de la empresa o a cada una de sus líneas o unidades de negocio además nos permite realizar una auditoría interna de la administración de la organización, permitiendo analizar la efectividad de las estrategias aplicadas y conocer con detalle su impacto; dentro del instrumento nos permite evaluar las fortalezas y debilidades más relevantes en cada área y así formular nuestras estrategias que sean capaces de solventar, optimizar y reforzar los procesos internos.

La principal ventaja es que nos permiten representar de un solo vistazo una clasificación de nuestras debilidades fortalezas, amenazas y oportunidades, permitiendo comunicarlo al resto del equipo de una manera sencilla, visual y fácil. A su vez que nos permiten simular el impacto de una estrategia que nos da una visión global e integral de la verdadera situación empresarial que sirve para tomar las decisiones oportunas y apropiadas a cada situación que se presente, y probablemente sean muy pocas situaciones que tomen por sorpresa a las empresas.

El objetivo de este taller es mostrar las estrategias EFE, EFI y DOFA de la empresa NESTLÉ y realizar la formulación de la estrategia que a nuestro parecer la más adecuada para esa importante empresa alimentaria.

1. MISION

Nuestra razón de ser es llevar al consumidor productos alimenticios de alta calidad y valor agregado a precios competitivos, donde sea, como sea y cuando sea.

Nestlé actúa en todo el mundo sobre el principio "Good Food, Good Life", ("Buen alimento, buena vida"). Estas 4 palabras son la síntesis conceptual de la filosofía de Nestlé.

La Nutrición fue la piedra angular sobre la cual fue fundada y hoy Nestlé, líder mundial en alimentación, está evolucionando para convertirse en la compañía mundial de Nutrición, Salud y Bienestar.

2. VISION

Ser la empresa de Alimentos, Bebidas, Nutrición, Salud y Bienestar más respetada y confiable del Uruguay. En el camino hacia nuestra visión, nos aseguraremos que nuestras acciones estén basadas en los cuatro pilares estratégicos de la Compañía. Pondremos un énfasis especial en la velocidad y disciplina de la ejecución, teniendo siempre al consumidor en el centro de todo lo que hacemos.

3. MATRIZ EFE

OPORTUNIDADES			
VARIABLES O FACTORES EXTERNOS	Peso Relativo	Factor de Clasificación	Peso Ponderado
Uso de las mejores tecnologías, en base a la comunicación y relación con otras empresas Nestlé a nivel mundial	0,05	3	0,15
Expansión en otros segmentos del mercado	0,07	4	0,28
La creciente demanda de productos alimenticios más saludables	0,05	3	0,15
Alcanzar los precios más bajos del mercado	0,03	2	0,06
Crear planes sociales y conciencia por el medio ambiente	0,04	3	0,12
Enfocarse en áreas que pueden incrementar las ventas	0,05	3	0,15
Mantener su posicionamiento en el mercado	0,05	3	0,15

Seguridad y confianza de los compradores.	0,04	3	0,12
Ventas por internet	0,02	2	0,04
Control sobre las materias primas	0,05	2	0,1
AMENAZAS			
VARIABLES O FACTORES EXTERNOS	Peso Relativo	Factor de Clasificación	Peso Ponderado
Alta Rotación de mano de obra calificada y no calificada	0,03	4	0,12
Inflación	0,04	2	0,08
Aumento en la Tasa representativa del mercado (TRM / Devaluación)	0,07	3	0,21
Normatividad vigente aplicable	0,05	2	0,1
Situación social del país como marchas, paros, grupos armados, entre otros.	0,05	3	0,15
Índice de Pobreza	0,03	2	0,06
Entrada de nuevos competidores	0,04	2	0,08
Aumento costos de Transporte de insumos y producto final	0,06	4	0,24
Riesgos Salud Pública	0,04	2	0,08
Mayor oferta que demanda	0,03	2	0,06
Aumento Precio Materias primas	0,07	4	0,28
Mayor publicidad de la competencia	0,04	3	0,12
Total	1	2,77	2,9

4. MATRIZ EFI

Fortalezas			
Factor clave del éxito	Valor	Clasificación	Valor ponderado
Empresa con muchos años en el mercado	0,07	4	0,28
Reconocimiento a nivel mundial	0,08	4	0,32
Fuerte presencia en el mercado	0,08	4	0,32
Musculo financiero	0,04	4	0,16
Variedad de productos dirigidos a diferente nichos	0,04	3	0,12
Canales de distribución propios	0,06	4	0,24
utilización de ventas por internet	0,04	3	0,12
Capacidad de análisis de cambios en los mercados	0,05	4	0,2
Debilidades			
Factor clave del éxito	Valor	Clasificación	Valor ponderado
Mala relación entre accionistas	0,03	2	0,06

Límite de financiación	0,04	2	0,08
Falta de apertura de nuevos productos	0,06	2	0,12
Decisiones inadecuadas	0,09	2	0,18
Capacitación ineficiente	0,09	2	0,18
Falta de comunicación interna	0,1	2	0,2
Mala administración de dinero	0,03	2	0,06
Apatía con el personal	0,05	2	0,1
Falta de dirección estratégica	0,03	2	0,06
Falta de estrategia Email marketing	0,02	2	0,04
Total	1	2,78	2,84

5. HOJA DE TRABAJO DOFA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Tecnología	Rotación de mano de obra
Expansión	Inflación
Demanda de productos	Aumento TRM/Devaluación
Precios bajos	Normatividad
Plan social y medio ambiente	Situación social del país
Incremento de ventas	Índice de pobreza
Posicionamiento de mercado	Nuevos competidores
Seguridad y confianza de los compradores	Aumento de costos
Ventas por internet	Riesgo salud publica
Control sobre las materias primas	Mayor oferta que demanda
	Aumento Precio Materias primas
	Mayor publicidad de la competencia
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Empresa con muchos años en el mercado	Mala relación entre accionistas
Reconocimiento a nivel mundial	Límite de financiación
Fuerte presencia en el mercado	Falta de apertura de nuevos productos
Musculo financiero	Decisiones inadecuadas
Variedad de productos dirigido a diferentes nichos	Capacitación ineficiente
Canales de distribución propios	Falta de comunicación interna
Utilización de ventas por internet	Mala administración de dinero
Capacidad de análisis de cambios en los mercados	Apatía con el personal
	Falta de dirección estratégica
	Falta de estrategia Email marketing

6. MATRIZ DE ANALISIS DOFA

ANALISIS DOFA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Tecnología	Rotación de mano de obra
	Expansión	Inflación
	Demanda de productos	Aumento TRM/Devaluación
	Precios bajos	Normatividad
	Plan social y medio ambiente	Situación social del país
	Incremento de ventas	Índice de pobreza
	Posicionamiento de mercado	Nuevos competidores
	Seguridad y confianza de los compradores	Aumento de costos
	Ventas por internet	Riesgo salud publica
	Control sobre las materias primas	Mayor oferta que demanda
		Aumento Precio Materias primas
	Mayor publicidad de la competencia	
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
Empresa con muchos años en el mercado	*Inversión en desarrollo de productos de bajo costo *Inversión en ventas al detal vía internet con domicilios *Desarrollo de tecnologías para disminución de impacto al medio ambiente en la elaboración de productos	*Posicionamiento de Marca *Desarrollo de Campañas publicitarias destacando su compromiso hacia la salud, nutrición y bienestar *Trabajar en conjunto con proveedores y aliados para reinventar los productos y generar valor compartido. *Posicionarse en canales digitales
Reconocimiento a nivel mundial		
Fuerte presencia en el mercado		
Musculo financiero		
Variedad de productos dirigido a diferentes nichos		
Canales de distribución propio		
Utilización de ventas por internet		
Departamento de I+D atentos a cambios en mercado		
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
Mala relación entre accionistas	*Realización de un plan que subsane las falencias a nivel administrativo y logístico de Nestlé *Creación de un plan de	*Establecer lineamientos y estándares para la toma de decisiones entre directivos.
Límite de financiación		

Falta de apertura de nuevos productos	mercadeo que detone los productos y la imagen de Nestlé.	* Estructurar un plan financiero y acciones para el control y manejo adecuado de los recursos. * Establecer un cronograma de capacitaciones * Diseñar una estrategia de marketing de acuerdo a la necesidad y con nuevos productos abarcando todos los medios * Desarrollar un programa de responsabilidad social
Decisiones inadecuadas	* Asesoramiento con expertos en SST y	
Capacitación ineficiente	psicología organizacional, ingeniería de calidad para la	
Falta de comunicación interna	captación, reclutamiento y convocatoria de personal adecuado a las necesidades de Nestlé.	
Mala administración de dinero	* Contratación de personal experto en el diseño e implementación de	
Apatía con el personal	imágenes estratégicas y emblemas corporativos	
Falta de dirección estratégica		
Falta de estrategia Email marketing		

7. DESCRIPCIÓN DE LA FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA

En base al análisis DOFA realizado a la empresa Nestle se establecen dos estrategias principales una enfocada al producto, cliente y proveedores y otra enfocada a la responsabilidad social y ambiental.

Diseñar una estrategia de marketing enfocada a su compromiso con la salud, nutrición y bienestar, trabajando en conjunto con proveedores y aliados para reinventar productos y generar valor compartido, crear nuevos productos y abarcar canales digitales

Integrar prácticas de negocio sostenibles a lo largo de toda la cadena de valor implementando tecnologías para la disminución del impacto al medio ambiente en la elaboración de productos y contribuir con la responsabilidad social

6. BIBLIOGRAFIA

- López Romero Jezrrel Fortalezas y Debilidades de una empresa ¿Tienes alguna?

<https://www.100negocios.com/fortalezas-y-debilidades-de-una-empresa#debilidades>

- Nestle Colombia <https://www.nestle.com.co/conocenos/principios-corporativos>

- Maite Nicuesa. 7 febrero 2019

<https://www.psicologia-online.com/fortalezas-y-debilidades-de-una-empresa-con-ejemplos-4385.html>

- Matriz de evaluación de factores internos (Matriz EFI – MEFI). Tomado: <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-internos-mefi/>
- Matrices estratégicas. Tomado: <https://www.competitividadyestrategia.com/matrices-estrategicas.html>
- ¿Para qué sirve la matriz DOFA? Tomado: <https://www.gerencie.com/para-que-sirve-la-matriz-dofa.html>
- Business strategy hub <https://bstrategyhub.com/nestle-swot-analysis-2019-swot-analysis-of-nestle/>