

Revisión Entregable N 3 Analisis de la competencia y Analisis DOFA Aprendiz Johan Catherine Hurtado 13/05/2020

Calificación: 1 Muy Débil 2 Débil 3 Fuerte 4 Muy fuerte

5. Desarrollo del análisis DOFA de su proyecto.

| Debilidad                                                                                                      | Oportunidad                                                                                                                                 | Fortaleza                                                                                                                              | Amenaza                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• ser nuevos en el sector</li> <li>• No ser Dueños Del Local</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar empleos</li> <li>• Ampliar la Cartera</li> <li>• Mejorar la Atención Al Cliente</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena Ubicación</li> <li>• Variedad de servicio</li> <li>• Instalaciones adecuadas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia</li> <li>• Mal Manejo de personal</li> <li>• Mala Propaganda hecha en Local</li> </ul> |

www.SENA.edu.co

3. Identificar los clientes potenciales:

Una vez realizado dicho estudio de mercado notaremos la existencia de **principales tipos de clientes potenciales**, diferenciados por medio de sus posturas hábitos de compra. Estos hábitos incluyen:

1. La frecuencia de sus compras; dando
2. El volumen de sus compras; de acuerdo al producto, tamaño, precio y pedido se decide la cantidad que se elaboran
3. Su grado de influencia; alto.

Una vez identificados debe diseñar una de las siguientes herramientas, las cuales se diligencian dependiendo del tipo de cliente que se haya identificado: (página 52 de documento)

4. Análisis de la Competencia:

El análisis de la competencia es el análisis de las capacidades, recursos, estrategias, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades y demás características de los actores o instituciones concurrentes de una actividad, para analizarlos con el

WhatsApp chat interface showing a list of participants:

- Wilmer Gonzalez Becerra (Tú)
- Wilmer Gonzalez Becerra
- chica pentecostal
- Wilmer Gonzalez Becerra

WhatsApp chat interface showing a list of participants with profile pictures:

- Wilmer Gonzalez Becerra (Tú)
- Wilmer Gonzalez Becerra
- chica pentecostal
- Wilmer Gonzalez Becerra