

**HALLAZGOS CF1 PROGRAMA**  
**MODELO\_PLANEACION\_ESTRATAGICA\_NEGOCIOS\_ELECTRONICOS\_21720033**

**Revisado por: Diego Villanueva**  
**Fecha de revisión: 15/04/2026**  
**Reporte de hallazgos: 17/04/2026**  
**Revisión de ajustes: XX/04/2026**  
**Aprobado: XX/04/2026**

**1. Observaciones generales**

**Componente formativo 1**

**1.1. Observaciones**

**1.1.1. Recurso: CF1 (PDF)**

**Hallazgo:** se debe cambiar la palabra “síntesis” por “transcripción”, ya que el video tiene el texto al pie de la letra como lo narra el video.

**PDF: Pag 2**



**Video 1.** Comercio electrónico y análisis organizacional



[Enlace de reproducción del video](#)

**Síntesis del video:** Comercio electrónico y análisis organizacional

Estimado aprendiz, le damos la bienvenida al componente formativo titulado:  
Comercio electrónico y análisis organizacional.

### 1.1.2. Recurso: CF1 (PDF)

**Hallazgo:** se sugiere ampliar mas el espaciado para tener mejor orden y no llegar a confundir con las otras viñetas

**PDF: Pag 36 y 37**

- Disponibilidad de herramientas digitales de bajo costo para marketing.
- Tendencia hacia la automatización de procesos comerciales.

#### Amenazas (A)

- Competencia de grandes plataformas internacionales consolidadas.
- Incremento de costos logísticos y de transporte.
- Cambios en normativas relacionadas con protección de datos.
- Riesgos asociados a ciberataques y fraudes electrónicos.
- Alta sensibilidad del consumidor al precio y a los tiempos de entrega.

#### • Formulación de estrategias DOFA

##### Estrategias FO (fortalezas + oportunidades)

- Utilizar la plataforma móvil y el catálogo innovador para ingresar a nuevos mercados regionales interesados en tecnología para el hogar.
- Aprovechar herramientas digitales de bajo costo para posicionar la marca en redes sociales.

##### Estrategias DO (debilidades + oportunidades)

- Implementar sistemas básicos de analítica web para conocer mejor el comportamiento del cliente.

36

##### Estrategias DA (debilidades + amenazas)

- Diversificar proveedores para reducir riesgos de desabastecimiento.
- Estandarizar procesos de postventa para disminuir reclamos y devoluciones.

#### • Análisis estratégico del DOFA

El análisis DOFA de ClickNova Digital S.A.S. evidencia que la empresa cuenta con una base tecnológica adecuada y una propuesta de valor alineada con las tendencias del mercado digital. Sin embargo, enfrenta retos relacionados con el posicionamiento de marca y la gestión interna de información. La formulación de estrategias permite orientar acciones concretas para fortalecer su competitividad, mejorar la experiencia del cliente y garantizar su sostenibilidad en el entorno del comercio electrónico.

#### 5.5. Análisis del perfil competitivo MPC

El análisis del perfil competitivo (MPC) es una herramienta estratégica complementaria al DOFA que permite comparar a una organización con sus principales competidores, identificando fortalezas y debilidades relativas frente al mercado. A

**1.1.3. Recurso: CF1 (PDF)**

**Hallazgo:** Se debe corregir el uso de negrita en la palabra señalada

**Ruta:** Pag 36