**Ofki**

Visión: Un sueño a muy largo plazo

Entregar ropa deportiva de alta calidad que le dé un VA a cada persona que la compre

Misión: Lograr en 5 años que la ropa outdoor de Ofki sea conocida a nivel nacional

Obj General: Logra en dos años ser reconocidos y para ello logar incrementar mis ventas con una participación del 12% del mercado

Obj Esp: Lograr alianzas para distribuir e producto en diversas regiones

Meta: buscar distribuidores

PEST

Político

(-) Ley de 40 horas

(-) Ley sueldo mínimo

(-) ley nueva del iva

(+) Ley que permite internet gratuito en lugares publico

Económico

(+) rebaja de tasa de interés

(+ o -) variaciones del dólar

(-) Inflación

(-) aumento del desempleo

(+) aumento del turismo nacional

Social

(+) las personas les encanta practicar viajar a lugares extremos

(+) actividades de montañismo

(+) las personas son muy consumista a nivel nacional

(-) aumento de la delincuencia

(+) las personas les gusta comprar por internet

Tecnológico

(+) los avances tecnológicos permiten creación de ropa outdoor

(+) los avances tecnológicos permiten vta online

(+) Mk digital

**FODA**

**Fortalezas**

Experiencia del dueño

Capital

Contactos

Prestigio de sus creaciones

Productos de Calidad

Mk gratuito

**Oportunidades**

A las personas cada vez les gusta comprar más por internet

El crecimiento del Mk digital

La cantidad de distribuidores a nivel nacional

interés por parte de las personas con actividades de montañismo

El desarrollo tecnológico permite confecciones de alta calidad

El turismo cada año aumenta

**Debilidad**

Precios más caros que la competencia

Aún no es reconocida esta nueva marca

Por ser mayor el líder podría no tener ideas novedosas

Mucho Productos terminados que trae aumento del costo de bodega

Mala Cultura organizacional

Malos canales de comunicación

**Amenazas**

El mercado está saturado de productos outdoor

Aumento de la delincuencia

La Competencia es muy agresiva

Aumento del costo de mano de obra

Aumento de cyber ataques

Baja sustancial por problemas de salud

variaciones del dólar

Conclusión

De acuerdo al análisis desarrollado y la información obtenida se puede decir que el Sr. Lippi debe seguir potenciando su Mk gratuito en base a su prestigio sin gastar aún en bodegas, y teniendo acciones que eviten caer en amenazas

Matriz de FODA

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Fortalezas 6 | Debilidades 1 |
| Oportunidades 4 | FO Ofensiva 6-4E maxi Maxi | DO Reorientación 1-4E Mini Max |
| Amenazas 2 | FA Defensiva 6-2E Maxi Mini | DA supervivencia 1-2E Mini Maxi |

**Estrategia genérica**

Enfoque de diferenciación

**Estrategia de crecimiento**

**Intensiva o penetración**

**Análisis de 5 Fuerzas**

Industria: Productos Outdoor

Ciclo de vida: Madurez

ANE: Debido a que la industria se encuentra en madurez y las barreras son altas el riesgo es bajo y la rentabilidad es alta

PAP: los proveedores para la industria son fragmentados porque aquí se contabiliza la tecnología, los fabricantes de MP en el extranjero etc, lo que me da un riesgo bajo y una rentabilidad esperada alta

PAC: Los clientes son fragmento ya que estos son de una gran variedad en todo Chile , es un público general al que apunta la industria riego bajo rentabilidad esperada alta

Sustitutos: Estos son muchos porque están toda la ropa que cubre la necesidad pero con otra tecnología más barata, los que me que el poder de sustitución es bajo, lo que implica un riego bajo y una rentabilidad alta

Rival de la industria: por encontrarnos en una etapa de madurez la competencia es muy agresiva lo que da un riesgo alto y una rentabilidad esperada baja

|  |  |
| --- | --- |
| Riesgo  | Rent |
| Bajo  | alto |
| Bajo  | alto |
| bajo | alto |
| Bajo  | Alto  |
| alto | bajo |

Aquí podemos decir que la industria es atractiva, pero el indicador de RI que debo preocuparme, ya que la competencia es agresiva y ya no existe espacio para más competidores, lo que aconseja que el que se arriesgue debe tener un VA agregado por algo más, en este caso es el prestigio del Sr. Lippi y sus contactos