

**Nombre de alumnos: Rodríguez López  
Layzsa**

**Nombre del profesor: Lic. Darely Ruiz**

**Nombre del trabajo: plan estratégico**

**Materia: desarrollo de pequeñas y  
medianas empresas**

**Grado: 9**

**Grupo: A**



## SabroSalsa

### ❖ ¿Quiénes somos?

Somos una empresa productora y comercializadora de salsas caseras envasadas, nos dedicamos a vender tradición calidad y autenticidad en cada una de nuestras botellas.

### ❖ Visión

Tenemos muy clara nuestra visión; nuestra empresa crecerá hasta el punto de llegar a ser una empresa líder en el mercado nacional de salsas caseras envasadas y esperando la continua expansión hasta llegar a mercados internacionales y llevar ese sabor tradicional mexicano de las salsas a cualquier parte del mundo.

### ❖ Misión

Nuestra misión es brindar a las familias salsas envasadas de muy alta calidad y con la autenticidad de la tradicional cocina mexicana, buscamos facilitar la preparación de otros alimentos para que sea accesible a todos los consumidores.

### ❖ Valores

- Integridad:
  - Pensar, hablar y actuar de manera congruente.
  - Saber reconocer errores.
  - actuar de manera constante.
- Respeto
  - reconocer y apreciar el trabajo de los demás
  - brindar un trato digno a todos.
  - saber escuchar opiniones y aceptar las diferentes formas de pensar.
- Lealtad
  - ser fiel a la empresa y buscar identificarse con ella.
- Responsabilidad
  - Asumir los compromisos así como cumplir con los deberes y obligaciones en tiempo y forma.



❖ Análisis interno

- Fortalezas

1. Conseguimos sabores auténticamente caseros sin utilizar ningún tipo de químicos o aditivos artificiales.
2. Tenemos contacto directo con los proveedores en huertos de jitomates, cebollas cilantro y chiles.
3. Contamos con un organigrama estratégico que ayuda a mejorar las relaciones con todo nuestro equipo de trabajo.
4. Nuestro equipo de trabajo le es fiel a la empresa.

- Debilidades

1. Por el momento una de nuestras debilidades es la deficiencia de nuestro inventario ya que no tenemos un control debido en esta cuestión, lo que nos ocasiona conflicto en el almacén y al momento de surtir pedidos.
2. No contamos con la capacidad de producción requerida.
3. Carecemos de publicidad activa en las redes sociales y nos afecta en no darnos a conocer lo suficiente.
4. Al ser una empresa joven actualmente nuestros precios se encuentran por encima de los competidores.

❖ Matriz de evaluación de Factores Internos (MEFI)

	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
<b>Fortalezas</b>			
1. Sabor autentico	0.05	4	0.2
2. Contacto directo con proveedores.	0.07	3	0.21
3. Organigrama estratégico	0.03	3	0.09
4. Equipo de trabajo fiel a la empresa	0.06	3	0.18
<b>subtotal</b>	<b>0.21</b>		<b>0.68</b>
<b>Debilidades</b>			
1. Deficiencia de inventarios	0.3	1	0.3
2. No hay capacidad de producción requerida.	0.09	1	0.09
3. Carencia de publicidad	0.03	2	0.06
4. Precios por encima de la competencia	0.37	1	0.4
<b>subtotal</b>	<b>0.79</b>		<b>.85</b>
<b>total</b>	<b>1.0</b>		<b>1.53</b>



## ❖ Estrategias

1. Crear una página web oficial de la empresa donde los clientes puedan acceder con facilidad donde se encontrarán información relevante, por ejemplo: quienes somos, que les ofrecemos, nuestro contacto directo, algo de cómo es nuestra producción, alguna sección de comentarios para que las personas puedan expresar sus opiniones.
2. De ninguna manera podemos seguir operando sin cuentas en Instagram y Facebook, vamos a aprovechar esta grandiosa herramienta de publicidad que llega a miles y millones de personas y de este modo darnos a conocer al público debido.
3. En la parte del inventario la sugerencia es asignarle la tarea a una misma persona encargada de los almacenes y que él o ella sea el único que revise esa cuestión. Este empleado será capacitado antes para esta tarea.
4. Sin duda alguna podemos denotar fácilmente que el problema principal de la empresa está en los precios por encima de la competencia, para esto se sugiere hacer un recorte de personal, teniendo únicamente las personas que si son necesarias para el funcionamiento de la empresa ahorrara gastos en salarios. Como segunda sugerencia a este problema es buscar a más proveedores, no quedarnos solo con uno cuando podríamos ampliar las opciones.
5. Si analizamos las fortalezas y debilidades nos podemos dar cuenta de que aun cuando los precios son elevados a comparación de la competencia, existe una gran demanda y existen dificultades para cubrirlas. Para esto se le sugiere la compra de insumos materiales que se utilizan para poder elaborar el producto. Aunque esto pueda sonar un poco contradictorio con la recomendación anterior, podríamos darle vida a esta idea si se le elabora un nuevo Organigrama para reasignar tareas a los empleados que la empresa tenga después del recorte de personal.