



2. Avances Tecnológicos	0.15	3	0.45	
3. Competencia	0.20	2	0.40	
4. Cambios Legales	0.10	3	0.30	
5. Tendencias del Consumidor	0.25	4	1.00	
6. Economía	0.20	2	0.40	
Suma	18	3.95		

La matriz EFE se confecciona considerando los factores clave que pueden afectar a la empresa en su entorno. En este caso, se han seleccionado seis factores clave y se les ha asignado un peso que indica su importancia relativa para la empresa. Luego, se califica cada factor en una escala del 1 al 4, donde 1 representa una debilidad y 4 una fortaleza. Por último, se calcula el puntaje ponderado multiplicando la calificación por el peso asignado a cada factor. La suma de los puntajes ponderados nos da un puntaje total de 3.95.

## 2. Matriz MPC (Matriz de Posicionamiento Competitivo)

La matriz MPC es una herramienta utilizada para posicionar a la empresa en relación con sus competidores en el mercado. Esta matriz identifica las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que enfrenta. A continuación, se presenta una matriz MPC para la empresa XYZ:

Factores Clave	Puntaje Interno	Puntaje Externo
1. Calidad del Producto	3	4
2. Innovación	4	3
3. Eficiencia Operativa	3	2
4. Relaciones con los Clientes	4	3
5. Estrategia de Marketing	3	2
6. Capacidad Financiera	4	3
Suma	21	17

La matriz MPC se confecciona considerando los factores clave para la empresa en relación con sus competidores en el mercado. En este caso, se han seleccionado seis factores clave y se les ha asignado un puntaje interno y otro externo. El puntaje interno evalúa la posición de la empresa en relación con estos factores, mientras que el puntaje externo evalúa la posición de los competidores en relación con los mismos factores. Luego, se suman los puntajes internos y externos para obtener un puntaje total de 21 y 17, respectivamente.

## CONCLUSIÓN

El análisis realizado mediante las matrices EFE y MPC nos permite tener una visión más clara y detallada del entorno de la empresa XYZ. A través de la matriz EFE, identificamos los

factores externos que pueden afectar a la empresa, como los cambios demográficos, los avances tecnológicos, la competencia, los cambios legales, las tendencias del consumidor y la economía. Por otro lado, la matriz MPC nos permite evaluar la posición competitiva de la empresa en relación con sus competidores, considerando factores clave como la calidad del producto, la innovación, la eficiencia operativa, las relaciones con los clientes, la estrategia de marketing y la capacidad financiera.

Estos análisis nos permiten identificar las oportunidades a las que la empresa puede aprovechar, como los cambios demográficos favorables y las tendencias del consumidor en su industria. Además, nos ayudan a identificar las amenazas a las que se enfrenta, como la competencia y los cambios legales. Asimismo, nos permiten evaluar las fortalezas de la empresa, como la calidad del producto y las relaciones con los clientes, así como las debilidades, como la eficiencia operativa y la estrategia de marketing.

En resumen, el análisis del entorno de la empresa XYZ a partir de las matrices EFE y MPC nos brinda información valiosa para la toma de decisiones estratégicas. A través de este análisis, la empresa podrá aprovechar las oportunidades, mitigar las amenazas, potenciar sus fortalezas y mejorar sus debilidades, logrando así una mejor posición competitiva en el mercado.

## BIBLIOGRAFÍA

David, F. R. (2011). Conceptos de administración estratégica. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2007). Essentials of strategic management. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.