

Análisis FODA

Fortalezas		Debilidades	
F1	No tiene competencia en el rubro. Es la cervecería artesanal más grande y reconocida de Córdoba.	D1	Capacidad limitada de producción. No puede cubrir la creciente demanda actual de clientes.
F2	Recetas patentadas. Sus fórmulas únicas están registradas.	D2	Costos fijos elevados. Los costos operativos representan una alta carga financiera.
F3	Calidad de su materia prima. Utiliza ingredientes de proveedores seleccionados.	D3	Rango de precio alto. Sus productos tienen precios más altos frente a la cerveza comercial.
F4	Maestro cervecero certificado. Cuenta con personal capacitado y con formación acreditada.	D4	Nicho de mercado reducido. Se dirige a un grupo del mercado específico y no a uno masivo.
Oportunidades		Amenazas	
O1	Innovación en recetas. Ampliar el catálogo con nuevos estilos y sabores.	A1	Desabastecimiento de materia prima. La falta de insumos puede frenar la producción.
O2	Tendencia hacia lo artesanal. Creciente interés del mercado que valora más lo natural y exclusivo.	A2	Costos fijos elevados. Riesgo de aumento de los gastos que afecten a la rentabilidad.
O3	Colaboraciones con empresas. Posibilidad de alianzas para alcanzar a más clientes.	A3	El bajo costo de la cerveza comercial. Competencia al costo por accesibilidad de sus precios,
O4	Expansión del portafolio de clientes. Buscar un crecimiento hacia mercados especializados.	A4	Fluctuación de tipo de cambio. Afectación sobre el precio de insumos importados.

Matriz FODA

Análisis estratégico

ANALISIS "Fabrica de Cerveza y Destilados Las Amarguitas"			
FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F ₁	No tiene competencia en el rubro. Es la cervecería artesanal más grande y reconocida de Córdoba.	D ₁	Capacidad limitada de producción. No puede cubrir la creciente demanda actual de clientes.
F ₂	Recetas patentadas. Sus fórmulas únicas están registradas.	D ₂	Costos fijos elevados. Los costos operativos representan una alta carga financiera.
F ₃	Calidad de su materia prima. Utiliza ingredientes de proveedores seleccionados.	D ₃	Rango de precio alto. Sus productos tienen precios más altos frente a la cerveza comercial.
F ₄	Maestro cervecero certificado. Cuenta con personal capacitado y con formación acreditada.	D ₄	Nicho de mercado reducido. Se dirige a un grupo del mercado específico y no a uno masivo.
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O ₁	Innovación en recetas. Ampliar el catálogo con nuevos estilos y sabores.	A ₁	Desabastecimiento de materia prima. La falta de insumos puede frenar la producción.
O ₂	Tendencia hacia lo artesanal. Creciente interés del mercado que valora más lo natural y exclusivo.	A ₂	Costos fijos elevados. Riesgo de aumento de los gastos que afecten a la rentabilidad.
O ₃	Colaboraciones con empresas. Posibilidad de alianzas para alcanzar a más clientes.	A ₃	El bajo costo de la cerveza comercial. Competencia al costo por accesibilidad de sus precios.
O ₄	Expansión del portafolio de clientes. Buscar un crecimiento hacia mercados especializados.	A ₄	Fluctuación de tipo de cambio. Afectación sobre el precio de insumos importados.

DA	a) Estrategias de minimización de debilidades y amenazas (MINI-MINI)
E1	D2-A3. Buscar formas de optimizar la estructura de altos costos fijos. Esto ayudará ser más competitivo frente a la cerveza comercial de bajo costo.
E2	D2-A1. Negociar acuerdos a largo plazo con proveedores que nos aseguren el suministro. Esto es vital para controlar los altos costos fijos, que se ven afectados por las fluctuaciones en el precio de los insumos importados. Para hacer frente al riesgo de desabastecimiento de materia prima
E3	
DO	b) Estrategias de minimización de debilidades y maximización de oportunidades (MINI-MAXI)
E1	D4-O4Utilizar la expansión del portafolio de clientes para buscar mercados especializados que valoren aún más nuestros productos de alta gama y que estén dispuestos a pagar su precio. (ampliar mercado)
FA	c) Estrategias de maximización de fortalezas y minimización de amenazas (MAXI-MINI)
E1	F2-A2. Con las fórmulas únicas y calidad de los ingredientes, poder justificar nuestro rango de precio más alto y diferenciarnos claramente de la competencia de la cerveza comercial de bajo costo.
E2	F4-A2. La experiencia de nuestro maestro cervecero y del personal capacitado proporcionan una ventaja para optimizar procesos de producción y así mitigar el riesgo de que el aumento en los gastos afecte la rentabilidad.
E3	
FO	d) Estrategias de maximización de Fortalezas y oportunidades. (MAXI-MAXI)
E1	F2,F3,F4-O1,O2. Renovar el branding aprovechando las características únicas del proceso.
E2	F1-O2,O3,O4Generar engagement a través de eventos presenciales.
E3	Realizar cursos en las instalaciones para certificar a otras empresas o personas F3-O4. Usar la calidad de nuestra materia prima y el prestigio de Las Amarguitas para buscar alianzas estratégicas con otras empresas. Esto ayudará a expandir la cartera de clientes y llegar a mercados más especializados que valoran un producto premium.