

Licenciatura
en **Contaduría** y
Finanzas Públicas

7° semestre

Módulo 21

Dirección estratégica



Unidad 2

**Análisis del entorno y diagnóstico
estratégico**

Estudio de caso. Matriz FODA de una empresa
productora y comercializadora de café
orgánico



Módulo 21. Dirección estratégica

Unidad 2. Análisis del entorno y diagnóstico estratégico

Estudio de caso. Matriz FODA de una empresa productora y comercializadora de café orgánico



Retomado de:
Mendoza, E. (s.f.).
Matrices DOFA y FODA.

Recuperado de
<https://es.calameo.com/books/00486627002742564ab63>

Instrucción: ordena el listado y, de ser posible, mejóralo con la finalidad de identificar y anotar en el cuadrante correspondiente las Fortalezas (F), Oportunidades (O), Debilidades y Amenazas (A) de una empresa comercializadora de café orgánico, cuya finalidad es establecer nuevas estrategias.

Listado

- Los productos que ofrece la empresa cuentan con certificación internacional.
- Escasa diversificación productiva, tendencia al monocultivo.
- Ingreso de nuevos ofertantes de café orgánico al mercado internacional.
- Posibilidad de incursionar en nuevos mercados exigentes de productos certificados.
- Los productores están debidamente organizados y cuentan con experiencia en gestión técnica y comercial.
- La empresa cuenta con una alianza estratégica con un socio comercial extranjero que garantiza la exportación.
- Caída del precio de café en el mercado internacional.
- Existen áreas cafetaleras con baja producción por ser, en su mayoría, plantaciones antiguas.
- Precio diferenciado y mayor del café orgánico con respecto al café convencional en el mercado.
- Aparición de plagas, con impactos técnicos y económicos para el café.
- Interés de los consumidores por los productos orgánicos procedentes de zonas con extrema pobreza.
- Vías de acceso en mal estado para recolectar el café de los centros de producción.