

FORTALEZAS

1. **Diversificación de productos:** Posibilidad de innovar con nuevos sabores y aprovechar subproductos para líneas de alto valor agregado.
2. **Compromiso ambiental y social:** Uso de cítricos subutilizados para reducir desperdicio y apoyar la economía local.
3. **Alianzas estratégicas:** Potencial para trabajar con universidades e instituciones que aporten recursos y conocimiento técnico.
4. **Versatilidad del producto:** Aplicaciones en bebidas, cocina y repostería, lo que permite llegar a múltiples mercados.

DEBILIDADES

1. **Estacionalidad:** La disponibilidad de cítricos varía según la época, afectando la producción.
2. **Bajo posicionamiento de marca:** Al ser una empresa nueva, aún no cuenta con reputación en el mercado, lo que dificulta ganar la confianza de los consumidores.
3. **Vulnerabilidad logística:** La operación depende del transporte desde zonas rurales, lo que puede generar retrasos, costos adicionales o interrupciones.
4. **Limitada experiencia comercial:** El equipo aún está construyendo conocimientos y estrategias en ventas, fidelización y posicionamiento frente a competidores consolidados.

OPORTUNIDADES

1. **Preferencia por lo natural:** Crece el interés del consumidor por productos saludables, sostenibles y de origen local.
2. **Uso de canales digitales:** Las redes sociales y plataformas digitales ofrecen una vía accesible y efectiva para promocionar, posicionar y vender productos.
3. **Acceso a programas de apoyo:** Existen convocatorias, fondos y programas institucionales que brindan formación, asistencia técnica y financiación.
4. **Potencial de internacionalización:** La demanda en mercados internacionales por productos naturales y con valor social representa una oportunidad clara de expansión.

MATRIZ DOFA

AMENAZA

1. **Cambios normativos:** Nuevas regulaciones pueden implicar costos o barreras para operar.
2. **Variabilidad climática:** Fenómenos como sequías, lluvias intensas o cambios de temperatura pueden afectar la disponibilidad y calidad del producto.
3. **Presión de marcas industriales consolidadas:** Empresas ya posicionadas cuentan con ventajas en distribución, precios competitivos y fidelidad del consumidor.
4. **Competencia informal y de bajo costo:** Productos sin registro sanitario compiten principalmente por precio, lo que puede afectar la percepción de valor.

FORTALEZAS

1. Innovación en sabores y subproductos.
2. Enfoque ambiental y apoyo local.
3. Potenciales alianzas institucionales.
4. Producto versátil para distintos usos.

DEBILIDADES

1. La producción puede ser afectada por estacionalidad.
2. Falta de reconocimiento de marca.
3. Dependencia logística de las zonas rurales.
4. Poca experiencia en ventas, posicionamiento y en la industria.

MATRIZ DOFA



OPORTUNIDADES

1. Alta demanda por productos naturales.
2. Uso de redes para promoción y ventas.
3. Acceso a fondos y programas de apoyo.
4. Interés internacional por productos naturales y con valor social.

AMENAZA

1. Nuevas normas y regulaciones pueden aumentar los costos.
2. El clima afecta la disponibilidad de la materia prima.
3. Competencia fuerte por parte de marcas consolidadas.
4. Presión de productos informales y de bajo costo.