

El Grupo Solur SRL

Fortalezas

- Tecnología importada
- RH capacitado F. pues Sr. Solares diseño y fabricó maqu el 80%
- Calidad – envases y publicidad
- Participación en Ferias del Chocolate en SCZ y en Expocruz.

Competencia

- Líder Ch Taboada
- Nuevos competidores Entrantes

Grandes barreras por el posicionamiento de Taboada y la fidelidad.

Barreras por el alto costo para infraestructuras y maquinarias

Alto costo para penetrar canales de distribución x alto costo de Publicidad en góndolas de exhibición en Supermercados.

- Político

Restricciones al crédito de Instit. Financieras

- Socio – cultural

Consumidor adulto chuquisaqueño muy conservador.

Jóvenes se adaptan a nuevos sabores.

- Oportunidades

Jóvenes no se apegan a tradiciones buscan lo nuevo.

Se tienen clientes para diferentes ocasiones especiales o fechas.

- Legal

Para constituir una empresa tardan días

- Productos sustitutos

Pueden comprar más barato galletas rellenas, caramelos, etc.

- Poder negociador con el Proveedor

Son Cooperativas en Beni y LPZ que producen el Cacao

- Debilidades

El envase en bolsa dificulta la climatización del Chocolate en SCZ

- Amenazas

Que entren otros chocolates importados.

- Tecnología

- Importada y artesanal

Demográficos

Jóvenes que demandan

Económico

- Precios altos para un segmento de clase Meda Alta.

<p>Fortalezas</p> <p>F1 Tecnología importada F2 RH capacitados F3 Envases de calidad F4 Participación en ferias internac. F5 Finura del chocolate</p>	<p>Debilidades</p> <p>D1 Algunos envases poco resistentes a altas temperaturas. D2 Bajo nivel de negociación con los proveedores. (Son Cooperativas).</p>
<p>Oportunidades</p> <p>O1 Jóvenes no buscan productos no tradicionales. O2 Participar en Ferias. O3 Costumbre regalo de chocolates. O4 Altas barreras de entrada para nuevos competidores... marcas de prestigio.</p>	<p>Amenazas</p> <p>A1 Restricciones para créditos. A2 Fidelidad a la competencia. (Taboada) A3 Entrada de productos sustit. Baratos. A4 Baja prioridad para exhibir sus productos en Supermercados. A5 Tendencia a subir los precios por inflación y bajo poder adquisitivo.</p>

<p>Estrategias FO</p> <p>Diferenciar los chocolates. Promociones. Incrementar la publicidad. Desarrollo de Mercados internacionales.</p>	<p>Estrategias DO</p> <p>Realizar investigaciones de Mercado. Realizar Ferias para publicitar a los Proveedores.</p>
<p>Estrategias FA</p> <p>Promociones a través de la degustación de chocolates para gente adulta.</p>	<p>Estrategias DA</p> <p>Diferenciar sus productos. Exportar.</p>