



Campus de la UNA
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN FACULTAD POLITÉCNICA

Dirección de Extensión

www.pol.una.py

FORMULARIO DE INFORME FINAL Y MEDIOS DE VERIFICACION (B)

1. Datos de la Institución: Universidad Nacional de Asunción – Facultad Politécnica		
1.1 Unidad Académica: Departamento de Gestión		
1.1.1 Carrera: Ingeniería en Sistemas de Producción	1.1.2 Sede: San Lorenzo	
2. Coordinador Estudiantil: CP. Leidy Ríos Argaña		
2.1 Unidad Académica: Dpto. de Gestión	2.2 Teléfono: 0971511315	2.3 Correo electrónico: ljrrios@pol.una.py
3. Datos del Programa /Proyecto Ejecutado		
3.1.1 Programa	3.1.2 Proyecto: Elaboración de Propuestas de Planificación Estratégica y Control de Gestión para una Startup como aporte a la sociedad.	
<p>3.2 Objetivo General</p> <p>El objetivo general de este proyecto de extensión universitaria es promover un aprendizaje significativo y aplicado en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería en Sistemas de Producción, a través de la elaboración de propuestas de planificación estratégica y control de gestión para startups con enfoque en el aporte a la sociedad. Se busca fomentar la integración de conocimientos teóricos y prácticos, así como desarrollar habilidades transversales y competencias necesarias para abordar desafíos reales en el ámbito profesional y emprendedor.</p>		
<p>3.3 Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) al cual o cuales se vincula</p> <p>Objetivo de Desarrollo Sostenible 17: Este proyecto apunta al Objetivo de Desarrollo Sostenible Nro. 17: Alianzas para Lograr los Objetivos: Ya que involucra la colaboración entre universidad, startups y otros actores para lograr un impacto positivo en la sociedad, además, al Objetivo de Desarrollo Sostenible nro. 4 Educación de Calidad ya que involucra tanto la mejora de la educación de los estudiantes como el potencial impacto positivo en la educación de la sociedad a través de la startup creada, tendrá un impacto en la educación de calidad de varias maneras:</p> <p>Formación de los estudiantes: Los estudiantes involucrados en el proyecto adquieren conocimientos prácticos y experiencia en el mundo real mientras trabajan en la elaboración de la propuesta. Esto contribuye a su educación de calidad al combinar teoría y práctica.</p> <p>Apoyo a la Startup: La startup beneficiará de la experiencia y el conocimiento técnico de los estudiantes al crear una propuesta sólida. Esto podría mejorar la calidad de la formación y los servicios que la startup brinde a la sociedad.</p> <p>Promoción del Aprendizaje Activo: El proyecto fomenta el aprendizaje activo y el trabajo en equipo entre los estudiantes, lo que puede enriquecer su experiencia educativa y mejorar sus habilidades de resolución de problemas y comunicación.</p>		
<p>3.4 Principales logros alcanzados (mencionar cantidad de beneficiarios – hombre y mujeres)</p> <p>Fueron beneficiarios del proyecto 3 estudiantes varones y 18 estudiantes mujeres, en total 21 estudiantes, además de la Empresa Estudiada.</p> <p>Los estudiantes desarrollaron propuestas detalladas y bien fundamentadas de planificación estratégica y control de gestión para startups específicas, demostrando la integración de conocimientos multidisciplinarios y habilidades analíticas.</p>		



Campus de la UNA
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN FACULTAD POLITÉCNICA

Tel. 588 7171 – www.pol.una.py

Los estudiantes aplicaron conceptos teóricos aprendidos en su carrera para abordar problemas reales en el diseño de estrategias y sistemas de gestión eficaces para startups.

Los equipos de estudiantes trabajaron de manera efectiva y colaborativa, integrando diferentes perspectivas y habilidades para crear soluciones sólidas.

Los estudiantes presentaron sus propuestas de manera clara, convincente y profesional, destacando la relevancia de sus soluciones y su potencial impacto positivo en la sociedad.

Los estudiantes mejoraron sus habilidades en comunicación, trabajo en equipo, pensamiento crítico, toma de decisiones y resolución de problemas a través de la experiencia práctica.

Los estudiantes demostraron su capacidad para generar ideas innovadoras y soluciones creativas para desafíos complejos en la planificación estratégica y el control de gestión.

Los estudiantes tuvieron una experiencia práctica valiosa que enriquece su currículo, haciéndolos más atractivos para futuros empleadores o preparándolos para emprendimientos propios.

Los estudiantes demostraron verse inspirados para seguir explorando oportunidades emprendedoras y aplicar sus conocimientos y habilidades en proyectos de impacto social.

El proyecto fortaleció la relación entre la universidad y la comunidad al abordar desafíos reales y contribuir a la sociedad a través de la formación de los estudiantes.

3.5 Dificultades /lecciones aprendidas
Dificultad: Organizar los tiempos de trabajo sobre el proyecto en paralelo a las clases normales.
Lecciones aprendidas: El trabajo en equipo es fundamental para lograr los objetivos, tener planes de contingencia también son importantes para cumplir los plazos ante eventos no previstos como ser suspensiones de clases.

3.6 Modalidad de ejecución: Presencial Virtual

4. Medios de verificación (marcar con x)

4.1.1 Informes y planillas <input checked="" type="checkbox"/>	4.1.2 Encuestas <input checked="" type="checkbox"/>	4.1.3 Imágenes <input checked="" type="checkbox"/>	4.1.4 Videos <input type="checkbox"/>	4.1.5 Audiovisuales <input type="checkbox"/>
---	--	---	--	---

5. Docentes

Nombre y Apellido	Formación de grado	Posgrado	Area de especialización	Función en el programa/proyecto	Dedicación (Horas)
Leidy Ríos	Contadora Pública	Especialización	Planificación Estratégica	Coordinador	8 horas semanales por 4 meses

6. Estudiantes

Nombre y Apellido	CIP N°	Facultad	Carrera y semestre	Función en el programa/Proyecto	Dedicación (horas)
Rebeca Elizabeth Olmedo Escobar	5378798	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Mikaela Del Pilar Solís Serra	4.801.916	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Genesis Andrea Delgado Amarilla	6.788.441	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Maira Lenir Torrez Bordon	6.707.173	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Ingrid Jasmín Giménez Ayala	6.183.061	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses



Campus de la UNA
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN FACULTAD POLITÉCNICA

Dirección de Extensión

www.pol.una.py

			Producción – 7mo		
María Sol Ramírez Arguello	4.763.782	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Lariza Camila Montserrat Molas Talavera	5037237	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Diana Miguela Vera Jara	6259002	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Romina Cardozo Gimenez	4878619	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Gilda María Espinola Britz	6047625	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Brenda Carolina Barrientos Cañete	4688761	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
María Esther Alvarenga Alen	4758999	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Florencia Paz Dominguez Samudio	5352565	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Andrea Milena Mora Delgado	5212317	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Gabriela Isaura Coronel Gaona	5343489	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Leila Martinez Ferreira	5491406	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Fiorella Fariña Giménez	4470192	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses



Campus de la UNA
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN FACULTAD POLITÉCNICA

Tel. 588 7171 – www.pol.una.py

Criz Milena Villamayor	6246956	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Germán Gabriel Gallardo Redes	5182825	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Marcelo Daniel Lopez San Martin	4802609	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses
Cristhian Emmanuel Bordón Lezcano	5146548	FP - UNA	Ingeniería en Sistema de Producción – 7mo	Organizador y Participante	8 horas semanales por 4 meses

FOTOS





Campus de la UNA
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN FACULTAD POLITÉCNICA

Dirección de Extensión

www.pol.una.py





Campus de la UNA
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN FACULTAD POLITÉCNICA

Tel. 588 7171 – www.pol.una.py

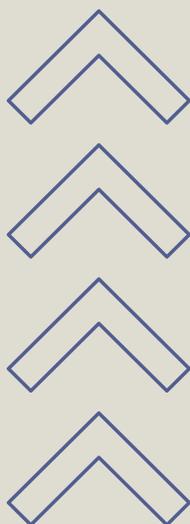


2023



EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

PROPUESTA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y CONTROL DE GESTIÓN PARA UNA STARTUP COMO APORTE A LA SOCIEDAD - CASO EMPRESA WISNER CHOCOLATES

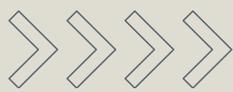


Informe redactado por:

Estudiantes de Ingeniería en Sistemas de Producción- Séptimo Semestre
Asignatura: Control de Gestión

Orientado por:

Prof. CP. Leidy Ríos Argaña



INTRODUCCIÓN

En el contexto actual, la sociedad está experimentando un rápido avance tecnológico y una creciente demanda de soluciones innovadoras que aborden problemas sociales y económicos. Las empresas emergentes tienen el potencial de generar impactos positivos y transformadores en diversas áreas, pero a menudo enfrentan desafíos relacionados con la planificación estratégica y el control de gestión efectivo.

Por otro lado, la formación de estudiantes de la Carrera de Ingeniería en Sistemas de Producción busca preparar a los futuros profesionales con habilidades y competencias relevantes para enfrentar los desafíos del mundo laboral y contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad.

Existe una oportunidad valiosa para vincular la educación superior con la innovación social y el emprendimiento. Los estudiantes tienen el potencial de aplicar sus conocimientos teóricos en un contexto real al colaborar en la elaboración de propuestas de planificación estratégica y control de gestión para empresas con enfoques socialmente responsables.

En este sentido, el presente proyecto de extensión universitaria busca abordar estas necesidades al involucrar a los estudiantes en la creación de propuestas estratégicas y de gestión sólidas para startups como aporte a la sociedad. A través de esta iniciativa, se buscó no solo proporcionar una experiencia de aprendizaje práctica y multidisciplinaria, sino también fomentar el espíritu emprendedor y la responsabilidad social en los futuros profesionales de Ingeniería en Sistemas de Producción.

El desarrollo de estas propuestas estratégicas permite a los estudiantes aplicar sus conocimientos en un entorno real. Además, la colaboración con startups brinda a los estudiantes la oportunidad de aprender sobre la gestión de proyectos, la toma de decisiones y el trabajo en equipo, habilidades cruciales para su futura carrera.

Este proyecto se enmarcó dentro del Objetivo de Desarrollo Sostenible Nro. 4: Educación de Calidad, ya que involucra tanto la mejora de la educación de los estudiantes como el potencial impacto positivo de la educación a la sociedad.

A través de este proyecto de extensión universitaria, se establece un vínculo sólido entre la educación superior y la innovación social, permitiendo a los estudiantes marcar una diferencia concreta en la sociedad mientras desarrollan sus propias capacidades y habilidades.



HISTORIA Y PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN



La chocolatería Wisner está ubicada en la Ciudad de San Antonio y nació en 2020, como un proyecto personal por parte de Gabriela y José, dueños de la marca, a raíz de la necesidad de generar más ingresos y debido a la intención de ofrecer al mercado paraguayo un chocolate hecho desde 0 en el país, a partir de granos provenientes de las mejores cosechas de Colombia.

Esta idea de crear un chocolate paraguayo, vino luego de que vieran un programa de cocina donde una empresa argentina mostró la elaboración de sus chocolates utilizando granos de cacao ecuatorianos.

Los granos de cacao que utilizan actualmente en su producción provienen del pueblo de Lebrija, en Colombia, lugar del cual exportaron los granos de Cacao en un principio, el señor José fue a visitar la finca de un empresario colombiano, dueño de la marca Árbol De Cacao, con el fin de aprender más acerca de la elaboración y las técnicas de producción y conservación del cacao y allí se formó la alianza comercial entre ellos.

Primeramente, hicieron un pedido de 30 kg de cacao y los granos de cacao fueron traídos en valijas, como prueba inicial, para ver que tal les iba en el mercado y el nivel de ventas que tenían, y en base a eso volverían a realizar pedidos iguales o mayores.

Luego de una serie de eventos, pudieron reacondicionar su fábrica y empezaron a producir el chocolate, donde su primer cliente grande fue Karu, empresa que hasta el día de hoy forma parte de su cartera de clientes.

El nombre de Wisner es en honor a Franz Wisner Von Morgenstern, quien fue un cartógrafo, historiador, coronel, arquitecto e ingeniero militar de origen húngaro, que participó en la Batalla De Curupayty, durante la Guerra de La Triple Alianza. Así también, rinde homenaje a la hermandad de 152 años que existe entre Paraguay y Colombia, que surgió justamente a raíz de la guerra.





DESCRIPCIÓN DE LAS MAQUINARIAS UTILIZADAS EN LA EMPRESA



Las maquinarias que se utilizan para el proceso de elaboración del chocolate son el horno tostador de granos, la descascarilladora Ninja Kid para granos de cacao, posee un sistema para romper los granos de cacao y reducirlos en semillas (nibs), separándolos de las cáscaras. También, un molino de chocolate modelo RUMBO, está máquina reanuda el viejo concepto de producción con la piedra y posee fondo y ruedas en granito. Cuentan con una máquina templadora, así como heladeras y microondas.

Adicionalmente, cuentan con dos pequeñas máquinas mezcladores modelo Melanger ECGC-12SL que actualmente utilizan para fabricar chocolate blanco.



DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS FABRICADOS POR LA EMPRESA



La chocolatería Wisner actualmente comercializa Chocolate negro con y sin azúcar incorporada, en diferentes porcentajes de cacao, desde un 37% hasta 85%, este último siendo exclusivamente elaborado por pedido, junto con trufas y bombones artísticos.



Específicamente, ofrecen 6 variedades de chocolates, cuya presentación es en formato de tabletas para venta en supermercados o distribuidores minoristas.



Así mismo, cuentan con productos orgánicos y veganos, tales como el chocolate al 46%, 76% y 85% con azúcar y el 58% sin azúcar, excepto en la línea de chocolates con leche.

Su principal fuente de ingreso es la venta mayorista, en la que proveen de chocolate como materia prima para otras empresas que se dedican al área de repostería, entre otros rubros.



DESCRIPCIÓN DE LOS INSUMOS MÁS UTILIZADOS EN LA EMPRESA

Dentro de los insumos utilizados para la producción de los chocolates, además de los granos de cacao de origen colombiano, se encuentran, el Maltitol (un miembro de la familia de edulcorantes, usado como sustituto de la sacarosa y del azúcar), la leche entera en polvo, además utilizan azúcar, la manteca de cacao y el licor de cacao.



INTENCIONALIDAD ESTRATÉGICA



PROPÓSITO

Actual: no cuenta

Propuesta: Transformar la experiencia del chocolate en Paraguay al ofrecer productos excepcionales que resalten la riqueza de los sabores autóctonos, impulsando la innovación en diseño y creando un espacio de encuentro donde los amantes del chocolate puedan explorar y disfrutar de nuestras creaciones únicas. Aspiramos a ser un referente de excelencia y autenticidad en la industria del chocolate, contribuyendo al orgullo nacional y al desarrollo sostenible de nuestro país.

MISIÓN

Actual: no cuenta

Propuesta: En Wisner, nos dedicamos a la creación de chocolates excepcionales a partir de cacao colombiano de alta calidad, fusionando la tradición con la innovación. Nuestra misión es deleitar a nuestros clientes con productos exóticos y autóctonos, respaldados por un equipo altamente capacitado y una experiencia de compra sin igual. Valoramos la excelencia, la sostenibilidad y el crecimiento continuo en todo lo que hacemos.

VISIÓN

Actual: no cuenta

Propuesta: Ser la marca líder de chocolates en Paraguay, reconocida por nuestra innovación en sabores autóctonos y diseño de vanguardia. Nos esforzamos por brindar experiencias únicas que celebren la riqueza culinaria de Paraguay y cautiven a amantes del chocolate a nivel nacional e internacional.

MEGA OBJETIVOS

Convertirnos en uno de los principales productores y exportadores de chocolates premium de alta calidad a nivel internacional, posicionando nuestra marca como un referente de calidad y sabor único en el mercado global.



ANÁLISIS EXTERNO



OPORTUNIDADES

- Aprovechar la estacionalidad: Aumentar ventas en eventos clave como San Valentín, Navidad y el Día de la Madre.
- Educación del consumidor: Educación sobre el valor del cacao colombiano y la diferencia en la calidad de los productos.
- Tendencia hacia lo saludable: aprovechar el interés en alimentos más saludables con su línea de productos de chocolate con opciones orgánicas y con ingredientes naturales.
- Colaboraciones locales: Trabajar con otras empresas locales (por ejemplo, tiendas de café o restaurantes) para crear productos conjuntos.
- Diversificación de productos: La empresa puede ofrecer variedades como chocolate con frutas, frutos secos o rellenos innovadores.

AMENAZAS

- Productos sustitutos a menor precio: Paraguay no tiene la cultura de consumir chocolates, por lo que se prefiere comprar los chocolates más económicos.
- Fuerte posicionamiento de Chocolates Tradicionales: competir con marcas establecidas es un desafío debido a la lealtad de sus clientes y reconocimiento en el mercado.
- Problemas de abastecimiento de materia prima: la dependencia del proveedor colombiano podría afectar a la empresa si ocurre alguna interrupción en la cadena de suministro.
- Falta de experiencia de la empresa en el mercado: La inexperiencia puede llevar a dificultades en la toma de decisiones y en la comprensión de las tendencias del mercado.



ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES

El poder de negociación de los clientes es moderado a alto debido a la variedad de marcas de chocolate disponible en el mercado, sin embargo, son casi inexistentes las empresas que brindan calidad gourmet en el chocolate. Esa lealtad hacia la calidad puede limitar este poder.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

El poder de negociación de los proveedores es alto, ya que la empresa importa el cacao directamente de un proveedor colombiano para garantizar la calidad del chocolate sin embargo, al ser fundamental para la empresa asegurar la calidad de materia prima, se puede limitar este poder si es que la chocolatería tiene otras alternativas.

DESARROLLO POTENCIAL DE PRODUCTOS SUBSTITUTOS

La fuerza de desarrollo potencial de productos sustitutos es baja a moderada, aunque existen diferentes tipos de aperitivos dulces, el chocolate es uno de los más únicos. De igual forma este poder puede disminuir con innovación en nuevos productos o sabores.

ENTRADA POTENCIAL DE NUEVOS COMPETIDORES

Debido a la complejidad, los conocimientos y las experiencias que se requieren para producir chocolate gourmet desde cero, se considera de moderado a bajo el poder de entrada de nuevos competidores, sin mencionar que la chocolatería ya cuenta con una clientela establecida y se posiciona como la primera fábrica de chocolate del país.

RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS COMPETIDORAS

La rivalidad entre empresas competidoras es moderada. Existen otras empresas que comercializan chocolate y compiten por posicionarse en el mercado. La diferenciación del producto juega el papel crucial para hacer disminuir este poder, así también la lealtad de los clientes hacia las marcas gourmet.





EVALUACIÓN DE LAS 5 FUERZAS Y DEL GRADO DE ATRACTIVIDAD DE LA INDUSTRIA

FUERZAS	Nivel de las Fuerzas Competitivas						Nivel de atractividad de la Industria		
	DEBIL	MEDIO	FUERTE	BAJO	MEDIO	ALTO			
COMPETITIVAS									
1. Rivalidad entre empresas competidoras		X						X	
2. Entrada Potencial de nuevos Competidores.	X								X
3. Desarrollo Potencial de Productos Substitutos		X						X	
4. Poder de Negociación de Proveedores			X		X				
5. Poder de Negociación de Compradores		X						X	
ATRACTIVIDAD PROMEDIO		X						X	

ANÁLISIS INTERNO

FORTALEZAS

- La producción artesanal de chocolates puede ser una ventaja, ya que muchos consumidores valoran la atención al detalle y la calidad de los productos hechos a mano.
- Ser una de las pocas chocolaterías nacionales actualmente.
- Colaborar con otros productores locales, como cafeterías, restaurantes o productores de licores, para crear productos conjuntos o promociones compartidas puede ampliar la base de clientes.
- Ofrecer eventos, clases o talleres de chocolate puede generar ingresos adicionales y crear una comunidad de entusiastas del chocolate.

DEBILIDADES

- En un mercado competitivo, lidia con la competencia de otras marcas internacionales.
- La demanda de chocolates puede ser estacional, lo que significa que la chocolatería puede enfrentar desafíos para mantener un flujo de ingresos constante durante todo el año.
- Si la chocolatería depende en gran medida de un solo proveedor para ingredientes clave, cualquier interrupción en la cadena de suministro podría afectar la producción.
- La disponibilidad constante de ingredientes de alta calidad, el cacao colombiano, puede ser un desafío en Paraguay, lo que puede afectar la producción y la calidad de los productos.





CRUCE DE VARIABLES DE ANÁLISIS FODA



INTERRELACIONES

1. Producción artesanal de chocolates (Fortaleza) y Tendencia hacia lo saludable (Oportunidad): La chocolatería puede destacar su producción artesanal para crear una línea de productos de chocolate orgánicos y con ingredientes naturales. Esto satisface la tendencia hacia alimentos más saludables y de alta calidad.
2. Ser una de las pocas chocolaterías nacionales (Fortaleza) y Educación del consumidor (Oportunidad): Al ser una chocolatería nacional, la empresa puede educar a los consumidores sobre el valor del chocolate paraguayo y cómo se diferencia de otros cacaos, lo que aumenta la apreciación por los ingredientes locales y la calidad de los productos.
3. Colaborar con otros productores locales (Fortaleza) y Colaboraciones locales (Oportunidad): Las colaboraciones locales pueden ampliar la base de clientes durante eventos clave como San Valentín y Navidad, al promocionar productos conjuntos que aprovechan la estacionalidad.
4. Ofrecer eventos, clases o talleres de chocolate (Fortaleza) y Diversificación de productos (Oportunidad): La chocolatería puede organizar eventos y talleres para crear una comunidad de entusiastas del chocolate y, al mismo tiempo, presentar variedades de chocolates con frutas, frutos secos o rellenos innovadores.
5. Utilizar ingredientes locales de alta calidad (Fortaleza) y Aprovechar la estacionalidad (Oportunidad): Durante eventos clave como San Valentín, Navidad y el Día de la Madre, la chocolatería puede resaltar su uso de ingredientes locales de alta calidad para atraer a los consumidores que buscan regalos autóctonos y auténticos.
6. Producción artesanal de chocolates (Fortaleza) y Productos sustitutos a menor precio (Amenaza): La producción artesanal puede destacar la calidad y autenticidad de los productos, lo que puede ayudar a competir con productos sustitutos más baratos al enfocarse en clientes que valoran la calidad sobre el precio.
7. Ser una de las pocas chocolaterías nacionales (Fortaleza) y Fuerte posicionamiento de Chocolates Tradicionales (Amenaza): Siendo una de las pocas chocolaterías nacionales, la empresa puede destacar su identidad y autenticidad locales, lo que podría ayudar a competir con marcas establecidas si logra comunicar su propuesta única.
8. Ofrecer eventos, clases o talleres de chocolate (Fortaleza) y Falta de experiencia de la empresa en el mercado (Amenaza): Ofrecer eventos y talleres puede ayudar a superar la falta de experiencia al crear una comunidad de entusiastas del chocolate y alentar la fidelización de clientes, incluso si la empresa es relativamente nueva en el mercado.
9. Utilizar ingredientes locales de alta calidad (Fortaleza) y Problemas de abastecimiento de materia prima (Amenaza): Utilizar ingredientes locales puede ser una ventaja significativa, pero también es importante diversificar las fuentes de suministro para evitar problemas de abastecimiento si hay interrupciones en la cadena de suministro colombiana.



PROBLEMAS CRÍTICOS O GRANDES DESAFÍOS EN LOS PRÓXIMOS 3 - 5 AÑOS

- 1 Variabilidad en la calidad del cacao: Los cambios en el clima y otras variables pueden afectar la calidad y cantidad de cacao producido en Colombia, lo que puede impactar la consistencia en el sabor y calidad del chocolate paraguayo.
- 2 Fluctuaciones en los precios del cacao: Los precios del cacao son susceptibles a fluctuaciones en los mercados internacionales, lo que puede afectar la rentabilidad de la chocolatería.
- 3 Regulaciones de comercio internacional: Cambios en las regulaciones comerciales o políticas arancelarias pueden influir en la capacidad de exportación de la chocolatería.
- 4 Sostenibilidad y trazabilidad: Los consumidores están cada vez más interesados en productos sostenibles y con trazabilidad. La chocolatería debe asegurarse de cumplir con estándares y certificaciones que respalden estos valores.
- 5 Competencia en el mercado internacional: La industria del chocolate es altamente competitiva, con grandes marcas y nuevos participantes constantemente ingresando al mercado. La chocolatería paraguaya debe diferenciarse y mantener su posición en el mercado.
- 6 Cambio en las preferencias del consumidor: Las preferencias de los consumidores pueden cambiar con el tiempo. La chocolatería debe estar atenta a las tendencias y adaptar su oferta según lo que demanda el mercado.
- 7 Innovación y desarrollo de productos: Mantenerse a la vanguardia en términos de nuevos sabores, presentaciones y tecnologías en la industria del chocolate es esencial para mantener el interés de los consumidores.
- 8 Desafíos sanitarios y regulatorios: Cuestiones relacionadas con la seguridad alimentaria y las regulaciones sanitarias pueden surgir y deben manejarse adecuadamente para garantizar la calidad y seguridad de los productos.
- 9 Desarrollo de alianzas estratégicas: Establecer relaciones sólidas con productores de cacao, distribuidores y otros socios comerciales puede ser crucial para asegurar el suministro constante y la expansión del negocio.
- 10 Crisis económicas o políticas: Eventos inesperados como crisis económicas o cambios políticos en Colombia o Paraguay pueden tener un impacto en la operación y la rentabilidad de la chocolatería.





¿CÓMO RESPONDEMOS A LOS PROBLEMAS CRÍTICOS O GRANDES DESAFÍOS?

- 1 Diversificación de fuentes de suministro: Establecer relaciones con múltiples proveedores de cacao en diferentes regiones de Colombia para mitigar el impacto de la variabilidad en la calidad.
- 2 Gestión de riesgos financieros: Utilizar estrategias de cobertura y contratos a plazo para protegerse contra las fluctuaciones en los precios del cacao en los mercados internacionales.
- 3 Monitoreo de regulaciones comerciales: Mantenerse al tanto de los cambios en las políticas comerciales y establecer contactos con expertos legales o consultores para asegurarse de cumplir con los requisitos.
- 4 Compromiso con la sostenibilidad: Invertir en prácticas sostenibles, obtener certificaciones reconocidas y comunicar de manera efectiva los esfuerzos de sostenibilidad a los consumidores.
- 5 Innovación y diferenciación de productos: Continuar investigando y desarrollando nuevos productos y sabores únicos que destaquen en el mercado internacional.
- 6 Análisis de tendencias de mercado: Mantener una vigilancia constante sobre las tendencias y preferencias de los consumidores para adaptar rápidamente la oferta de productos. Optimización de la cadena de suministro: Utilizar tecnologías y sistemas eficientes para mejorar la gestión de la cadena de suministro y reducir costos logísticos. Desarrollo de capacidades de I+D: Establecer un equipo de investigación y desarrollo enfocado en la innovación de productos y procesos.
- 7 Adopción de prácticas ecoamigables: Implementar prácticas y tecnologías que reduzcan el impacto ambiental de la producción de chocolate, como energías renovables y gestión de residuos.
- 8 Desarrollo de alianzas estratégicas: Trabajar en colaboración con proveedores, distribuidores y otros socios comerciales para fortalecer la cadena de suministro y abrir nuevas oportunidades de mercado.
- 9 Planificación de contingencias: Desarrollar planes de contingencia y diversificar la cartera de clientes y mercados para hacer frente a situaciones económicas o políticas adversas.





ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR

La empresa puede considerar una combinación de las siguientes estrategias:

ESTRATEGIAS GENÉRICAS:

- **Liderazgo en Costos:** Producir a menor costo que los competidores para ofrecer precios más bajos a los clientes. Gestionar eficientemente la cadena de suministro, la producción y la distribución, y si tiene acceso a cacao colombiano a precios competitivos, esta podría ser una opción viable. Sin embargo, debe asegurarse de mantener la calidad y la diferenciación a pesar de la orientación hacia los costos.
- **Diferenciación:** Ofrecer productos únicos o de alta calidad que los clientes estén dispuestos a pagar a un precio premium. Crear chocolates con un sabor, textura o presentación excepcionales a partir del cacao colombiano, esta estrategia podría ser atractiva.

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS:

- **Enfoque en Nicho de Mercado:** Enfocarse en un segmento de mercado específico, como consumidores que valoran la calidad premium o aquellos interesados en productos provenientes de fuentes sostenibles. Identificar y atender eficazmente un nicho de mercado que valora el cacao colombiano, esta estrategia puede ser muy efectiva.

ESTRATEGIAS DE DISCIPLINA DE VALOR (BLUE OCEAN STRATEGY):

- **Innovación de Valor:** crear un mercado no disputado, donde la empresa ofrece un valor único que no tiene competencia directa. Encontrar una forma innovadora de utilizar el cacao colombiano en sus productos, puede abrir un nuevo espacio de mercado que no tenga competencia directa.





CURVA DE VALOR (ESTRATEGIA DE OCÉANO AZUL)

A) Precios Estratégicos

Mantener los precios que reflejan el valor y la exclusividad del chocolate, en lugar de competir en precios bajos y ofrecer descuentos atractivos para la compra de lotes o suscripciones mensuales de chocolate.

B) Colaboraciones estratégicas

Colaborar con otros negocios locales, como productores de vino, quesos, cafeterías, floristerías, o incluso spas, para ofrecer experiencias conjuntas que combinan chocolate con otros productos complementarios. Por ejemplo, ofrecer paquetes de regalos que incluyan una botella de vino y una selección de chocolates gourmet.

C) Experiencia del cliente

Crea una experiencia única en la fábrica que va más allá de la simple compra de chocolate, como degustaciones interactivas para los clientes que visitan el local, talleres de chocolate o un espacio para sentarse a degustar con decoración atractiva y creativa.

D) Marketing y comunicación

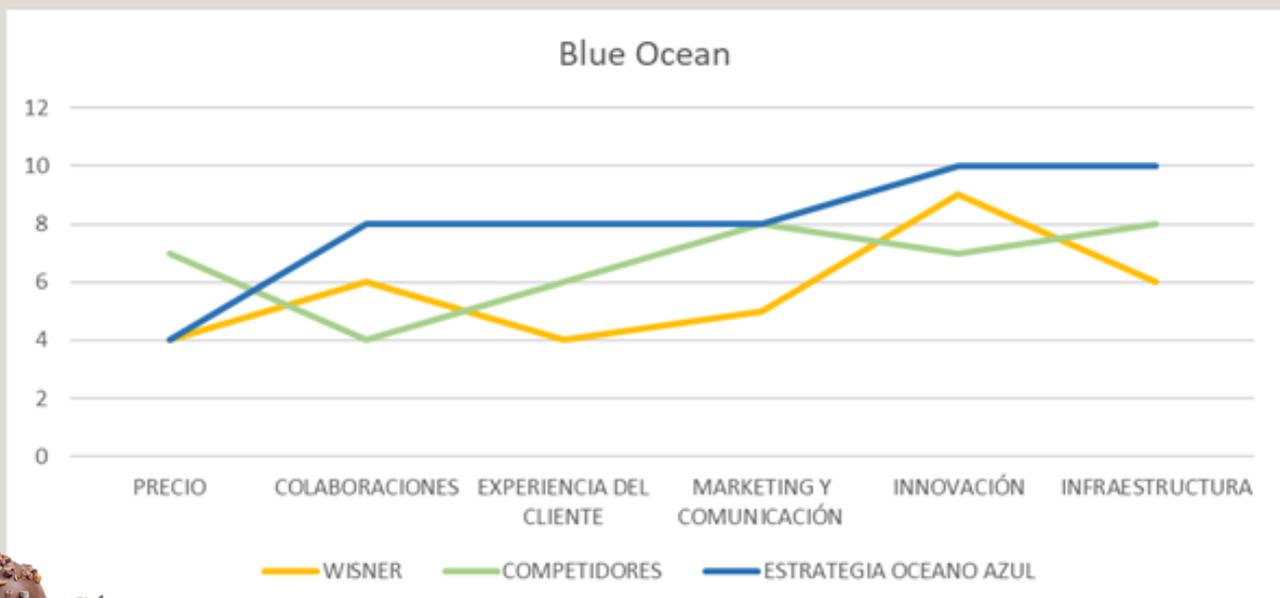
La estrategia de comunicación se basará en destacar la autenticidad de nuestros productos y el origen de los ingredientes, la forma artesanal de la creación del chocolate, por medio de redes sociales y en eventos culinarios.

E) Innovación continua

La empresa se dedicará a una innovación constante al crear combinaciones de sabores y texturas, explorando nuevas mezclas que asombren y deleiten a los consumidores.

F) Infraestructura renovada

Adquirir maquinaria nueva para expandir significativamente la capacidad de producción y aumentar el inventario. Esta inversión permitirá satisfacer la creciente demanda de los productos y mantenernos a la vanguardia de la eficiencia y calidad en la industria.





BUSINESS MODEL GENERATION (MODELO CANVAS)

SOCIOS CLAVE Proveedor de granos de cacao colombiano. Empresas de logística para la distribución eficiente. Tiendas de prestigio y gourmet como canales de distribución.	ACTIVIDADES CLAVE Adquisición y procesamiento de granos de cacao colombiano. Producción y elaboración de chocolates artesanales. Empaque y etiquetado personalizado.	PROPUESTAS DE VALOR Chocolates artesanales y exclusivos elaborados con granos de cacao colombiano de alta calidad. Sabores únicos y auténticos que resaltan las características del cacao colombiano. Experiencia de lujo y exclusividad para los consumidores.	RELACIÓN CON CLIENTES Servicio al cliente personalizado para asistir a los clientes en la selección y compra de productos. Comunicación de la historia y la calidad de los chocolates a través de etiquetas y marketing. Fidelización de clientes a través de programas de lealtad y eventos exclusivos.	SEGMENTOS DE CLIENTES Amantes de chocolate de alta calidad y exótico. Consumidores que valoran la procedencia y la calidad de los ingredientes. Clientes de tiendas de prestigio y gourmet. Empresas que buscan regalos corporativos exclusivos.
	RECURSOS CLAVE Relaciones sólidas con el proveedor de granos de cacao colombiano. Maquinaria y equipo especializado para la producción de chocolates. Equipo de producción altamente capacitado en la elaboración artesanal de chocolates.		CANALES Tiendas de prestigio y gourmet. Venta en línea a través de una plataforma de comercio electrónico propia. Participación en eventos y ferias especializadas.	
ESTRUCTURA DE COSTOS Costos de adquisición de cacao colombiano de alta calidad. Costos de producción y elaboración de chocolates. Gastos de marketing y promoción para construir la marca y llegar a nuevos clientes.		FUENTE DE INGRESOS Venta de chocolates en tiendas de prestigio. Ventas en línea a través de la plataforma de comercio electrónico. Pedidos especiales para regalos corporativos.		





AGENGA DE CAMBIO

DIMENSIÓN	SITUACIÓN ACTUAL	SITUACIÓN FUTURA
-----------	------------------	------------------

Imagen de la empresa	Bajo reconocimiento de la empresa en el mercado paraguayo.	Alto reconocimiento de la empresa en el mercado paraguayo.
Infraestructura	Ausencia de espacio físico de exhibición y degustación de productos.	Creación de un espacio físico para la exhibición y degustación de productos.
Diversificación de productos	Gama de chocolates clásicos y poco arriesgados.	Producción de chocolates exóticos con sabores autóctonos del Paraguay.
Comercio electrónico	No venden sus productos a través de su página web.	Venta de los chocolates por medio de su página web.
Eficiencia línea de producción	Proceso de elaboración rudimentario.	Adquisición de maquinarias que aumenten la línea de producción.
Expansión en el mercado	Bajo margen en venta cruzada.	Alto margen en venta cruzada.
Capacitación del personal	Personal capacitado en un nivel medio para un área específica.	Personal capacitado en un mayor nivel dentro de todas las áreas.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- 1 Aumentar el reconocimiento de la empresa en el mercado paraguayo
- 2 Invertir en la creación de un espacio físico para la exhibición y degustación de productos.
- 3 Elaborar chocolates exóticos con sabores autóctonos del Paraguay
- 4 Fomentar la capacitación del personal
- 5 Optimizar la plataforma web para una experiencia de usuario óptima, implementación de estrategias de marketing digital, promoción de ofertas y novedades en línea.
- 6 Invertir en Maquinaria para Automatizar Procesos
- 7 Desarrollar paquetes de productos complementarios, entrenamiento del personal en técnicas de venta cruzada, seguimiento y análisis de resultados.





CUADRO DE MANDO INTEGRAL

PERSPECTIVA	OBJETIVO	INDICADOR	META
FINANCIERA	Incrementar la Rentabilidad	Margen de Utilidad Bruta	> 30%
	Optimizar el Flujo de Efectivo	Ciclo de Conversión de Efectivo	< 30 días
	Incrementar los Ingresos	Crecimiento Anual de Ventas	> 10%
CLIENTE	Mejorar la Satisfacción del Cliente	Índice de Satisfacción del Cliente	> 90%
	Expandir la Base de Clientes	Tasa de Retención de Clientes	> 80%
PROCESOS INTERNOS	Optimizar la Cadena de Suministro	Índice de Rotación de Inventario	> 6 veces
	Asegurar la Calidad del Producto	Tasa de Rechazo de Productos	< 2%
	Optimizar la Eficiencia de Producción	Eficiencia de Producción	> 90%
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	Desarrollar Competencias Técnicas	Porcentaje de Empleados con Capacitación Continua	> 80%
	Fomentar la Innovación	Número de Nuevos Productos Anuales	> 5



CONCLUSIONES

1La chocolatería Wisner se enfrenta a desafíos y oportunidades en un mercado competitivo. Sus objetivos estratégicos incluyen mejorar su reconocimiento en el mercado, diversificar productos, invertir en maquinaria y enfocarse en la satisfacción del cliente. El éxito de la chocolatería Wisner dependerá de su capacidad para implementar estas estrategias de manera efectiva y mantener un enfoque constante en la satisfacción del cliente, la innovación y la calidad del producto. Al abordar sus desafíos críticos y aprovechar las oportunidades, Wisner tiene el potencial para ser una chocolatería líder en el mercado paraguayo y ganar reconocimiento a nivel internacional.

Brenda Barrientos

El estudio realizado a la empresa chocolatera Wisner ha arrojado valiosas estrategias y recomendaciones para mejorar su posición en el mercado paraguayo y maximizar su éxito. Estas estrategias se basan en un análisis profundo que utilizó herramientas como el Cuadro de Mando Integral, el Modelo Canvas, el cruce de variables del FODA y estrategias Blue Ocean.

Entre las principales conclusiones y recomendaciones encontramos; la importancia de que la empresa cree una identidad visual y una narrativa de marca. También, una inversión en la creación de un espacio físico para la exhibición y degustación de productos puede mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la conexión con la marca.

Por último, la elaboración de chocolates exóticos con sabores autóctonos del Paraguay es una oportunidad para diferenciarse en el mercado ya que actualmente se tiene una gama de chocolates clásicos y poco arriesgados.

En resumen, este análisis proporciona a Wisner una hoja de ruta para mejorar su posición en el mercado y competir de manera efectiva. Las herramientas utilizadas en este estudio son esenciales para evaluar y mejorar la gestión de la empresa, y el enfoque en la innovación y la satisfacción del cliente es fundamental para el éxito continuo de Wisner en la industria chocolatera. **(Maira Torrez)**

La chocolatería Wisner ha logrado establecerse como una de las pocas chocolaterías nacionales que produce chocolates artesanales utilizando granos de cacao colombianos de alta calidad. En su corta trayectoria, han demostrado su compromiso con la excelencia en la producción de chocolates y han construido una cartera de productos diversa que incluye tabletas de chocolate negro, trufas y bombones artísticos.

La empresa busca innovar y destacarse en el mercado mediante la colaboración con otros negocios locales, la creación de experiencias únicas para los clientes y una sólida estrategia de comunicación que destaca la procedencia de sus ingredientes y la forma artesanal de elaborar el chocolate. Sin embargo, como cualquier empresa, Wisner enfrenta desafíos y amenazas en su entorno competitivo. A pesar de estos desafíos, la empresa ha identificado oportunidades clave, como el enfoque en nichos de mercado, la educación del consumidor y la diversificación de productos, que le permiten seguir creciendo y consolidándose en la industria del chocolate.

Gilda Espinola



CONCLUSIONES

Wisner emerge como un modelo ejemplar de empresa chocolatera que ha sabido capitalizar su enfoque artesanal y su diversidad de productos para posicionarse en un mercado cada vez más exigente. Su compromiso con la calidad, evidenciado en la atención meticulosa al detalle y en la oferta de opciones orgánicas y veganas, demuestra una sensibilidad hacia las tendencias del consumidor moderno.

La estrategia de ventas mayoristas y las colaboraciones con productores locales subrayan su habilidad para establecer redes sólidas en la industria, mientras que las iniciativas comunitarias, como eventos y talleres, le han permitido construir una base de clientes leales y comprometidos. A pesar de los retos inherentes a su producción artesanal, Wisner se presenta como un ejemplo de cómo la calidad, originalidad y la integración en la comunidad pueden converger para crear un negocio próspero. Su éxito radica no solo en la excelencia de sus productos, sino también en su capacidad para crear una experiencia auténtica y significativa para sus clientes.

Mikaela Solís

De acuerdo al análisis realizado a la chocolatería Wisner observamos que destaca su posición en el mercado gracias a su enfoque en la calidad e innovación, ofreciendo productos de alta calidad, incluyendo opciones orgánicas y veganas. Wisner es un modelo de éxito que ejemplifica cómo la calidad, la autenticidad y la participación comunitaria impulsan el crecimiento en la industria chocolatera. Su estrategia de colaboración local y compromiso comunitario ha cimentado una base de clientes leales, aunque enfrentan competencia y desafíos en la producción artesanal. Para alcanzar sus ambiciosos objetivos de convertirse en un referente internacional en la industria del chocolate, Wisner debe mantener su enfoque en la satisfacción del cliente, la educación del consumidor, la diversificación de productos y el fortalecimiento de su identidad de marca y experiencia en el punto de venta. **Esther Alvarenga**

Según el análisis, Wisner muestra una prometedora combinación de fortalezas y oportunidades en su negocio. Su enfoque en la producción artesanal y la asociación con un productor colombiano les brinda ventajas competitivas en la oferta de productos de alta calidad. Además, la diversificación de productos y la capacidad de adaptarse a las tendencias del mercado, como los productos orgánicos y veganos, les permiten expandir su cartera de clientes.

Sin embargo, existen debilidades y amenazas a las que deben prestar atención, como la dependencia de un solo proveedor y la competencia de marcas establecidas. La estacionalidad en la demanda de chocolates también podría afectar la estabilidad de sus ingresos.

La chocolatería Wisner está bien posicionada para crecer y tener éxito en el mercado de chocolatería en Paraguay, es un ejemplo de cómo la pasión y la innovación pueden resultar en un exitoso negocio de chocolatería artesanal.

Ingrid Giménez

La meticulosa evaluación de Wisner revela su destacado enfoque en la producción artesanal y la innovación del producto. A pesar de enfrentar desafíos como la estacionalidad y la competencia, la chocolatería tiene la oportunidad de transformar estos obstáculos en ventajas estratégicas. Diversificar las fuentes de suministro y establecer una presencia sólida en las redes sociales son pasos clave para asegurar un crecimiento sostenible. Además, el fortalecimiento de las asociaciones locales y una estrategia de marketing centrada en destacar su compromiso con la comunidad pueden elevar su perfil y atraer una clientela más amplia. Al capitalizar su herencia artesanal y mantener un enfoque centrado en la calidad y la innovación, Wisner está bien posicionado para no solo mantener su posición en el mercado paraguayo, sino también para expandirse y ganar reconocimiento internacional en la industria chocolatera.

Genesis Delgado



»»»» CONCLUSIONES

El análisis integral de la chocolatería Wisner revela una empresa sólida y dinámica en el mercado paraguayo. Su compromiso con la producción artesanal y la innovación en productos, como opciones orgánicas y veganas, le confiere una posición destacada. Las estrategias propuestas, centradas en fortalecer la identidad de la marca, diversificar la oferta y crear experiencias únicas para los clientes, presentan oportunidades significativas. A pesar de enfrentar desafíos como la estacionalidad, Wisner muestra resiliencia y capacidad para convertir obstáculos en ventajas estratégicas. La colaboración local y el enfoque comunitario son elementos clave para construir lealtad.

Romina Cardozo

Al adentrarnos en la creación de propuestas de planificación estratégica y control de gestión para Wisner Chocolates, se revela una visión integral de la empresa. Desde sus inicios en 2020, la chocolatería ha labrado su camino con esmero, fusionando la tradición artesanal con la ambición de ofrecer al mercado paraguayo un chocolate único, respaldado por granos de cacao de la mejor calidad provenientes de Colombia. La alianza con productores locales y la oferta de eventos y clases no solo refuerzan el compromiso comunitario de Wisner, sino que también demuestran una apertura a la innovación, esencial en un mercado en constante evolución.

El análisis FODA destaca las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que delinear el panorama competitivo. La producción artesanal se erige como una fortaleza, mientras que la estacionalidad y la tendencia hacia lo saludable abren puertas a nuevas oportunidades. Sin embargo, amenazas como la competencia de productos sustitutos y la dependencia de proveedores subrayan la necesidad de estrategias cautelosas. La combinación de estrategias genéricas y competitivas, desde liderazgo en costos hasta la diferenciación de productos, proporciona un marco sólido para que Wisner Chocolates se posicione como líder en la industria chocolatera paraguaya. La misión de transformar la experiencia del chocolate en Paraguay, unida a objetivos estratégicos como la innovación en diseño y el aumento del reconocimiento en el mercado, delinear un camino claro hacia la excelencia y el crecimiento sostenible.

Marcelo López San Martín

La Chocolatería Paraguaya Wisner se encuentra en una posición única en el mercado, destacando por su enfoque artesanal en la producción de chocolates. Esta característica puede ser una ventaja significativa, ya que muchos consumidores valoran la atención al detalle y la calidad que proviene de productos hechos a mano. Sin embargo, enfrenta varios desafíos en un mercado competitivo.

La competencia con marcas internacionales, la disponibilidad constante de ingredientes de alta calidad y la naturaleza estacional de la demanda son factores que la chocolatería debe abordar estratégicamente. La colaboración con otros productores locales y la diversificación de productos pueden ser estrategias efectivas para expandir su base de clientes y garantizar un flujo de ingresos más constante.

La fortaleza de utilizar ingredientes locales de alta calidad es una oportunidad clave para diferenciarse y atraer a consumidores que buscan autenticidad. Además, la posibilidad de ofrecer eventos, clases o talleres no solo puede generar ingresos adicionales sino también crear una comunidad de entusiastas del chocolate, fortaleciendo la marca y la lealtad de los clientes.

Diana Vera



»»»» CONCLUSIONES

En el análisis exhaustivo de la chocolatería Wisner, se destaca su posición distintiva en el mercado paraguayo gracias a su compromiso con la producción artesanal y la innovación en productos, como opciones orgánicas y veganas. Aunque enfrenta desafíos como la estacionalidad y la competencia, estas circunstancias pueden convertirse en oportunidades estratégicas si se abordan con creatividad y enfoque. La colaboración con productores locales y las iniciativas comunitarias, como eventos y talleres, reflejan no solo un compromiso sino también una apertura a la evolución constante del mercado.

El análisis FODA subraya las fortalezas de Wisner, incluida la producción artesanal, pero también identifica oportunidades en la diversificación de productos y la consolidación de la identidad de marca. Aunque enfrenta amenazas como la competencia internacional y la dependencia de proveedores, estas se pueden transformar en impulsores estratégicos mediante alianzas estratégicas y la búsqueda constante de ingredientes locales de alta calidad.

Concluyendo, Wisner Chocolates emerge como un ejemplo destacado de cómo la combinación de calidad, autenticidad y participación comunitaria puede no solo consolidar una posición en el mercado local, sino también abrir puertas hacia el reconocimiento internacional. Su capacidad para transformar desafíos en oportunidades y su enfoque en la experiencia del cliente señalan un camino prometedor hacia el éxito sostenible en la industria chocolatera.

María Sol Ramírez

Al llevar a cabo la investigación y analizar las estrategias y perspectivas de Wisner Chocolates, se reveló un viaje emprendedor lleno de dedicación y visión. A lo largo de este recorrido, la empresa ha superado varias barreras hasta llegar a donde está ahora. A pesar de enfrentarse a desafíos, la chocolatería tiene la oportunidad de convertir estos obstáculos en ventajas u oportunidades, combinando la maestría artesanal con un compromiso sólido hacia los granos de cacao de la más alta calidad.

Además, se han identificado algunos aspectos en los que se puede intervenir para mejorar, como impulsar las estrategias de marketing y aumentar el reconocimiento a nivel nacional, con el objetivo de expandir la presencia en diversos segmentos del mercado.

Rebeca Olmedo

Sin dudas, la chocolatería Wisner tiene mucho potencial para seguir creciendo dentro del mercado paraguayo, ya que ofrece productos innovadores que brindan una experiencia de sabor bastante diferente a los demás chocolates. Sin embargo, aún hay muchos desafíos que la empresa debe gestionar para poder explotar al máximo su potencial, como por ejemplo el desarrollar esa cultura de consumo de chocolate artesanal en Paraguay, lo cual se podría lograr a través de un buen marketing, alianzas estratégicas con empresas que fomenten también dicho consumo y, por sobre todo, el desafío de seguir innovando en otras alternativas de productos, para no tener esa dependencia de materia prima netamente proveniente de Colombia. Todos estos desafíos junto con sus posibles soluciones, se plasman perfectamente en todas las herramientas de gestión utilizadas en el presente trabajo, las cuales serán de bastante ayuda para que Wisner siga creciendo de forma positiva en la industria del chocolate. **(Florencia Domínguez)**



»»»» CONCLUSIONES

La chocolatería Wisner desde sus inicios en 2020, se ha dedicado a la búsqueda constante de la excelencia en la selección de granos de cacao de alta calidad provenientes de Colombia, en el cual ha permitido ofrecer al mercado paraguayo un chocolate único y de calidad.

Demuestran una apertura a la innovación, esencial en un entorno empresarial en constante cambio. Wisner se introduce como un actor destacado en el mercado gracias a su enfoque artesanal, se encuentra en una posición estratégica para consolidarse como un referente en el mercado, a pesar de todas las adversidades que pudieron presentarse como falta de insumos o poca rentabilidad al comienzo de su empresa, supieron cómo enfrentar esos desafíos para seguir en el mercado.

En conclusión, veo una empresa con bastante potencial a futuro, pero tendrían que reforzar más en ciertos aspectos como el marketing de sus productos y generar más alianzas con otras empresas, ya que hoy en día mantenerse en el mapa de la venta de productos implica mucho más que solo tener un producto de calidad.

Camila Molas

La Chocolatería Wisner es una empresa joven y dinámica que se ha posicionado rápidamente en el mercado paraguayo gracias a su enfoque artesanal y la calidad de sus productos. Su compromiso con la excelencia se refleja en la selección de granos de cacao de alta calidad provenientes de Colombia, así como en el proceso de producción artesanal que sigue cada pieza.

La chocolatería tiene un gran potencial para seguir creciendo en el mercado local, pero también enfrenta algunos desafíos. Uno de los principales desafíos es la competencia internacional, ya que existen marcas globales con una gran presencia en Paraguay. Otro desafío es la estacionalidad de la demanda, ya que el consumo de chocolate suele ser mayor en épocas festivas.

Para superar estos desafíos, la chocolatería debe enfocarse en la innovación y la diferenciación. Esto podría incluir el desarrollo de nuevos productos, la diversificación de su oferta o la entrada a nuevos mercados. Además, la chocolatería debe fortalecer su marketing y su presencia en las redes sociales para llegar a un público más amplio.

Germán Gallardo

