

**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA, CONTABLE Y FINANCIERA**
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORÍA
SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN Y FINANZAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO



XIII

FERIA FACULTATIVA DE EMPRENDEDURISMO INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

CATEGORÍA

EMPRENDIMIENTO

INTEGRANTES

YUDITH NAYELI QUISPE CORONADO

221062742

DAVID ARMANDO GUZMAN RIVERA

220051704

MARIA ESTEFANIA BALLON BENIQUE

222000554

DOCENTE GUIA

FAUSTO MENDOZA IRIARTE

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto, "Cielo en Cada Bocado", a todas las personas que, de una u otra manera, han sido parte esencial de nuestras vidas y han inspirado este emprendimiento que hoy presentamos con orgullo. A nuestras familias, quienes nos han enseñado, con su ejemplo, el valor de la perseverancia, el compromiso y el trabajo en equipo. Cada consejo y cada palabra de aliento han sido el motor que nos ha impulsado a perseguir nuestros sueños y a no rendirnos, incluso cuando las circunstancias se tornaron difíciles. Es a ustedes a quienes queremos honrar con cada logro de este proyecto.

Y, por supuesto, este proyecto está dedicado a cada uno de los miembros de nuestro equipo, a quienes hemos puesto en él no solo nuestro tiempo y esfuerzo, sino también nuestras aspiraciones y creatividad. "Cielo en Cada Bocado" es el reflejo de nuestra visión conjunta, de nuestro deseo por ofrecer algo especial y único, y del compromiso que cada uno de nosotros tiene con este sueño compartido. A todos aquellos que creen en el poder de las ideas y en la importancia de trabajar unidos para hacerlas realidad, dedicamos este emprendimiento. Que este sea solo el inicio de muchas más metas y proyectos por cumplir.

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido fundamentales para que "Cielo en Cada Bocado" sea hoy una realidad. En primer lugar, agradecemos profundamente a nuestras familias, quienes nos han apoyado incondicionalmente en cada paso de este camino. Su respaldo constante, sus consejos y el amor que nos brindan día a día nos han dado la fortaleza para enfrentar cada reto con determinación y entusiasmo. Queremos también agradecer a nuestros profesores y mentores, quienes han compartido con nosotros su conocimiento, su experiencia y su paciencia. Sus enseñanzas han sido pilares fundamentales en nuestra formación y nos han guiado hacia la creación de este proyecto. Finalmente, queremos agradecer a cada uno de los integrantes de nuestro equipo. El compromiso, la entrega y el esfuerzo de todos han sido esenciales para superar los desafíos y concretar nuestra visión. Juntos, hemos aprendido y crecido, y este proyecto es el reflejo de nuestro trabajo en equipo y del entusiasmo que compartimos por este sueño.

RESUMEN EJECUTIVO

"Cielo en Cada Bocado" es un emprendimiento dedicado a la creación y venta de postres artesanales exclusivos, elaborados con ingredientes frescos, naturales y de alta calidad. El proyecto surge como respuesta a la creciente demanda en Bolivia por alimentos personalizados, saludables y de alta gama, en un mercado que aún carece de opciones locales que cumplan con estos estándares. Este informe describe el plan de negocio que tiene como objetivo posicionar a "Cielo en Cada Bocado" como la marca líder en el sector de postres artesanales en Bolivia.

El objetivo principal del emprendimiento es ofrecer una experiencia gastronómica única a través de postres personalizados que resalten por su sabor, calidad y presentación. La demanda de productos artesanales y exclusivos ha aumentado, lo que representa una oportunidad para este tipo de negocio en un mercado que cada vez valora más la calidad sobre la cantidad.

El análisis de mercado ha identificado que el público objetivo son adultos de entre 18 y 50 años, principalmente de nivel socioeconómico medio y alto, que buscan productos gourmet y personalizados. Además, la estrategia de marketing se centrará en la creación de una fuerte presencia digital y la explotación de canales de venta tanto físicos como en línea.

Se espera que, durante el primer año, "Cielo en Cada Bocado" logre estabilidad en ventas, cree una base de clientes leales y empiece a posicionarse como un referente en la industria de postres artesanales en Bolivia. En el mediano plazo, se prevé una expansión a través de alianzas estratégicas y potenciales franquicias.

El enfoque del emprendimiento se basa en la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente, con el objetivo de crear una marca que ofrezca no solo un producto, sino una experiencia culinaria exclusiva para los consumidores bolivianos.

INDICE

INTRODUCCION	7
1. Análisis Externo	8
1.1. Microentorno	8
1.1.1 Análisis de la demanda o clientes potenciales	9
1.2 Macroentorno	10
2. ANALISIS INTERNO.....	12
3. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).....	13
4. PLAN DE PRODUCCION.....	14
4.1 Plan de Producción u operación	14
5. PLAN DE MARKETING	17
5.1 Análisis del Mercado	17
6. PLAN DE RECURSOS HUMANO.....	21
6.1. personal necesario en el área de producción/operaciones.....	21
6.2 personal de dirección	21
6.3 personal de ejecución	21
6.4 personal de operación.....	22
6.5 organigrama	22
6.6 manual defunciones	22
6.7 plan carrera	22
6.8 selección.....	23
6.9 capacitación.....	23
6.10 contratación	23
6.11 inducción	23
6.12 motivación al personal (incentivos y comisiones).....	24
6.13 sueldos y salarios.....	24
6.12 seguridad e higiene personal	24
6.13 Evaluación de desempeño	24
7. PLAN DE FINANZA	24
7.1 balance general	25
Balance General	25
7.2 estados de resultado	26
Estado de Resultados	26

7.3 Flujo de caja.....	27
Estado de Resultados	27
8. estudio jurídico fiscal.....	28
Conclusión	30
Bibliografía	31
Anexos.....	32

INTRODUCCION

El emprendimiento "Cielo en Cada Bocado" nace con el propósito de ofrecer una experiencia gastronómica única y diferenciada a los consumidores bolivianos. A través de la creación de postres artesanales de alta calidad, este proyecto busca satisfacer una demanda creciente por productos más exclusivos, personalizados y elaborados con ingredientes frescos y naturales. En un mercado en constante evolución, los consumidores están cada vez más interesados en alternativas que no solo sean deliciosas, sino que también respondan a sus valores y necesidades actuales, como el consumo responsable, la salud y la autenticidad.

Bolivia, un país con una rica tradición cultural y gastronómica, ha sido testigo de un cambio en los hábitos de consumo, especialmente en el sector de alimentos. Cada vez son más las personas que buscan opciones que se alineen con sus preferencias personales, como postres saludables, elaborados con ingredientes locales o con técnicas tradicionales que realzan los sabores autóctonos. Sin embargo, a pesar de esta creciente demanda, el mercado boliviano carece de opciones suficientes que ofrezcan postres artesanales de calidad superior, preparados con ingredientes frescos y personalizados. Aquí es donde surge la oportunidad para "Cielo en Cada Bocado", un emprendimiento que no solo cubre esa brecha, sino que también promueve una experiencia que va más allá del simple consumo de un postre, convirtiéndose en un momento memorable para los clientes.

Este proyecto busca destacar en el mercado boliviano por su enfoque en la exclusividad y calidad, ofreciendo una propuesta que se aleja de la producción masiva y comercializada, para ofrecer un producto hecho a mano, cuidadosamente preparado y personalizado según las preferencias de cada cliente. En este sentido, "Cielo en Cada Bocado" no es solo una marca de postres, sino una promesa de brindar a los consumidores una experiencia sensorial completa: desde el sabor hasta la presentación, todo está diseñado para sorprender y satisfacer los paladares más exigentes.

El objetivo principal del emprendimiento es posicionarse como la opción líder en postres artesanales en Bolivia, mediante la creación de una propuesta de valor centrada en la calidad premium, la personalización y la frescura de los ingredientes. A través de un proceso de

producción artesanal y de alta calidad, se busca consolidar una marca que se distinga en el mercado por su capacidad para crear postres únicos, elaborados con ingredientes seleccionados y preparados con esmero y dedicación.

Para alcanzar este objetivo, se llevará a cabo un análisis exhaustivo del mercado y del entorno competitivo, a fin de identificar las oportunidades y los desafíos que puedan surgir. Este informe presenta el plan de negocio de "Cielo en Cada Bocado", que incluye estrategias de producción, marketing, recursos humanos y finanzas, para asegurar el éxito y la sostenibilidad del proyecto a largo plazo. En él se detallan las principales metas a corto y mediano plazo, así como los pasos a seguir para alcanzar un crecimiento sostenido, primero en el mercado local y, eventualmente, en otros mercados nacionales.

Confiamos en que "Cielo en Cada Bocado" no solo contribuirá al desarrollo de la industria de postres artesanales en Bolivia, sino que también servirá como una plataforma para promover el consumo de productos locales, frescos y sostenibles, al mismo tiempo que se ofrece una propuesta gastronómica innovadora que marca la diferencia en un mercado altamente competitivo.

1. Análisis Externo

El análisis externo es un componente crucial en la formulación del plan de negocio de "Cielo en Cada Bocado", ya que permite comprender el entorno en el que la empresa operará, identificar oportunidades y amenazas que puedan impactar su desempeño y, por ende, tomar decisiones estratégicas informadas. En este análisis se abordan los factores del microentorno y macroentorno que influyen directamente en el negocio, teniendo en cuenta el contexto específico del mercado de postres artesanales en Bolivia.

1.1. Microentorno

El microentorno está compuesto por los elementos inmediatos que afectan directamente la operación de "Cielo en Cada Bocado". Estos factores incluyen a los clientes potenciales, la competencia, los proveedores y otros actores clave en el mercado.

1.1.1 Análisis de la demanda o clientes potenciales

El público objetivo de "Cielo en Cada Bocado" se encuentra principalmente en el rango de edad de 18 a 50 años, con un nivel socioeconómico medio y alto, que valoran la exclusividad, la calidad y la personalización de los productos que consumen. Este segmento está compuesto por personas que buscan una experiencia gastronómica única, donde la autenticidad, el sabor y la presentación sean factores diferenciadores.

En particular, se debe considerar que muchos de estos consumidores prefieren productos artesanales y están dispuestos a pagar un precio más alto por postres que no solo sean sabrosos, sino que también sean visualmente atractivos y elaborados con ingredientes naturales. Además, se observa una creciente tendencia en Bolivia hacia el consumo responsable, lo que significa que los consumidores prefieren productos sin conservantes, sin aditivos artificiales y que provengan de fuentes locales y sostenibles.

Dentro de este segmento, se identifican varios tipos de consumidores, entre ellos:

Consumidores de eventos y celebraciones: Estos clientes buscan postres exclusivos y personalizados para celebraciones como cumpleaños, bodas, aniversarios y otras ocasiones especiales.

Clientes habituales: Aquellos que consumen postres en su vida cotidiana, valorando la calidad y el hecho de que sean productos naturales y hechos a mano.

Clientes gourmet: Personas que buscan productos de alta gama, elaborados con ingredientes seleccionados y que aprecian la innovación y la creatividad en la cocina.

1.1.2. Competidores

El análisis de competencia es clave para entender el posicionamiento de "Cielo en Cada Bocado" en el mercado boliviano. En Bolivia, existen varias empresas que producen postres, aunque la mayoría está orientada a productos comerciales, masivos o de menor calidad. Las principales competencias para "Cielo en Cada Bocado" provienen de marcas locales que venden postres en grandes volúmenes y con precios más bajos, pero estos productos no cuentan con el mismo nivel de personalización ni el enfoque artesanal que caracteriza a "Cielo en Cada Bocado".

Entre los competidores directos se pueden identificar marcas locales que se especializan en postres tradicionales, así como algunas pastelerías de alta gama que ofrecen opciones más exclusivas. Sin embargo, la falta de opciones completamente personalizables y de postres artesanales de calidad superior presenta una oportunidad para que "Cielo en Cada Bocado" se diferencie en el mercado.

Es crucial que la empresa se enfoque en su propuesta de valor: productos únicos, elaborados con ingredientes frescos, naturales y de calidad premium. Además, debe destacarse por la personalización de sus productos, lo que no solo atraerá a un público selecto, sino que también generará un valor emocional en los consumidores al ofrecerles una experiencia exclusiva.

1.2 Macroentorno

El macroentorno incluye factores externos más amplios que afectan el negocio, como los aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ecológicos. Estos factores influyen en las operaciones de "Cielo en Cada Bocado" de manera indirecta, pero igualmente son determinantes para evaluar la viabilidad del proyecto y los riesgos potenciales.

1.2.1 Político y Económico

Bolivia es un país con una economía emergente que ha experimentado varios cambios en los últimos años. La estabilidad política y económica es un factor clave que puede influir en el éxito de "Cielo en Cada Bocado". En este sentido, el gobierno boliviano ha implementado políticas de apoyo a pequeñas y medianas empresas (PyMEs), lo que puede beneficiar a emprendimientos como el de "Cielo en Cada Bocado". Las políticas fiscales y los incentivos para la formalización de empresas son positivos, ya que permiten acceder a ciertos beneficios, como reducciones fiscales o programas de financiamiento para emprendedores.

1.2.2 Sociocultural

El aspecto sociocultural es fundamental para el éxito de "Cielo en Cada Bocado". Bolivia está viviendo un cambio significativo en los hábitos alimenticios, con una creciente

preferencia por productos más naturales, saludables y responsables con el medio ambiente. Esta tendencia social favorece a los productos artesanales y personalizados, ya que los consumidores buscan opciones que reflejen sus valores y que no contengan productos químicos o conservantes.

Además, la creciente importancia de la gastronomía local y el fomento de productos autóctonos en la oferta culinaria boliviana presenta una excelente oportunidad para que "Cielo en Cada Bocado" utilice ingredientes locales en sus postres, lo que no solo fortalecerá su propuesta de valor, sino que también contribuirá al desarrollo de la economía local.

1.2.3 Tecnológico

La evolución tecnológica ofrece diversas oportunidades para "Cielo en Cada Bocado". En particular, las plataformas de comercio electrónico y las redes sociales se presentan como herramientas fundamentales para dar visibilidad a la marca y llegar a un público más amplio. Las plataformas digitales también permiten la interacción directa con los consumidores, facilitando la personalización de pedidos y ofreciendo un canal de ventas adicional.

1.2.4 Legal

Desde el punto de vista legal, es fundamental que "Cielo en Cada Bocado" cumpla con las normativas de seguridad alimentaria y etiquetado de productos que establece la legislación boliviana. Además, se deben cumplir las normativas laborales y fiscales, como el registro de la empresa y el pago de impuestos, para operar legalmente y evitar posibles sanciones.

1.2.5 Ecológico

La creciente conciencia ecológica a nivel mundial también está influyendo en los hábitos de consumo en Bolivia. Los consumidores buscan cada vez más productos que utilicen empaques sostenibles y que minimicen el impacto ambiental. Para aprovechar esta tendencia, "Cielo en Cada Bocado" podría optar por empaques reciclables o biodegradables, y utilizar ingredientes de temporada o de fuentes responsables, lo que

podría fortalecer aún más su imagen como una marca comprometida con el medio ambiente.

2. ANALISIS INTERNO

Fortalezas

1. Producto único y artesanal: Lo que nos diferencia es que ofrecemos postres artesanales, hechos con ingredientes frescos y naturales, lo cual es muy valorado por los consumidores que buscan algo diferente a lo que se encuentra comúnmente en el mercado. Aunque somos pequeños, podemos crear productos exclusivos que se ajusten a lo que los clientes buscan: calidad y originalidad.
2. Personalización: Al ser un emprendimiento pequeño, tenemos la ventaja de ser flexibles. Podemos ofrecer postres personalizados para cada ocasión o según los gustos de nuestros clientes, algo que grandes marcas no siempre pueden hacer. Esto nos permite establecer una relación cercana con nuestros clientes, quienes valoran mucho este detalle y lo repiten en sus compras.
3. Compromiso con la sostenibilidad: Aunque somos nuevos, tenemos un enfoque claro hacia la sostenibilidad. Desde usar ingredientes orgánicos hasta trabajar con proveedores locales, queremos contribuir al bienestar del medio ambiente. Esto nos ayuda a conectar con un público que valora el consumo responsable, lo que puede ser un punto a favor en este tipo de emprendimientos.
4. Capacidad de adaptarnos rápidamente: Al ser pequeños, tenemos la flexibilidad para adaptarnos rápidamente a nuevas tendencias y demandas del mercado. Si un cliente nos sugiere un sabor o un tipo de postre, podemos implementar cambios sin tener que pasar por procesos largos de autorización o producción, algo que las grandes empresas no siempre pueden lograr.

Debilidades

1. Capacidad de producción limitada: Como somos un emprendimiento pequeño, nuestra capacidad de producción es limitada. Esto significa que, al principio, solo podremos atender un número reducido de pedidos y no podremos abastecer grandes eventos o cubrir una alta demanda si la gente empieza a conocernos rápidamente.

2. Costos relativamente altos: Los insumos de calidad, como los ingredientes frescos y naturales que usamos, pueden ser más costosos que los de las grandes empresas que producen en masa. Esto hace que nuestros precios sean más altos, lo que puede ser un desafío, sobre todo cuando estamos comenzando y tenemos que generar confianza en nuestros clientes.
3. Falta de reconocimiento de marca: Al ser nuevos en el mercado, no tenemos el reconocimiento ni la fidelidad de marca que tienen otras empresas con más trayectoria. Esto significa que tendremos que trabajar mucho en marketing para que la gente nos conozca y elija nuestros productos. Además, no tenemos una base de clientes aún, por lo que cada venta es una oportunidad de demostrar la calidad de nuestros postres.
4. Dependencia de proveedores locales: Dependemos de proveedores locales para obtener los ingredientes frescos y naturales que utilizamos. Aunque esto nos ayuda a ofrecer productos de calidad, también nos hace vulnerables a posibles retrasos o aumentos de precio en los insumos, lo que puede afectar la rentabilidad de nuestro negocio.

3. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Fortalezas:

Postres artesanales y personalizados que nos permiten destacarnos.

Flexibilidad para adaptarnos rápidamente a nuevas demandas o sugerencias de los clientes

Compromiso con la sostenibilidad, algo que cada vez valoran más los consumidores.

Capacidad de ofrecer productos exclusivos y frescos, algo que atrae a quienes buscan calidad.

Oportunidades:

El creciente interés por los productos artesanales y personalizados.

La tendencia de los consumidores hacia la sostenibilidad, lo que nos permite atraer a un público más consciente.

Posibilidad de crear alianzas con eventos locales o tiendas de productos gourmet.

Aumento del consumo de postres especiales en celebraciones, lo que abre la puerta a un nicho interesante de mercado.

Debilidades:

Limitación en la capacidad de producción, lo que dificulta atender a grandes pedidos o demandas altas.

Costos más altos de producción en comparación con marcas comerciales.

Necesidad de generar reconocimiento de marca y construir una base de clientes leales.

Dependencia de proveedores locales que puede generar incertidumbre en la cadena de suministro.

Amenazas:

La competencia de grandes marcas que producen postres de manera masiva y tienen precios más bajos.

Fluctuaciones en los precios de los ingredientes y otros insumos, lo que podría afectar la rentabilidad.

La dificultad de establecerse rápidamente en un mercado competitivo.

Desafíos económicos que puedan afectar el poder adquisitivo de los consumidores.

4. PLAN DE PRODUCCION

4.1 Plan de Producción u operación

Proceso de producción

La producción será artesanal, utilizando ingredientes frescos y naturales. Aunque somos pequeños, nos aseguraremos de que cada paso sea cuidado para mantener la calidad de nuestros postres. El proceso será el siguiente:

- Selección de ingredientes: Se trabajará con proveedores locales para obtener ingredientes frescos y de alta calidad. Buscaremos productos orgánicos, siempre que sea posible, para mantener el enfoque en la calidad natural de los postres.

- Preparación: Los postres se elaborarán de manera artesanal en pequeñas cantidades para garantizar la frescura y la calidad en cada bocado. Cada receta se ajustará para adaptarse a las preferencias locales y a las tendencias actuales del mercado.
- Control de calidad: Al ser un emprendimiento pequeño, el control de calidad será supervisado por el fundador y el chef principal. Se garantizará que cada producto cumpla con los estándares de sabor, textura y presentación antes de ser entregado.
- Empaque y presentación: Para que los postres lleguen en óptimas condiciones, se usará un empaque adecuado que refleje la calidad artesanal y el compromiso con la sostenibilidad, utilizando materiales reciclables y ecológicos.

Ubicación y Espacios de Trabajo

Se rentará un local pequeño en Santa Cruz que sirva tanto como taller de producción como punto de venta para atención directa al cliente.

- Taller de producción: Un espacio de trabajo básico, equipado con hornos, batidoras, refrigeradores y utensilios necesarios para la producción artesanal de los postres. El área será diseñada para maximizar la eficiencia y asegurar un ambiente limpio y organizado.
- Oficina administrativa: Un pequeño escritorio dentro del mismo local donde se gestionarán las ventas, la contabilidad, las relaciones con proveedores y la atención al cliente.

Proveedores y Gestión de Inventarios:

- Proveedores de ingredientes: Buscarán productos frescos y locales como frutas, lácteos, harinas y otros ingredientes para asegurar la calidad de los postres.
- Proveedores de empaque: Se seleccionarán proveedores que ofrezcan empaques reciclables y ecológicos, lo que nos permitirá reflejar el compromiso con la sostenibilidad en nuestros productos.

La gestión de inventarios será sencilla, comenzando con un sistema manual para registrar las existencias de ingredientes y productos terminados. Se llevará un control básico para evitar desabastecimientos y garantizar que siempre haya suficiente materia prima para la producción.

Plan de Producción y Entregas

- Recepción de pedidos: Los pedidos se recibirán principalmente a través de la tienda en línea (redes sociales, página web, WhatsApp) y en el local físico. Se dará prioridad a los pedidos personalizados y a las solicitudes de clientes recurrentes.
- Planificación de la producción: Con los pedidos del día, el chef y el asistente planificarán las actividades para producir las cantidades necesarias sin generar desperdicios. Los postres serán preparados según el calendario de pedidos.
- Entrega: Como estamos comenzando, las entregas se realizarán dentro de Santa Cruz mediante un servicio de mensajería local o transporte propio. El objetivo es garantizar que los productos lleguen frescos y en tiempo y forma.

Control de Calidad

- Revisión de ingredientes: Todos los ingredientes serán verificados antes de ser utilizados para asegurar su frescura y calidad.
- Revisión de postres: Cada postre será revisado antes de ser entregado, verificando su sabor, textura, y presentación.
- Retroalimentación: La atención al cliente incluirá recibir comentarios sobre la calidad de los postres, lo que nos permitirá mejorar continuamente el producto.

Estrategias de Crecimiento Operacional

- Incremento gradual de la capacidad de producción: A medida que aumenten las ventas, planeamos invertir en equipos adicionales para aumentar la producción, sin comprometer la calidad artesanal.
- Expandir el equipo: A medida que crezca la demanda, se contratará más personal para apoyar en la producción y las ventas.
- Ampliación del alcance de mercado: Con el tiempo, se buscará expandir la oferta a otras ciudades cercanas y explorar oportunidades de venta a través de eventos o alianzas con tiendas gourmet locales.
- Aumentar la presencia en línea: Mejorar la presencia digital con campañas en redes sociales y mejorar el sitio web para recibir más pedidos en línea.

5. PLAN DE MARKETING

El plan de marketing de "Cielo en Cada Bocado" tiene como objetivo posicionar a la marca como un referente en postres artesanales en Santa Cruz, Bolivia. Dado que somos un emprendimiento pequeño, nos centraremos en estrategias de bajo costo, pero altamente efectivas para generar visibilidad, atraer clientes y fomentar la fidelidad hacia nuestra marca.

5.1 Análisis del Mercado

Segmentación del Mercado:

- Demográfica: Nos dirigimos a adultos entre 18 y 50 años, tanto hombres como mujeres, de clase media y alta, que buscan productos de alta calidad. Dentro de este segmento, nos enfocamos en:
 - Jóvenes profesionales que valoran la calidad en los alimentos.
 - Familias que celebran eventos especiales como cumpleaños, aniversarios y otras ocasiones especiales.
 - Amantes de los postres gourmet y saludables.
- Psicográfica: Personas que buscan productos artesanales, exclusivos y naturales, preocupados por la salud y el bienestar. También nos dirigimos a aquellos interesados en la personalización de productos.

Competencia:

El mercado de postres en Santa Cruz cuenta con competidores que ofrecen productos más comerciales y menos enfocados en la personalización o en el uso de ingredientes naturales. Algunos competidores relevantes incluyen tiendas de repostería y pastelerías tradicionales, pero pocos se enfocan exclusivamente en el concepto artesanal y premium como lo hacemos nosotros. Esta es nuestra ventaja competitiva.

Posicionamiento de Marca

Nuestro objetivo es posicionarnos como una marca artesanal, exclusiva y saludable, que ofrece una experiencia única con postres de calidad premium, utilizando ingredientes frescos, naturales y de origen local siempre que sea posible. Queremos que nuestros clientes perciban

a "Cielo en Cada Bocado" no solo como un lugar donde comprar postres, sino como una marca que representa momentos especiales, sabores auténticos y un compromiso con el bienestar.

Estrategias de Marketing

A) Marketing Digital:

1. Redes Sociales:

- Facebook e Instagram: Utilizaremos estas plataformas para mostrar el proceso artesanal de nuestros postres, compartir fotos atractivas y videos de la producción. Las redes serán fundamentales para conectar con nuestro público objetivo.
- Publicidad en redes: Invertiremos en publicidad segmentada para alcanzar a los clientes potenciales en Santa Cruz, mostrando promociones especiales, ofertas para eventos y nuevos lanzamientos de productos.
- Influencias locales: Buscaremos colaborar con micro-influencers en Santa Cruz que compartan el amor por los productos naturales y gourmet. Estas colaboraciones nos permitirán aumentar la visibilidad y llegar a audiencias nuevas.

2. Sitio Web: Desarrollaremos una página web sencilla pero efectiva donde los clientes puedan ver nuestro menú, hacer pedidos en línea, conocer más sobre nuestra filosofía y valores, y obtener información de contacto.

3. Marketing de Contenidos:

- Publicaremos recetas fáciles de postres saludables, consejos sobre cómo personalizar postres para eventos, y contenido relacionado con la cultura gastronómica de Bolivia.
- Crearemos un blog o una sección de noticias que hable de tendencias en repostería artesanal, ingredientes naturales y recetas especiales.

B) Marketing Local:

1. Promociones Especiales:

- Promociones de lanzamiento: Ofreceremos descuentos en los primeros pedidos, o promociones como "compra uno y lleva el segundo con descuento" para atraer a nuestros primeros clientes.

- Promociones por eventos: Ofreceremos paquetes personalizados para celebraciones como cumpleaños, bodas y eventos corporativos, adaptando nuestros productos a las necesidades específicas de cada cliente.

2. Participación en Eventos Locales:

Participaremos en ferias y eventos locales en Santa Cruz, como la Expociencia, mercados gourmet y festivales gastronómicos. Estas participaciones nos permitirán ganar visibilidad en la comunidad local y conectar directamente con nuestros clientes.

3. Alianzas Locales:

Buscaremos alianzas con cafeterías, restaurantes y tiendas gourmet locales que deseen vender nuestros productos en sus locales. Esto ampliará nuestro alcance y dará credibilidad a nuestra marca al asociarnos con negocios ya establecidos.

4. Estrategias de Precios

- Dado que estamos en una fase inicial, buscaremos establecer precios competitivos pero que reflejen la calidad premium de nuestros productos. Los precios estarán basados en:
 - Costos de producción: Incluyendo los ingredientes de alta calidad y el proceso artesanal.
 - Percepción de valor: Al ser productos exclusivos y naturales, los precios estarán alineados con la expectativa de que nuestros postres son más que una simple compra; son una experiencia.
 - Estrategia de precios escalonados: Ofreceremos precios diferenciados según el tipo de postre y el nivel de personalización, asegurando que haya opciones para distintos segmentos del mercado.

5. Promociones y Ofertas Especiales

- Descuentos por Primer Pedido: Ofreceremos un descuento del 10% en el primer pedido a nuevos clientes que realicen su compra a través de nuestras redes sociales o página web.
- Ofertas para Eventos Especiales: Desarrollaremos promociones para ocasiones como el Día de la Madre, Navidad, San Valentín, y otras festividades populares, adaptando nuestros productos a las celebraciones locales.
- Programa de Referidos: Implementaremos un sistema de referidos en el que los clientes que recomienden a nuevos compradores reciban un descuento en su próxima compra.

6. Plan de Distribución

- Ventas Directas: Se iniciará con ventas directas en el local de producción, con un enfoque en la entrega de pedidos locales en Santa Cruz.
- Ventas Online: El sitio web permitirá recibir pedidos tanto para entregas locales como para eventos personalizados, con opciones de pago en línea (tarjetas de crédito/débito, transferencias bancarias).
- Entrega Local: Utilizaremos un servicio de mensajería local o entregas propias para asegurar que los postres lleguen frescos y a tiempo.

7. Presupuesto de Marketing

Dado que somos un emprendimiento pequeño, el presupuesto de marketing será limitado, por lo que nos enfocaremos en estrategias rentables y con un alto retorno de inversión:

- Redes sociales: Se destinará un porcentaje del presupuesto a publicidad pagada en Facebook e Instagram, que es donde nuestra audiencia se encuentra más activa.
- Eventos locales: Participación en ferias y eventos locales con un presupuesto inicial moderado para maximizar la visibilidad.
- Publicidad Offline: Invertiremos en impresión de volantes y carteles para llegar a nuestra comunidad local, enfocándonos en zonas de alto tráfico.

6. PLAN DE RECURSOS HUMANO

El éxito de cualquier emprendimiento depende en gran medida de los recursos humanos que lo conforman. En este informe se detalla el Plan de Recursos Humanos para el emprendimiento "Cielo en Cada Bocado", una pastelería artesanal que busca ofrecer productos de alta calidad y un servicio excepcional. Con un capital social de 15,000 Bs, el enfoque principal será garantizar una correcta organización, contratación y gestión del personal, asegurando la sostenibilidad y el crecimiento del negocio

6.1. personal necesario en el área de producción/operaciones

Para iniciar el negocio, se requiere un equipo capacitado que cubra las necesidades de producción y ventas de pasteles. Nuestro personal clave debe garantizar la calidad del producto, mantener la seguridad e higiene, y ofrecer una excelente experiencia al cliente.

Para el correcto funcionamiento de la empresa, se considera fundamental contar con el siguiente personal clave en el área de producción y operaciones:

Chef Pastelero Principal: Encargado de la creación y desarrollo de las recetas, supervisión de la calidad de los productos y liderazgo en el área de cocina.

Asistente de Cocina: Ayuda en la preparación de ingredientes, decoración de productos y apoyo en el proceso de producción.

Encargado de Control de Inventarios: Supervisa los ingredientes, productos y suministros para asegurar que haya disponibilidad continua y eficiente.

6.2 personal de dirección

El gerente general es responsable de la gestión general del negocio "Cielo en Cada Bocado", estrategias de negocio, supervisión del personal clave y toma de decisiones importantes.

El encargado de producción gestiona el área de producción controla la calidad de los productos y supervisa los procedimientos de elaboración de pasteles.

Director de Marketing y Ventas: Se encargará de la promoción de la pastelería, el desarrollo de estrategias de marketing y la gestión de la relación con los clientes.

6.3 personal de ejecución

El personal de ejecución está directamente involucrado en las actividades diarias del negocio, como las siguientes posiciones:

Cocinero Especializado: Responsable de la ejecución de las recetas estándar y la producción en masa de los productos.

Vendedor o Atención al Cliente: Encargado de las ventas directas y atención al cliente, ya sea en el local físico o en línea.

6.4 personal de operación

El personal de operación será clave para asegurar que los procesos de apoyo logístico y administrativo se ejecuten correctamente:

Repartidores: Encargados de las entregas a domicilio si el modelo de negocio incluye la venta online o delivery.

Personal de mantenimiento: Responsable de la conservación y mantenimiento de los equipos de cocina y otros recursos materiales.

6.5 organigrama

1. Gerente general
2. Encargado de producción
3. Pastelero principal
4. Ayudante
5. En cargo en ventas
6. Trabajadores

6.6 manual defunciones

el gerente es el que define las metas del negocio supervisa cada uno de las áreas y controla el presupuesto de la pastelería “cielo en cada bocado” así también el encargado de producción que planifica y supervisa la calidad.

El pastelero encargado de la preparación para la venta de los productos como así también en la decoración en sí misma.

Nuestro personal de atención al cliente es el encargado de atender a nuestros clientes de manera respetuosa atendiendo a la necesidad de ellos para una buena atención.

6.7 plan carrera

Para fomentar el desarrollo profesional, se establecerá un plan de carrera que permitirá la promoción interna dentro de la empresa. Ejemplo:

Chef Pastelero Principal: Después de una evaluación positiva y demostrando liderazgo, podrá optar por un puesto de mayor responsabilidad como Gerente de Producción.

Vendedores: Podrán ascender a puestos de supervisión o gestión comercial con base en el desempeño.

6.1.5 reclutamiento

El reclutamiento del personal se llevará a cabo a través de las siguientes estrategias:

Publicación de vacantes en plataformas locales y digitales.

Uso de redes sociales y referencias internas.

Pruebas prácticas en áreas clave como la cocina y la atención al cliente.

El reclutamiento del negocio cielo en cada bocado es mediante la utilización de las redes sociales ya que han logrado un gran impacto en la sociedad creando portales de empleo para personas nuevas que quieran aprender de la repostería para la evolución y creación de nuevos productos así cumpliendo nuevas metas en el ámbito personal.

6.8 selección

El proceso de selección será exhaustivo y incluirá:

Entrevistas personales.

Evaluaciones de habilidades y pruebas prácticas para garantizar que los candidatos sean aptos para el puesto.

Análisis de la actitud y el enfoque hacia el trabajo en equipo y la atención al cliente.

6.9 capacitación

La capacitación será un pilar fundamental para asegurar que los empleados cuenten con las herramientas necesarias para desempeñarse de manera eficiente. Se implementará un programa de formación que incluirá:

Capacitación en técnicas de repostería.

Formación en atención al cliente y ventas, Normas de seguridad e higiene en la cocina.

6.10 contratación

Una vez ya realizado el reclutamiento, la elección, la capacitación se debe de pasar al paso de la contratación del personal que ha sido seleccionado para la repostería cielo en cada bocado.

Los términos de contratación estarán claramente definidos en el contrato laboral de cada empleado. Este incluirá:

Salario acordado.

Horarios de trabajo. Beneficios y derechos laborales.

6.11 inducción

Sesión de introducción para familiarizar al nuevo personal con la misión, visión y valores de “cielo en cada bocado”.

El proceso de inducción estará diseñado para integrar a los nuevos empleados de manera eficaz, proporcionando la siguiente información:

Presentación de la misión, visión y valores de la empresa.

Normas de seguridad y procedimientos internos.

Formación práctica en el puesto de trabajo.

6.12 motivación al personal (incentivos y comisiones)

Sistema de comisiones por ventas y bonos por metas cumplidas.

Para fomentar la productividad y el compromiso, se implementarán los siguientes incentivos:

Bonificaciones por metas alcanzadas.

Reconocimiento a empleados destacados.

Incentivos por desempeño en ventas o producción.

6.13 sueldos y salarios

Se establecerá una estructura salarial competitiva, ajustada a las normativas locales y acorde al mercado, para asegurar que el personal esté motivado y comprometido con la empresa. Se ofrecerán además beneficios como seguro social y otros incentivos.

6.12 seguridad e higiene personal

La seguridad y la higiene son aspectos prioritarios en cualquier empresa de alimentos. Por ello, se implementarán las siguientes medidas:

Uso obligatorio de guantes y gorros en la cocina.

Capacitación en la manipulación adecuada de alimentos.

Mantenimiento de un ambiente limpio y seguro en todas las áreas de producción.

6.13 Evaluación de desempeño

Se llevará a cabo una evaluación periódica del desempeño de cada empleado, estableciendo objetivos claros y medibles. Las evaluaciones serán de carácter constructivo, buscando siempre el desarrollo personal y profesional del equipo.

7. PLAN DE FINANZA

Resumen Ejecutivo

Nombre del emprendimiento: Cielo en Cada Bocado

Concepto: Pastelería de alta calidad con un enfoque en productos artesanales, usando ingredientes locales y ofreciendo una experiencia única a través de cada bocado.

Ubicación: (km/9 doble vía a la guardia barrio jardín Valparaíso calle jazmín)

Objetivo: Generar ingresos sostenibles, posicionarse como una marca reconocida en la ciudad y ofrecer productos de calidad superior.

.1 balance general

Balance General

Expresado en Bolivianos (bs)

Cielo en Cada Bocado

Concepto	Monto (Bs)
Activo	
Efectivo	15,000
Total Activo	15,000
Pasivo	
Deudas	0
Total Pasivo	0
Patrimonio	
Capital de Socio 1	5,000
Capital de Socio 2	5,000
Capital de Socio 3	5,000
Total Patrimonio	15,000
Total Pasivo + Patrimonio	15,000

7.2 estados de resultado

Estado de Resultados

Expresado en Bolivianos (bs)

Cielo en Cada Bocado

Concepto	Monto (Bs)
Ingresos	
Ventas	10,000
Total Ingresos	10,000
Gastos	
Materia Prima	3,000
Alquiler	1,500
Servicios (Agua, Luz)	500
Publicidad	1,000
Total Gastos	6,000
Utilidad Neta	4,000

7.3 Flujo de caja

Estado de Resultados

Expresado en Bolivianos (bs)

Cielo en Cada Bocado

Concepto	Monto (Bs)
Ingresos	
Ventas	10,000
Total Ingresos	10,000
Gastos	
Materia Prima	3,000
Alquiler	1,500
Servicios (Agua, Luz)	500
Publicidad	1,000
Total Gastos	6,000
Utilidad Neta	4,000

8. estudio jurídico fiscal

Cielo en cada bocado se constituirá como una SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.R.L.), una estructura jurídica en la que los socios limitan su responsabilidad al capital aportado, lo que protege su patrimonio personal. Este modelo permite flexibilidad en la administración y facilita la inclusión de nuevos socios mediante la autorización de los existente.

objetivos de Cielo en Cada Bocado:

Limitación de la Responsabilidad: Los socios no responderán con su patrimonio personal por las deudas de la empresa, protegiendo así sus bienes individuales.

Control en la Entrada de Socios: Para ingresar a la sociedad, es necesario el consentimiento de los demás socios, lo cual mantiene un mayor control de la composición social.

Flexibilidad en la Administración: La estructura administrativa de la S. de R.L. permite un enfoque menos formal y más ágil en la toma de decisiones, ajustándose a las necesidades de un emprendimiento en crecimiento.

Costo de Constitución Accesible: La S. de R.L. requiere menos capital inicial y trámites administrativos en comparación con la Sociedad Anónima (S.A.), lo que la hace adecuada para la etapa inicial de este negocio.

Nombre de la Empresa

La empresa se denominará legalmente Cielo en Cada Bocado, S.R.L.

Número de Socios y Aportaciones

Cielo en Cada Bocado, S. de R.L. contará con dos socios fundadores:

Socio 1: Aportará un capital de bs. - 5000,00

Socio 2: Aportará un capital de bs. - 5000,00

Socio 2: Aportará un capital de bs. - 5000,00

El capital social total es de bs. - 15.000,00

Cada socio tendrá una participación proporcional en las utilidades y derechos de decisión de acuerdo con su aportación al capital social.

"Cielo en Cada Bocado" tendrá las siguientes obligaciones fiscales:

1. Impuesto al Valor Agregado (IVA): La empresa deberá facturar y pagar el 13% de IVA sobre las ventas.

2. Impuesto a las Transacciones (IT): Es el impuesto que grava las transacciones comerciales, con una tasa del 3% sobre las ventas brutas mensuales.

3. Impuesto a las Utilidades de las Empresas (IUE): Este impuesto se aplica sobre las ganancias netas anuales de la empresa, con una tasa del 25%.

4. Aportes laborales y contribuciones (en caso de tener empleados): Se deben realizar aportes a la Caja Nacional de Salud (CNS) y a las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP) para la seguridad social y la jubilación de los empleados.

5. Patentes municipales y otros impuestos locales: Según las normativas locales, puede haber impuestos adicionales como la patente municipal o una tasa de actividad económica.

Este estudio jurídico-fiscal proporciona una estructura adecuada para establecer "Cielo en Cada Bocado" bajo la forma de una S.R.L., garantizando el cumplimiento de las obligaciones legales y fiscales necesarias para el funcionamiento del negocio.

Conclusión

"Cielo en Cada Bocado" busca brindar una experiencia sublime a sus clientes, con productos tan deliciosos que ofrecen un "pedacito de cielo" en cada bocado. Este nombre comunica calidad y placer, generando una imagen de sabores únicos y cuidadosamente elaborados.

el negocio busca generar emociones positivas y memorables en los clientes. Esto podría significar que la propuesta de valor no se centra solo en el sabor, sino en el bienestar y la satisfacción que produce el producto, asociando el consumo con momentos de felicidad o indulgencia.

La idea de "Cielo" sugiere algo especial y único, lo cual puede reflejarse en una línea de productos personalizados o en recetas exclusivas. Esto apela a un público que valora la repostería artesanal y está en busca de productos únicos y detallados, con ingredientes frescos y técnicas refinadas.

Esta propuesta puede atraer a un público que valora la artesanía en la repostería, con expectativas de ingredientes de alta calidad, creatividad en las recetas y un enfoque en la presentación. Además, el nombre abre oportunidades para una marca visual elegante y un servicio que priorice la experiencia del cliente, no solo en el sabor, sino también en la atención al detalle en cada etapa del servicio.

Bibliografía

1. <https://www.ine.gob.bo>
2. <https://www.produccion.gob.bo>
3. <https://www.cepal.org/es/temas/pymes>
4. <https://www.iadb.org/es>
5. <https://www.economiayfinanzas.gob.bo>
6. <https://www.apeb.org.bo>
7. document/572328369/Idea-de-negocio-Postres-saludables-Sweet-Life-FINAL-1
8. <https://es.linkedin.com/pulse/arma-tu-negocio-de-postres-saludables-bizz-hablemosdenegocios-tmzse>
9. <https://es.wix.com/blog/amp/como-hacer-crecer-tu-negocio>
10. https://www.sdgfund.org/sites/default/files/PS_%20MANUAL_Panama_%20plan%20de%20negocios.pdf
11. <https://es.linkedin.com/pulse/arma-tu-negocio-de-postres-saludables>

Anexos



