



XIV FERIA FACULTATIVA

DE EMPRENDEDURISMO INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

NOMBRE DEL PROYECTO: Creamy Goat Ice Cream

CATEGORÍA

EMPRENDIMIENTO

INTEGRANTES

Aldo Cristhian Godoy Ala	220019622
Ariane Montaña Sosa	224036211
Ariana Hannover Román	224035584
Eddith Melendres Ávila	224036041
María Leilani Peña Mamani	224074288

DOCENTE GUIA

Rosa Lía Arandia Orellana

Índice

- ***logo de la empresa***
- ***nombre de la empresa***
- ***planeamiento estratégico***
 - ***Misión***
 - ***Visión***
 - ***Objetivo del negocio***
- ***Estudio de mercado***
 - ***Análisis de la competencia***
 - ***Ventaja competitiva***
- ***Estrategias***

LOGO DE LA EMPRESA



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

El proyecto está orientado en la creación de una heladería artesanal en donde su producción y venta de helados sean artesanales hechos a base de **leche de cabra** con miras a ampliar una gama de sabores y productos.

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO:

*Creamy Goat
Ice Cream*

(Helados cremosos de cabra)

1. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

MISION:

Nuestra misión es ofrecer un producto novedoso, hechos a base de leche de cabra, un producto de calidad, fresco y amigable con la salud de nuestros clientes, así también con precios económicos al alcance de cada familia.

VISIÓN:

Creamy Goat Ice Cream busca convertirse en una empresa referente en la distribución y elaboración de helados artesanales hechos con leche de cabra y sus distintas variedades a nivel departamental y en un futuro a nivel nacional.

OBJETIVO DEL NEGOCIO:

El objetivo de la empresa es posicionar nuestra marca y producto. Para ello se implementará los siguientes sistemas:

-Sistema de producción. – en él se desarrollará los protocolos de producción que mantenga el proceso artesanal a la hora de preparar los helados de los distintos tipos de sabores hechos a base de leche de cabra. Tratando también de acelerar su proceso se combinará equipo tecnológico, con personal humano altamente calificado con amplio conocimiento en producción de helados artesanales, tratando también de reducir el uso de aditivos y conservantes que le quiten la esencia de nuestro producto.

-Sistema atención al cliente. – en el desarrollaremos nuestro modelo de atención a todos nuestros clientes, partiendo de la capacitación a nuestro personal humano en el manejo y control del producto desde su posterior preparación final (la presentación del producto) hasta el trato que reciba el cliente en si a la hora de recibir su producto en sus manos, cuidando siempre todos los detalles habidos y por haber.

Descripción breve de la empresa: Nuestro producto está orientado en la venta de **helados y Brownies con helado** con coberturas variadas entre muchos otros productos que se ira produciendo y sacando en el transcurrir del tiempo de vida de la empresa.



2. ESTUDIO DE MERCADO

Mediante un estudio previo realizado podemos destacar los tipos de clientes que se busca satisfacer con nuestros productos y estos son:

CLIENTE COMUN

En esta área de estudio podemos encontrar a nuestra clientela con un poder adquisitivo medio con un rango de edad comprendido entre los 5 años hasta los 80 años, clientes que se decantan por el consumo de helados y postres en sus fines de semana, días de escuela horas de almuerzo o sus momentos de descanso y salidas laborales entre otros, podemos clasificar a nuestros clientes de la siguiente manera:

- Niños
- Jóvenes
- Adultos y adultos mayores
- Personas con algún tipo de intolerancia leve a la lactosa.

CLIENTE EMPRESARIAL

Esta parte del estudio nos muestra a nuestros clientes con un potencial y poder adquisitivo amplio dedicado al área comercial, entretenimiento entre otras y podemos mencionar a nuestros clientes potenciales tales como:

- restaurantes
- supermercados
- centro de eventos (fiestas, aniversarios)

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

CRITERIO A EVALUAR	EMPRESAS QUE SE ENFOCAN EN NUESTRO RUBRO			
	HELADOS CABRERA	BITS Y CREAM	HELADOS VACAFRIA	MI EMPRENDIMIENTO
Precios	Maneja un buen margen de precios	Maneja un buen margen de precios.	Sus precios son elevados	Nuestros precios son estables.
Cantidad de Producción	Su producción es a escala industrial. Maneja grandes márgenes de productividad.	Su capacidad de producción es moderada e industrial.	Cuenta con un buen sistema de producción industrial.	Nuestra producción es menor más artesanal.
Atención al Cliente	Cuenta un buen servicio.	Cuenta con un buen servicio.	Cuenta con un buen servicio.	Contamos con un buen servicio.
Calidad de Insumos	Su calidad es normal en el que se destaca su manipulación y durabilidad de exposición.	Su calidad es normal, destacando una mezcla entre lo artesanal e industrial.	Su calidad es más artesanal que industrial no llevan mucho conservante.	Nuestra calidad es amigable con la salud de nuestros clientes centrado en lo artesanal.
Variedad de Productos	Cuenta con una amplia gama de productos.	Cuenta con una buena variedad de sabores y productos.	Cuenta con una variedad de productos moderado.	Contamos con una variedad moderada de productos.
Promociones	Sus promociones son bajas.	Sus promociones son altas.	Sus promociones son bajas.	No contamos con promociones
Presencia en Redes Sociales	Cuenta con una amplia presencia publicitaria en el mercado.	Cuenta con una buena presencia en el mercado.	Su presencia no es muy extensa.	Nuestra presencia es baja.
Ubicación de Venta	Abarca una amplia zona de mercado y cuenta con buen posicionamiento de marca a nivel nacional.	Su presencia es mas a nivel departamental que nacional.	Cuenta con una presencia moderada a nivel nacional y a nivel departamental si es amplio.	Nuestra presencia de venta es mas a nivel ciudad. Con miras de crecimiento.

N°	VENTANJAS COMPETITIVAS
1	La ventaja a destacar que diferencia nuestro producto de las demás es que la misma en si cuenta con un alto grado nutricional y de aceptación a la salud de nuestros clientes.
2	Cuenta con un 1% menos de lactosa que es más amigable con la salud de mucho de los consumidores a nivel departamental que presentan algún tipo leve de intolerancia a la lactosa.
3	Nuestra producción es más centrada en la producción artesanal cuidando mucho el no exceder en el uso de químicos conservantes que de alguna manera afecte a la calidad de nuestro producto.

3. ESTRATEGIAS

Costos

<u>Brownies con helado</u>	VALOR EN Bs.
Insumos	
Helados (2lts)	200
Brownies (28u)	165
Crema Chantillí (1lts)	45
Frutilla (200gr)	10
Leche Condensada(400gr)	40
Otros insumos	
Platillos (30 u)	10
Paletitas(50u)	10
hielo	20
Total	490



Costos fijos:

Detalle	VALOR EN Bs.
luz	70
agua	50
total	120

Cálculo del costo total

Costo total = Costos variables + Costos fijos

Bs. 490 + Bs. 120 = Bs. 610

Número de unidades producidas

Se tienen **28 Brownies** producidos.

Costo unitario de venta

Costo total / cantidad de unidades

Bs. 610 / 28 = Bs. 21.79 (aproximadamente)

El **costo de venta unitario** de un Brownies con helado es de aproximadamente **Bs. 21.80** c/u. redondeado a vender seria a **Bs. 22 c/u**

Ahora si se quiere tener una ganancia máxima del 20%

Ganancia del 20%

20% de 21.80 =

$$0.20 \times 21.80 = \text{Bs. } 4.36$$

Precio de venta con 20% de ganancia

Bs. 21.80 + Bs. 4.36 =

Bs. 26.16

Resumen de Costos y Precio de Venta – Brownies con Helado

Concepto	Detalle	Monto (Bs.)
Costos Variables	Insumos (helado, Brownies, etc.)	490.00
Costos Fijos	Luz: 70, Agua: 50	120.00
Costo Total	Variables + Fijos	610.00
Cantidad de Unidades	Brownies disponibles	28
Costo Unitario	610 / 28	21.80
Ganancia (20%)	20% sobre 21.80	4.36
Precio de Venta Unitario	Costo + Ganancia	26.20

Conclusión: vender cada Brownies con helado a **Bs. 26.20** (redondeando) para obtener una ganancia del 20%.

Ahora partiendo del interés de 20% en nuestra ganancia. Podemos decir que nuestro puntos de equilibrio, mínima y máxima eficiencia.

Datos clave:

- Costos fijos: Bs. 120
- Costo variable unitario: Bs. 21.80
- Precio de venta unitario: Bs. 26.20
- Ganancia por unidad: Bs. 26.20 - Bs. 21.80 = Bs. 4.40

Ahora calculamos:

1. Punto de equilibrio: Es la cantidad mínima de unidades que necesitas vender para cubrir todos tus costos, sin ganar ni perder.

$\text{Punto de equilibrio} = \text{Costos fijos} / (\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario})$

$\text{Punto de equilibrio} = 120 / (26.20 - 21.80) = 120 / 4.40 \approx 27.27 \rightarrow \text{Se redondea a 28 unidades.}$

Esto significa que se necesita vender las 28 unidades solo para cubrir tus costos, sin generar utilidad.

2. Mínima eficiencia: Generalmente, representa el porcentaje mínimo de unidades vendidas necesarias para no tener pérdidas. En este caso, si produces 28 unidades:

$\text{Mínima eficiencia} = (\text{Punto de equilibrio} / \text{Total unidades producidas}) \times 100$

$$= (28 / 28) \times 100 = 100\%$$

3. *Máxima eficiencia: Se asume como el 100% de la capacidad de venta (todas las unidades vendidas). Si vendes las 28 unidades a Bs. 26.20 cada una, obtendrás una utilidad del 20%.*

Indicador	Fórmula o Referencia	Resultado
Costo Fijo Total	Luz + Agua	Bs. 120.00
Costo Variable Unitario	Costo total variable / 28 unidades	Bs. 21.80
Precio de Venta Unitario	Con 20% de ganancia	Bs. 26.20
Ganancia por Unidad	Precio - Costo variable	Bs. 4.40
Punto de Equilibrio	$120 / (26.20 - 21.80)$	28 unidades
Mínima Eficiencia	$(28 / 28) \times 100$	100%
Máxima Eficiencia	Todas las unidades vendidas con ganancia	100% (Bs. 123.20 de ganancia total)

Indicador	Cálculo	Resultado
Punto de Equilibrio	Costos Fijos / (Precio - Costo Variable Unitario)	$120 / (26.20 - 21.80) = 27.27 \approx 28$ unidades
Mínima Eficiencia (%)	(Punto de Equilibrio / Total de unidades) $\times 100$	$(28 / 28) \times 100 = 100\%$
Máxima Eficiencia (%)	Todas las unidades vendidas con ganancia del 20%	100%
Utilidad a Máxima Eficiencia	(Ganancia por unidad \times Total unidades)	$Bs. 4.40 \times 28 = Bs. 123.20$

Conclusiones:

- ☐ *Punto de equilibrio: se necesita vender 28 unidades para cubrir todos tus costos (sin ganancia).*
- ☐ *Mínima eficiencia: en nuestro caso es 100%, porque solo al vender todas las unidades cubres tus costos.*
- ☐ *Máxima eficiencia: 100% también, ya que al vender todas las unidades obtendremos la ganancia esperada del 20%.*