



XIV FERIA FACULTATIVA

DE EMPRENDEDURISMO INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

NOMBRE DEL PROYECTO: TACO SWEET

CATEGORÍA
EMPRENDIMIENTO

INTEGRANTES

LORENA CHARUPA PESOA

NUBIA ANDREA BALBOA PABON

AYDEE ABIGAIL RIMBA CHILO

SULECA MARCANI BARENTOS

DANNA PAOLA BARRANTOS RODRIGUEZ

DOCENTE GUIA

ROSA LIA ARANDIA ORELLANA

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. JUSTIFICACIÓN.....	4
3. OBJETIVOS.....	6
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	6
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
6. DESARROLLO DEL TEMA.....	7
6.1 PLANTEAMIENTO ESTRATEGICO.....	7
6.2 ESTUDIO DE MERCADO.....	8
6.3 ESTRATEGIAS.....	9
7. CONCLUSIÓN.....	10
8. RECOMENDACIÓN.....	11
9. BIBLIOGRAFÍA.....	12

INTRODUCCIÓN

En un contexto económico y social donde la creatividad se ha convertido en una herramienta clave para emprender con éxito, el sector gastronómico continúa demostrando ser uno de los más dinámicos y con mayores oportunidades de innovación. Particularmente dentro del rubro de los postres, los consumidores actuales especialmente los jóvenes y adolescentes muestran una clara preferencia por productos que no solo sean sabrosos, sino que también generen una experiencia visual, emocional y social. En este entorno surge TacoSweet, un emprendimiento que busca fusionar la esencia del tradicional taco con la dulzura de los postres contemporáneos, creando un concepto completamente nuevo para el mercado boliviano.

TacoSweet no es solo una propuesta gastronómica, sino también una invitación a explorar nuevas formas de disfrutar el dulce. A través de la reinvención del taco, se plantea un producto flexible, personalizable y altamente atractivo para el consumidor joven. La base del producto está conformada por tortillas dulces de chocolate, vainilla u otros sabores innovadores, que se rellenan con una variedad de frutas frescas, cremas batidas, salsas dulces y toppings decorativos, como chips de colores, galletas troceadas, frutos secos o confites. Esta combinación no solo resalta por su sabor, sino también por su presentación llamativa, ideal para el entorno digital y las redes sociales.

El surgimiento de TacoSweet responde a una necesidad no cubierta dentro del mercado de snacks y postres en Bolivia. A pesar de la existencia de numerosas propuestas en el ámbito de la repostería, heladería y pastelería, pocas ofrecen un producto que mezcle novedad, personalización, estética y rapidez en la preparación y consumo. El formato de los tacos dulces permite un servicio ágil, adaptado al ritmo de vida de los estudiantes y jóvenes profesionales, quienes valoran productos “listos para llevar” (grab & go), pero que no sacrifiquen calidad ni originalidad.

Además, el enfoque de TacoSweet va más allá del simple acto de vender un producto alimenticio. La idea se sustenta en el desarrollo de una marca con identidad propia, que hable el lenguaje de los jóvenes, que se vincule con sus intereses y que genere una comunidad en torno al disfrute de lo dulce. Desde el diseño del logo hasta la presentación del empaque, cada detalle busca conectar

con las emociones del consumidor y proyectar una imagen moderna, amigable y cercana.

Uno de los pilares fundamentales de TacoSweet es la personalización. En un tiempo donde las experiencias a medida ganan terreno en todas las industrias, permitir al cliente armar su postre ideal se convierte en un elemento diferenciador. Esta dinámica convierte cada compra en un momento de creatividad, donde el usuario decide con qué fruta combinar su taco, qué toppings añadir y cómo decorar su postre. Esta participación activa fortalece la relación entre marca y consumidor, generando una sensación de pertenencia que va más allá del producto en sí.

Desde el punto de vista operativo, TacoSweet también representa una oportunidad estratégica. Su formato de producción es flexible, permitiendo la instalación tanto en espacios reducidos como carritos móviles, food trucks o ferias, así como en locales más establecidos. Esta versatilidad abre la posibilidad de iniciar con una inversión inicial moderada y escalar el modelo conforme crece la demanda. Además, la rotación rápida de ingredientes y la facilidad de preparación hacen del modelo un sistema eficiente que puede ser operado con un equipo reducido, optimizando los costos de operación.

A través de este plan de negocio se pretende presentar de forma integral todos los elementos que hacen viable y sostenible a TacoSweet como emprendimiento. Se desarrollará un análisis detallado del entorno del mercado boliviano, identificando a los competidores actuales, las tendencias de consumo, las preferencias del público objetivo y las oportunidades de posicionamiento. Asimismo, se expondrán las estrategias de marketing, los canales de venta más adecuados, el diseño del producto, la estructura de costos y la proyección económica para el primer año de operaciones.

Además, se destacará la propuesta de valor que distingue a TacoSweet: su capacidad para brindar un producto atractivo, personalizable y adaptado a los gustos contemporáneos, con una estética pensada para redes sociales y una ejecución rápida que se ajusta a los hábitos de consumo actuales. En un mundo donde la comida también se ha convertido en una forma de expresión,

TacoSweet se posiciona como una marca que entiende las nuevas formas de consumo y se adapta a ellas con creatividad.

Finalmente, este documento tiene como objetivo no solo validar la viabilidad económica del proyecto, sino también evidenciar su potencial de crecimiento. Se analizará la posibilidad de expansión a otros puntos estratégicos del país, así como la incorporación de nuevos sabores, alianzas con proveedores locales, promoción a través de influencers y estrategias digitales. TacoSweet no es un emprendimiento estático, sino una propuesta viva, que puede evolucionar y crecer junto a las tendencias del mercado y las preferencias de su público.

JUSTIFICACIÓN

La creación de TacoSweet responde a una necesidad concreta detectada dentro del mercado juvenil boliviano: la búsqueda de postres que no solo sean sabrosos y accesibles, sino que también se distingan por su originalidad, presentación llamativa y capacidad de adaptarse a los gustos individuales. En un entorno donde las experiencias gastronómicas se han convertido en un componente importante del estilo de vida, especialmente entre los jóvenes y estudiantes universitarios, resulta evidente que existe una demanda creciente por propuestas que rompan con lo tradicional y ofrezcan algo nuevo, entretenido y memorable.

Aunque el mercado de postres en Bolivia cuenta con una amplia variedad de productos, gran parte de estas opciones se repite en diferentes presentaciones y no ofrece una experiencia diferenciadora. Helados, pasteles, tartas y galletas son comunes, pero pocos emprendimientos se atreven a innovar desde el formato, la estética y la interacción con el consumidor. En este contexto, TacoSweet representa una propuesta fresca y disruptiva, que introduce un nuevo concepto al transformar el formato salado del taco en una versión dulce, moderna y personalizable.

Esta innovación no es caprichosa, sino que responde a múltiples factores que justifican su potencial éxito. Por un lado, la personalización del producto permite que cada cliente se convierta en el creador de su propio postre, eligiendo entre distintos sabores de tortillas, frutas, cremas y toppings, lo cual genera una

experiencia divertida y única en cada compra. Esta tendencia a la individualización de la oferta es cada vez más valorada por los consumidores jóvenes, quienes buscan sentirse identificados con lo que consumen y disfrutar de experiencias que les permitan expresarse.

Por otro lado, el diseño del producto también cumple una función estratégica clave: su presentación visual atractiva, colorida y “instagrameable” convierte a TacoSweet en un postre ideal para ser compartido en redes sociales. Esto permite que el mismo consumidor se convierta en promotor de la marca, generando un marketing orgánico muy valioso para un emprendimiento emergente que apunta a crecer con recursos limitados. Esta estrategia no solo es económica, sino altamente efectiva en entornos como ferias estudiantiles o puntos de venta cercanos a centros educativos.

Desde el punto de vista económico, TacoSweet también es una idea rentable y de fácil implementación. Su sistema de producción no requiere maquinaria compleja ni instalaciones costosas, lo que permite iniciar con una inversión relativamente baja y escalar el modelo conforme aumente la demanda. Además, el uso de ingredientes simples pero bien combinados permite mantener precios competitivos sin sacrificar calidad, algo esencial para captar la atención de estudiantes con poder adquisitivo limitado.

Otro aspecto que refuerza la justificación del proyecto es su potencial de replicabilidad. Al ser un concepto adaptable, puede instalarse en distintos tipos de entornos: desde una feria universitaria, un food truck o un carrito móvil en un parque, hasta un local establecido o una tienda dentro de un centro comercial. Esta flexibilidad hace que el modelo sea aplicable en diversas ciudades del país, permitiendo su expansión a mediano plazo sin perder la esencia del producto.

Además, TacoSweet no solo busca posicionarse como un emprendimiento rentable, sino también como una iniciativa que motive a otros jóvenes a emprender. Al demostrar que es posible desarrollar una idea innovadora, viable y con alto impacto emocional en el consumidor, este proyecto pretende ser un ejemplo inspirador para nuevos emprendedores que deseen lanzarse al

mercado con propuestas creativas. Promueve así la cultura del emprendimiento como motor de desarrollo personal, económico y social.

Por último, cabe destacar que el enfoque de TacoSweet también contempla la posibilidad de evolucionar según las tendencias del mercado y las preferencias del público. Esto implica estar abierto a incorporar nuevas versiones del producto, opciones veganas o más saludables, ediciones limitadas por temporadas, alianzas con otros emprendimientos o marcas y una mejora constante del servicio. Esta mentalidad de mejora continua garantiza que la propuesta se mantenga vigente y atractiva con el paso del tiempo.

En resumen, la propuesta de TacoSweet está plenamente justificada por su capacidad de llenar un vacío en el mercado local, ofrecer un producto innovador y versátil, adaptarse a las necesidades del consumidor moderno y fomentar el espíritu emprendedor en jóvenes bolivianos. Se trata de una idea fresca, factible, atractiva y con un gran potencial de crecimiento, tanto a nivel económico como social. Por ello, este plan de negocio busca validar su viabilidad y sentar las bases para su desarrollo exitoso en el corto y mediano plazo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Ofrecer un producto innovador, delicioso y de calidad que satisfaga los antojos de los consumidores, mediante el uso de ingredientes frescos, una presentación atractiva y un servicio amable, para brindar una experiencia única y fomentar la preferencia de la marca en el mercado nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Diseñar y elaborar productos con variedad de sabores y toppings para atraer diferentes gustos.

Posicionar la marca TacoSweet en regiones estratégicas del país mediante puntos de venta accesibles.

Implementar estrategias de marketing digital y promociones para incentivar la compra recurrente.

Mantener altos estándares de calidad y frescura en todos los ingredientes utilizados.

DESARROLLO DEL TEMA

1. Planteamiento Estratégico

Misión:

Nuestra misión es brindar a los consumidores una experiencia dulce única, personalizada y de alta calidad, a través de tacos dulces innovadores elaborados con ingredientes frescos, creativos y visualmente atractivos. En TacoSweet nos comprometemos a fusionar sabor, presentación y originalidad, generando momentos memorables en cada bocado. Queremos inspirar a nuestros clientes a redescubrir el placer de un postre, apostando por un producto artesanal, diferente y accesible, que se adapte a sus preferencias y emociones.

Además, buscamos fomentar el espíritu emprendedor y la cultura de la innovación en Bolivia, demostrando que con ideas creativas, planificación adecuada y pasión por lo que se hace, es posible transformar un concepto en una marca exitosa. Nuestro compromiso también incluye el impulso de prácticas responsables, desde la selección de nuestros proveedores hasta el trato cercano con nuestros clientes, promoviendo un entorno de consumo amigable, confiable y auténtico.

Visión:

Ser reconocidos a nivel local y nacional como una marca líder e innovadora en el sector de postres personalizados, destacándonos por ofrecer un producto diferente, divertido y adaptable a las nuevas tendencias del mercado. TacoSweet aspira a convertirse en un referente dentro del rubro gastronómico alternativo, no solo por la calidad y estética de sus productos, sino también por su capacidad de conectar emocionalmente con el consumidor, brindar experiencias únicas y construir una comunidad fiel de clientes satisfechos.

A mediano y largo plazo, proyectamos expandirnos a otros departamentos del país mediante alianzas estratégicas, puntos móviles y presencia en eventos gastronómicos y ferias, manteniendo siempre nuestra esencia creativa y

cercana. Nuestra visión incluye el desarrollo de nuevos productos derivados y ediciones especiales, fortaleciendo nuestra identidad como una marca dinámica, en constante evolución y comprometida con la satisfacción de sus clientes..

Objetivo del Negocio:

- ¿Cómo? Ofrecer un producto innovador, delicioso y de calidad.
- ¿Cómo? A través del uso de ingredientes frescos, una presentación atractiva y una atención amable.
- ¿Para qué? Para brindar una experiencia única al cliente, fomentar la recompra y posicionarnos como una opción creativa en el rubro de postres.

Breve descripción del Negocio:

Somos un emprendimiento dedicado a la elaboración y venta de tacos dulces, una propuesta innovadora que combina bases saborizadas con rellenos creativos y deliciosos. Nuestro objetivo es ofrecer un postre original, accesible y de calidad que sorprenda a los amantes de lo dulce, posicionándonos como una opción diferente dentro del mercado de postres en Bolivia.

2. Estudio de Mercado

Segmento de Mercado:

N	Segmento	Perfil de Segmento
1	Consumidor Final	Personas con poder adquisitivo medio, entre 15 y 60 años, que disfrutan de postres dulces y opciones innovadoras en Bolivia.
2	Eventos y fiestas	Organizadores de eventos o fiestas con presupuesto para comprar un mínimo de 50 productos.

Análisis de la Competencia:

Se identifica la competencia directa e indirecta en el mercado para evaluar fortalezas y oportunidades del negocio.

Criterio	Competidor A	Competidor B	Competidor C	Nuestro negocio
Precio	Medio	Alto	Bajo	Competitivo
Cantidad de producto	Estándar	Generosa	Limitada	Personalizada
Atención al cliente	Buena	Regular	Excelente	Excelente
Calidad de insumos	Alta	Media	Alta	Alta
Variedad de productos	Limitada	Amplia	Media	Amplia
Promociones	Ocasionales	Frecuentes	Raras	Frecuentes
Presencia en redes sociales	Activas	Moderada	Escasas	Activas
Ubicación de venta	Centro	Periférica	Móvil	Estratégicas

Factores diferenciadores del producto o servicio:

- Variedad y personalización de toppings con opción de autoservicio.
- Bases saborizadas innovadoras (chocolate, vainilla, red velvet).
- Ingredientes frescos y de alta calidad en cada producto.
- Facil de llevar y consumer, perfecto para estudiantes en movimiento
- Postre innovador y como comun en el Mercado local
- Ediciones especiales segun temporada o eventos

3. Estrategias

Estrategia de Precios:

Concepto	Valor (Bs)
Costo de Venta o Producto	4.00
Descuento	0.50
Impuesto	0.58
Comisión de Venta	0.40
Margen deseado	3.00
Precio de Venta	8.00

Estrategia de Distribución:

TacoSweet se ubicará estratégicamente en puntos de alta concentración de clientes potenciales, como universidades, centros comerciales y zonas concurridas, facilitando el acceso a nuestros productos.

Estrategia de Promoción:

Se implementarán promociones atractivas como descuentos por volumen, ofertas especiales en fechas clave, y campañas en redes sociales para aumentar la visibilidad y fidelizar a los clientes.

Estrategia de Producto:

Desarrollar y mantener un menú variado con bases saborizadas y toppings frescos, asegurando calidad constante y opciones personalizables para satisfacer diferentes gustos y preferencias.

CONCLUSIÓN

Este plan de negocios demuestra que TacoSweet posee un alto potencial para posicionarse dentro del mercado nacional gracias a su propuesta innovadora, centrada en ofrecer tacos dulces personalizados con una estética llamativa y un sabor distintivo. La combinación entre creatividad, calidad en los ingredientes y una presentación única no solo responde a las preferencias actuales del consumidor, sino que también aporta un aire fresco al rubro de los postres en Bolivia.

El enfoque estratégico adoptado, junto con un estudio de mercado detallado, estrategias de marketing bien definidas y un modelo adaptable a distintos escenarios de venta, permiten visualizar al emprendimiento como un negocio rentable y sostenible en el tiempo. Asimismo, el valor agregado de la experiencia de consumo personalizada, el diseño visual atractivo del producto y la cercanía con el público objetivo hacen que TacoSweet no sea solo un producto, sino una vivencia que los consumidores desean repetir.

En un entorno competitivo donde la diferenciación es clave, esta iniciativa representa una alternativa original y viable que puede expandirse con facilidad hacia nuevos mercados, ajustándose a distintas ocasiones de consumo y preferencias. El desarrollo de esta idea no solo es económicamente factible, sino también socialmente significativa, al promover el emprendimiento juvenil y la creatividad como motores del crecimiento empresarial.

RECOMENDACIÓN

Se recomienda proceder con la implementación de TacoSweet de forma progresiva, iniciando con una fase de prueba en entornos controlados como ferias universitarias, eventos locales o mercados gastronómicos, lo que permitirá validar el producto, recolectar retroalimentación directa del cliente y ajustar detalles operativos antes de una inversión mayor. Esta estrategia reducirá los riesgos iniciales y permitirá mejorar aspectos como la logística, presentación, comunicación y experiencia de compra.

Además, se sugiere continuar fortaleciendo la identidad visual de la marca, crear presencia digital activa a través de redes sociales y explorar alianzas con proveedores locales de frutas y productos frescos para asegurar la calidad constante del producto. La diversificación del menú con ediciones limitadas o productos temáticos también puede ser una forma efectiva de mantener el interés del cliente y aumentar la fidelización.

Finalmente, se aconseja monitorear constantemente la evolución del negocio mediante indicadores de satisfacción del cliente, ventas y costos operativos, a fin

de asegurar que la propuesta se mantenga alineada con los objetivos iniciales y pueda adaptarse de forma ágil ante cualquier cambio en las preferencias del mercado. Con compromiso, constancia y creatividad, TacoSweet puede consolidarse como una marca innovadora y apreciada dentro del mercado nacional.

BIBLIOGRAFÍA

1. <https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/ciencias-economico/LIBRO%20-%20emprendimiento%2C%20innovaci%C3%B3n%20y%20universidad.pdf>
2. https://www.researchgate.net/profile/Geovana-Mercado/publication/321299938_ABC_del_emprendimiento_Guia_para_estudiantes/links/5a1a579c0f7e9be37f9a7258/ABC-del-emprendimiento-Guia-para-estudiantes.pdf
3. <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12488/6/HablemosDeEmprendimiento.pdf>
4. <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
5. https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_01.pdf
6. <https://semanadelainnovacion.umh.es/files/2014/09/El-arte-de-innovar-y-emprender.pdf>
7. https://www.swisscontact.org/_Resources/Persistent/9/b/b/2/9bb2e253d5a27175fc0958723055aefbfd4ea1a0/Formaci%C3%B3n%20en%20emprendimiento.%20Manual%20del%20facilitador.pdf