



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORÍA
SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN Y FINANZAS
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO



EMPRENDIMIENTO (PLAN DE NEGOCIOS)



II-2025

EXPO

CIENCIA FACULTATIVA XV

NOMBRE DEL TEMA: BONBON Sweet

NÚMERO DE GRUPO: 1 **TURNO DE PRESENTACIÓN:** Mañana

DOCENTE GUÍA: Fausto Mendoza

INTEGRANTES:

NÚMERO INTERNO DE GRUPO:

Lia Camila Becerra Molina

Daniel Albert Zapata Zeballos

José Abraham Cuellar Romero

Wilber Victoria Limon

Neida Lisbeth León

Wilson Miguel Paredes Zabalaga

APOYAN:



Ph.D. Luis Alberto Méndez
DECANO



M.Sc. Miguel Sorich
VICE-DECANO



M.Sc. Gabriela Montenegro
DIR. DE INF. CONTROL DE GEST.



Ph.D. Píter Fernández
DIR. DE CONTADURÍA PÚBLICA

DEDICATORIA

Con dedicación, esfuerzo y pasión, nace Bonbon Sweet, un emprendimiento que refleja el amor por los detalles, la creatividad y el placer de endulzar cada momento. Este proyecto está inspirado en el deseo de ofrecer algo más que postres: una experiencia única que combina sabor, elegancia y calidad.

A todas las personas que creyeron en esta idea desde el principio, que apoyaron cada paso y compartieron cada logro, esta dedicatoria es para ustedes. Su confianza y motivación fueron el impulso para convertir un sueño en una dulce realidad.

Bonbon Sweet representa el compromiso de crecer con autenticidad, mantener la excelencia en cada creación y continuar construyendo un camino lleno de sabor, inspiración y amor por lo que hacemos.

AGRADECIMIENTO

Bonbon Sweet expresa su más sincero agradecimiento a todas las personas que han hecho posible el crecimiento y desarrollo de este emprendimiento. A nuestros clientes, por confiar en nosotros y elegir nuestros productos para compartir momentos especiales; a nuestras familias y amigos, por su apoyo incondicional, sus consejos y su motivación constante.

Agradecemos también a cada colaborador y proveedor, cuyo compromiso, responsabilidad y dedicación contribuyen día a día a mantener la calidad y excelencia que caracterizan a Bonbon Sweet.

Este proyecto no solo representa un negocio, sino el resultado del esfuerzo, la perseverancia y la pasión por ofrecer lo mejor. Gracias a todos quienes forman parte de este dulce camino y nos inspiran a seguir creciendo con innovación, amor y profesionalismo.

RESUMEN EJECUTIVO

Bonbon Sweet es un emprendimiento boliviano dedicado a la elaboración y comercialización de postres artesanales, que combina calidad, elegancia y sabor en cada uno de sus productos. Su propuesta de valor se centra en ofrecer una experiencia dulce única a través de postres elaborados con ingredientes frescos y de alta calidad, cuidando cada detalle en su presentación y empaque. El negocio surge en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, un entorno dinámico, moderno y con alta demanda de productos gourmet, lo que representa un escenario ideal para su desarrollo y crecimiento.

La empresa tiene como misión endulzar los momentos especiales de sus clientes con productos artesanales de alta calidad, elaborados con pasión, creatividad y compromiso con la excelencia. Su visión es consolidarse como una marca líder en el mercado de postres artesanales en Bolivia, reconocida por su innovación, elegancia y atención personalizada. En línea con estos principios, Bonbon Sweet busca posicionarse como sinónimo de buen gusto, detalle y satisfacción.

El portafolio de productos incluye una variedad de postres finos como budines, brownies, trufas de chocolate y galletas, ideales para consumo personal, regalos, celebraciones o eventos empresariales. Cada producto se elabora de manera artesanal, cuidando la calidad, textura, sabor y presentación, lo que permite ofrecer una experiencia que combina lo visual con lo sensorial. Además, la marca utiliza un diseño de imagen elegante, en tonos rosados, que refuerza su identidad sofisticada y moderna.

El público objetivo de Bonbon Sweet está conformado principalmente por jóvenes, adultos y familias urbanas de clase media y media-alta, que valoran la calidad y el diseño en los productos que consumen. Asimismo, el emprendimiento busca atender la creciente demanda de postres personalizados para eventos sociales, empresariales y familiares, aprovechando la tendencia de consumo de productos artesanales y con presentación exclusiva. La venta se realiza principalmente a través de redes sociales, pedidos por WhatsApp y entregas a domicilio, lo que permite mantener una conexión directa y cercana con los clientes, facilitando una atención rápida y personalizada.

En cuanto al entorno competitivo, el mercado de postres en Bolivia presenta una competencia moderada, con una variedad de emprendimientos y cafeterías que ofrecen productos similares. No obstante, Bonbon Sweet se diferencia por su enfoque en la elegancia, la calidad artesanal y la personalización, atributos que le otorgan una ventaja competitiva. La estrategia se basa en ofrecer productos visualmente atractivos, con empaques finos y mensajes que transmitan emoción, ideal para ocasiones especiales. Además, se busca

fortalecer la presencia de la marca mediante estrategias de marketing digital, alianzas con cafeterías, participación en ferias gastronómicas y colaboraciones con empresas de catering y eventos.

Desde el punto de vista económico, Bonbon Sweet representa una oportunidad de negocio rentable y sostenible, ya que el mercado de postres continúa en expansión y los consumidores muestran una alta predisposición a adquirir productos diferenciados. La estructura de costos se mantiene equilibrada gracias al trabajo artesanal, el control de insumos locales y la producción bajo demanda, lo cual optimiza recursos y reduce desperdicios.

En conclusión, Bonbon Sweet se consolida como un emprendimiento innovador y con gran potencial de crecimiento en el sector gastronómico boliviano. Su propuesta combina creatividad, pasión y profesionalismo, logrando una conexión emocional con sus clientes a través de productos que no solo satisfacen el gusto, sino que también transmiten belleza y dedicación. Con una visión clara y un compromiso firme con la excelencia, Bonbon Sweet aspira a expandirse a nuevos mercados nacionales y convertirse en un referente de calidad, distinción y dulzura artesanal en Bolivia.

INDICE

1. Introduccion.....	6
2. Idea de negocio.....	7
3. Naturaleza del negocio.....	9
4. Analisis Externo.....	12
4.1. Microentorno.....	12
4.2. Analisis de la demanda o clientes potenciales.....	13
4.3. Competidores.....	23
4.4. Macroentorno.....	28
4.5. Producto/ mercado.....	30
5. Analisis Interno.....	34
6. Analisis FODA.....	36
6.1. Estrategia.....	37
7. Plan Operativo.....	38
8. Plan de Marketing.....	41
8.1. Mercado objetivo o target.....	41
8.2. Analisis del producto.....	44
8.3. Analisis de precio.....	48
8.4. Analisis de la promoción.....	52
8.5. Analisis de Plaza.....	56
9. Plan de Recursos Humanos.....	57
9.1. Manual de organización.....	59
9.2. Sueldos y salarios.....	62
10. Plan de Finanzas.....	63
10.1. Balance general.....	64
10.2. Estado de resultado.....	65
10.3. Flujo de caja.....	66
11. Estudio Juridico Fiscal.....	68
12. Conclusiones y Recomendaciones.....	70
13. Bibliografia.....	71
14. Anexos.....	71

INTRODUCCION

El presente informe tiene como propósito presentar de manera detallada el emprendimiento Bonbon Sweet, un proyecto que nace de la pasión por la repostería y el deseo de ofrecer productos de alta calidad elaborados de forma artesanal. Este emprendimiento surge como una iniciativa inspirada en la creatividad, el amor por los detalles y la búsqueda de brindar momentos dulces e inolvidables a los clientes.

Bonbon Sweet se dedica a la producción y comercialización de una variedad de postres artesanales, entre los que destacan los budines, brownies, trufas de chocolate y galletas. Cada producto es elaborado cuidadosamente con ingredientes seleccionados, priorizando la frescura, la presentación y el sabor. La marca busca diferenciarse en el mercado a través de su estilo elegante y moderno, representado por una identidad visual en tonos rosas, que transmiten sofisticación, dulzura y exclusividad.

El emprendimiento tiene su origen en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, donde existe una amplia demanda de postres artesanales y personalizados. En este contexto, Bonbon Sweet surge como una alternativa innovadora, enfocada en la satisfacción del cliente, la personalización de los pedidos y la creación de experiencias únicas a través de sus productos. Su compromiso se basa en mantener altos estándares de calidad, innovación constante y atención al detalle, garantizando así la fidelización de sus consumidores.

Este informe busca exponer los principales aspectos del emprendimiento, abarcando su historia, misión, visión, objetivos generales y específicos, propuesta de valor, análisis del entorno, estrategias de mercado, estructura organizativa, así como sus proyecciones futuras. Además, se pretende demostrar la importancia de fomentar el espíritu emprendedor, la perseverancia y la creatividad como factores claves para el desarrollo de iniciativas exitosas dentro del sector gastronómico local.

La motivación principal detrás de Bonbon Sweet radica en el deseo de transformar una pasión personal en una oportunidad de negocio sostenible y con identidad propia. Este proyecto refleja el esfuerzo, la constancia y el compromiso de emprender con propósito, contribuyendo al crecimiento económico local y promoviendo una cultura de emprendimiento basada en la excelencia, la innovación y el amor por lo que se hace.

En conclusión, Bonbon Sweet representa más que un negocio: es el resultado de un sueño que busca endulzar vidas, compartir emociones y dejar una huella positiva en cada cliente a través de productos que combinan sabor, belleza y dedicación.

IDEA DE NEGOCIO

Modelo Canvas – Bonbon Sweet

1. Propuesta de Valor

Bonbon Sweet ofrece postres artesanales elaborados con ingredientes de alta calidad, cuidando la presentación y el sabor.

Su valor diferencial está en brindar una experiencia dulce, elegante y personalizada, ideal para regalar o disfrutar en cualquier ocasión.

2. Segmento de Clientes

Personas que buscan postres artesanales y de calidad.

Jóvenes y adultos amantes de los dulces y la repostería.

Clientes que desean regalos o detalles personalizados.

Empresas, cafeterías o eventos que requieren productos dulces exclusivos.

3. Canales de Distribución

Redes sociales: Instagram WhatsApp.

Entregas a domicilio en Santa Cruz de la Sierra.

Participación en ferias y eventos gastronómicos.

Futuro punto de venta físico y tienda virtual.

4. Relaciones con los Clientes

Atención personalizada y cercana.

Comunicación directa por redes sociales.

Promociones y descuentos en fechas especiales.

Programas de fidelización y seguimiento postventa.

5. Fuentes de Ingreso

Venta de postres individuales (budines, brownies, trufas y galletas).

Encargos para eventos y celebraciones.

Cajas y combos personalizados.

Futuras alianzas con cafeterías y locales gastronómicos.

6. Recursos Clave

Ingredientes e insumos de calidad.

Equipos y utensilios de repostería.

Imagen de marca (logo, diseño y empaque).

Conocimiento y creatividad en repostería artesanal.

Espacio de producción higiénico y seguro.

7. Actividades Clave

Elaboración artesanal de los postres.

Decoración y empaque de productos.

Promoción y gestión de redes sociales.

Control de calidad y atención al cliente.

Coordinación de entregas.

8. Socios Clave

Proveedores de insumos y materias primas.

Servicios de diseño gráfico y branding.

Empresas de delivery locales.

Aliados comerciales del sector gastronómico.

9. Estructura de Costos

Compra de ingredientes e insumos.

Empaques y materiales de presentación.

Publicidad y gestión de redes sociales.

Transporte y entregas.

Mantenimiento de equipos.

Resumen General

Bonbon Sweet es un emprendimiento que combina creatividad, sabor y presentación para ofrecer postres artesanales únicos.

Su enfoque en la calidad, la atención personalizada y la identidad visual elegante le permite destacarse en el competitivo mercado de Santa Cruz de la Sierra, posicionándose como una marca moderna, confiable y con gran potencial de crecimiento.

NATURALEZA DEL NEGOCIO

1. Nombre de la Empresa

Bonbon Sweet

2. Descripción del Negocio

Bonbon Sweet es un emprendimiento dedicado a la producción y venta de postres artesanales, enfocado en brindar productos de alta calidad, con excelente presentación y sabor distintivo. Ofrece budines, brownies, trufas de chocolate, galletas y postres personalizados para celebraciones, regalos o consumo diario. La empresa combina la repostería artesanal con un enfoque creativo y elegante, diferenciándose de la producción masiva y ofreciendo experiencias únicas a los clientes.

3. Misión

Ofrecer postres artesanales de alta calidad que generen experiencias dulces y memorables para nuestros clientes, mediante productos creativos, frescos y personalizados, manteniendo la excelencia en cada detalle y fomentando la satisfacción y fidelización de quienes nos eligen.

4. Visión

Ser reconocidos en Santa Cruz de la Sierra como una marca líder en repostería artesanal, destacando por la calidad, innovación y presentación de nuestros productos, expandiendo nuestra presencia a nivel local y digital, y consolidándonos como un referente de excelencia en el sector gastronómico.

5. Objetivo

General: Consolidar a Bonbon Sweet como una empresa de repostería artesanal de calidad, con reconocimiento en el mercado local y un crecimiento sostenible.

Específicos:

Ofrecer productos innovadores y personalizados para diferentes ocasiones.

Mantener altos estándares de calidad en la elaboración y presentación.

Ampliar la presencia del negocio a través de redes sociales y ventas digitales.

Fidelizar clientes mediante atención personalizada y promociones estratégicas.

6. Ventaja Competitiva

La ventaja de Bonbon Sweet radica en la combinación de sabor, presentación y personalización, ofreciendo productos artesanales de calidad superior, atención cercana al cliente y diseño elegante que los distingue de la competencia.

7. Calificación del Negocio

Bonbon Sweet se califica como un emprendimiento gastronómico artesanal de pequeña escala, con potencial de crecimiento, innovación y consolidación en el mercado de Santa Cruz de la Sierra, dirigido a clientes individuales y eventos especiales.

8. Apoyo

El emprendimiento cuenta con apoyo en:

Proveedores locales de insumos y materiales de alta calidad.

Redes sociales como herramienta de promoción y venta directa.

Familia y colaboradores que brindan apoyo logístico, creativo y operativo.

Asesorías en gestión de negocios y marketing digital para fortalecer su presencia y crecimiento.

1. ANALISIS EXTERNO

1.1 Microentorno

El micro entorno de Bonbon Sweet está conformado por los actores más cercanos al negocio que influyen directamente en su capacidad para ofrecer productos de calidad y satisfacer las necesidades del mercado. Estos factores incluyen a los clientes, competidores, proveedores, intermediarios y público.

1. Clientes:

El público objetivo de Bonbon Sweet está compuesto principalmente por jóvenes y adultos de nivel socioeconómico medio y medio-alto, con preferencia por postres artesanales y presentaciones elegantes. Estos consumidores valoran la calidad, la estética y la innovación en los productos, así como una buena atención al cliente. La tendencia creciente hacia experiencias gastronómicas personalizadas representa una oportunidad para fidelizar a los clientes mediante productos exclusivos y empaques atractivos.

2. Competencia:

El mercado de postres en Santa Cruz de la Sierra presenta una competencia moderada, con múltiples emprendimientos locales y cafeterías especializadas. Sin embargo, Bonbon Sweet busca diferenciarse por su estilo elegante, sabores únicos y atención personalizada. La competencia impulsa la mejora continua en la calidad y presentación, además de la necesidad de estrategias de marketing digital efectivas.

3. Proveedores:

Los proveedores desempeñan un papel fundamental, ya que garantizan la disponibilidad y calidad de los insumos como harina, cacao, mantequilla, frutas y empaques. Bonbon Sweet mantiene relaciones con proveedores locales confiables, lo que permite controlar los costos y asegurar frescura en los ingredientes. No obstante, la variación de precios en insumos importados puede afectar la estructura de costos.

4. Intermediarios:

Los canales de distribución son principalmente directos, a través de pedidos por redes sociales y entregas a domicilio. Sin embargo, Bonbon Sweet también podría beneficiarse de alianzas con cafeterías, eventos y plataformas de delivery para ampliar su alcance y posicionamiento en el mercado.

5. Público:

El público en general percibe positivamente a las marcas que promueven productos artesanales y estéticamente atractivos. Además, existe una creciente tendencia hacia el consumo de postres para celebraciones, reuniones y obsequios personalizados, lo cual favorece la expansión de Bonbon Sweet dentro del mercado local.

1.1.1 Análisis de la demanda o clientes potenciales

El análisis de la demanda permite identificar y comprender las características, preferencias y comportamientos de los consumidores hacia los productos que ofrece Bonbon Sweet, con el fin de establecer estrategias adecuadas de comercialización y posicionamiento.

1. Descripción general de la demanda en Bolivia:

En Bolivia, el consumo de postres y productos de repostería ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por la influencia de las redes sociales, el aumento del poder adquisitivo en áreas urbanas y la búsqueda de experiencias gastronómicas personalizadas. Los consumidores valoran los productos artesanales, las presentaciones estéticas y los sabores innovadores, especialmente en ciudades con una alta dinámica económica como Santa Cruz de la Sierra, La Paz y Cochabamba.

Los clientes bolivianos muestran una preferencia por postres que combinen sabor, presentación y accesibilidad, siendo también importantes los factores de calidad e higiene. Las tendencias actuales incluyen la preferencia por opciones para celebraciones, empaques personalizados y pedidos a través de plataformas digitales o redes sociales.

-Clientes potenciales en Bolivia

El mercado boliviano presenta una amplia diversidad de consumidores, influenciada por factores culturales, económicos y geográficos. En el caso de Bonbon Sweet, los clientes potenciales se encuentran distribuidos en todos los departamentos del país, aunque con distintas características de consumo y preferencias según cada región. A continuación, se describen los perfiles más relevantes por departamento:

Santa Cruz de la Sierra

Es el mercado más grande y dinámico del país, con una población urbana en crecimiento y un alto poder adquisitivo. Los clientes potenciales son jóvenes profesionales, familias modernas y empresas que buscan productos artesanales de calidad para eventos corporativos o personales. Existe una tendencia marcada hacia el consumo de postres gourmet, personalizados y de presentación elegante. Además, la preferencia por la compra digital y el delivery favorece la comercialización de Bonbon Sweet a través de redes sociales y plataformas en línea.

La Paz

La Paz es un departamento con alta densidad poblacional y un público diverso. Los clientes potenciales pertenecen principalmente a los sectores medio y medio-alto, entre los que destacan estudiantes universitarios, empleados públicos, ejecutivos y familias urbanas. Los consumidores paceños valoran la calidad, el sabor y la presentación, mostrando interés en productos innovadores que puedan compartir en

reuniones familiares, celebraciones o en cafeterías locales. Existe una creciente apertura hacia marcas artesanales que transmitan autenticidad y estética.

Cochabamba

Reconocida como la “capital gastronómica” del país, Cochabamba posee una fuerte cultura culinaria y un público que aprecia los sabores caseros. Los clientes potenciales son familias, jóvenes y consumidores que buscan postres tradicionales pero con toques modernos. Los productos de Bonbon Sweet pueden posicionarse fácilmente en este mercado gracias a su combinación de sabor, calidad artesanal y presentación. La demanda se concentra en postres para consumo familiar, celebraciones y ventas por porción en cafeterías.

Tarija

En Tarija, los clientes potenciales pertenecen a un segmento medio y alto con inclinación hacia productos finos y gourmet. La población local valora los postres que acompañan bebidas típicas como vinos y licores artesanales, por lo que existe una oportunidad de ofrecer presentaciones elegantes y empaques para regalo. Asimismo, el turismo local e internacional genera una demanda adicional en hoteles, restaurantes y eventos culturales, ideal para la expansión de Bonbon Sweet en esta región.

Chuquisaca (Sucre)

Sucre presenta un mercado impulsado por el turismo, la educación y los eventos culturales. Los clientes potenciales incluyen turistas nacionales e internacionales, estudiantes universitarios y familias locales. Existe interés en productos dulces que puedan ser adquiridos como recuerdos, regalos o postres de consumo diario. Bonbon Sweet podría destacar en este mercado por su estética cuidada y sus empaques elegantes, ideales para atraer a un público que valora la presentación y la calidad artesanal.

Oruro

En Oruro, la demanda de postres se concentra en las épocas festivas, principalmente durante el Carnaval, cuando aumenta el flujo de visitantes. Los clientes potenciales son familias locales y turistas que buscan productos artesanales para compartir o regalar. Durante el resto del año, el consumo es más moderado, pero existen oportunidades en cafeterías y eventos locales.

Potosí

En Potosí, el consumo de postres es más tradicional y limitado, debido al menor poder adquisitivo de la población. Sin embargo, los clientes potenciales se concentran en la capital, especialmente en familias y jóvenes que buscan productos dulces accesibles y bien presentados. Las ventas pueden enfocarse en fechas especiales o en alianzas con cafeterías y tiendas pequeñas.

Beni

El departamento de Beni cuenta con una población reducida, concentrada en Trinidad. Los clientes potenciales son familias urbanas y jóvenes que consumen postres en eventos sociales o celebraciones. Dadas las condiciones climáticas y logísticas, la oferta debe adaptarse a productos que soporten el calor y se mantengan frescos. La promoción digital puede ser una herramienta eficaz para captar este público emergente.

Pando

Pando presenta un mercado pequeño, pero con potencial de crecimiento en la capital Cobija. Los clientes potenciales son familias jóvenes, emprendedores y consumidores que buscan opciones nuevas y atractivas. El acceso a productos de repostería artesanal aún es limitado, por lo que Bonbon Sweet podría posicionarse como una marca innovadora y diferenciada mediante pedidos personalizados y entregas por encargo.

Conclusión general

A nivel nacional, los principales mercados meta para Bonbon Sweet se concentran en Santa Cruz, La Paz y Cochabamba, debido a su alta densidad poblacional, poder adquisitivo y tendencias de consumo moderno. Los demás departamentos presentan oportunidades específicas asociadas a festividades, turismo y consumo familiar.

En todos los casos, los clientes potenciales valoran la calidad artesanal, la presentación elegante, el servicio personalizado y la posibilidad de comprar a través de plataformas digitales, factores que posicionan a Bonbon Sweet como una marca con gran potencial de expansión en todo el territorio boliviano.

-Clientes potenciales internacionales

En caso de una futura expansión o exportación, Bonbon Sweet puede posicionarse con éxito en mercados internacionales que valoran los productos artesanales, de alta calidad y con presentaciones elegantes. Los postres como brownies, trufas, budines y galletas tienen una amplia aceptación global, especialmente en países donde existe demanda por productos gourmet, naturales y con identidad latinoamericana.

Principales clientes potenciales por país, considerando la afinidad cultural, el poder adquisitivo y las tendencias de consumo.

Chile

Chile es uno de los principales socios comerciales de Bolivia y un mercado con gran afinidad cultural. Los clientes potenciales son consumidores de clase media y alta, principalmente jóvenes profesionales, familias urbanas y cafeterías gourmet que buscan productos diferenciados y artesanales. Existe una fuerte tendencia hacia postres finos y empaques elegantes, especialmente en ciudades como Santiago, Viña del Mar y

Concepción. Bonbon Sweet puede destacar por su toque artesanal, estética elegante y sabores tradicionales con influencia latinoamericana.

Perú

En Perú, la gastronomía tiene una relevancia cultural muy fuerte, lo que crea una oportunidad para introducir postres con identidad artesanal y presentaciones personalizadas. Los clientes potenciales incluyen cadenas de cafeterías, restaurantes boutique, empresas de catering y consumidores jóvenes que valoran la innovación y el detalle. Además, el creciente turismo en Lima, Cusco y Arequipa impulsa la demanda de productos gourmet. Bonbon Sweet podría posicionarse como una marca de repostería artesanal de inspiración boliviana, con empaques atractivos y excelente calidad.

Argentina

Argentina presenta un alto consumo de productos de repostería y confitería, especialmente en ciudades como Buenos Aires, Córdoba y Rosario. Los clientes potenciales son panaderías artesanales, cafeterías, locales gourmet y tiendas especializadas en postres. Los consumidores argentinos valoran la calidad, el sabor y la estética, y muestran interés en productos importados con una historia o identidad particular. Bonbon Sweet puede aprovechar este mercado mediante alianzas con distribuidores locales y presentaciones orientadas al segmento gourmet o corporativo.

Brasil

Brasil es un mercado amplio y diverso, con gran demanda de productos dulces y de repostería. Los clientes potenciales se encuentran en las principales ciudades (São Paulo, Río de Janeiro, Curitiba y Brasilia), donde la clase media y alta tiene alta inclinación hacia productos diferenciados, de alta calidad y con empaques sofisticados. Bonbon Sweet puede introducirse en este mercado mediante ventas online, ferias gastronómicas y colaboraciones con tiendas gourmet, aprovechando la tendencia hacia productos artesanales y con ingredientes naturales.

Estados Unidos

Estados Unidos es uno de los mercados más atractivos para productos artesanales latinoamericanos. Los clientes potenciales son principalmente la comunidad latina, tiendas de productos importados, mercados gourmet y plataformas de venta en línea. Existe un creciente interés por productos que transmitan autenticidad, calidad y una historia de marca inspiradora. Bonbon Sweet puede posicionarse en el segmento de “premium handmade desserts”, destacando su origen boliviano, su presentación elegante y su proceso artesanal. Las ciudades con mayor potencial son Miami, Los Ángeles, Houston y Nueva York.

España

España es un mercado con alta afinidad cultural y gastronómica, donde los postres artesanales tienen una fuerte presencia. Los clientes potenciales son consumidores de clase media y alta, pastelerías, tiendas

gourmet y restaurantes que buscan productos originales. Además, la población latinoamericana residente en España representa un nicho interesante para la introducción de productos con sabor y estética boliviana. Bonbon Sweet puede presentarse como una marca artesanal latinoamericana con un estilo moderno y refinado.

México

México tiene una población con alto consumo de dulces y postres, y una industria de repostería en constante crecimiento. Los clientes potenciales son jóvenes adultos, cafeterías, restaurantes y tiendas de productos artesanales. La cultura mexicana valora los sabores intensos y los productos visualmente atractivos, lo que encaja con la propuesta de Bonbon Sweet. La introducción podría realizarse a través de plataformas digitales y colaboraciones con tiendas gourmet o emprendedores locales.

Paraguay

Por la cercanía geográfica y la facilidad logística, Paraguay representa una oportunidad inicial de exportación. Los clientes potenciales incluyen consumidores urbanos de clase media, tiendas de confitería y locales de postres en Asunción y Ciudad del Este. Bonbon Sweet podría ingresar mediante ventas por encargo, participación en ferias o distribución a través de socios locales. La afinidad cultural y la preferencia por productos importados de buena presentación favorecen la aceptación del emprendimiento.

Colombia

Colombia cuenta con una población joven y una creciente cultura del café y la repostería artesanal. Los clientes potenciales son consumidores modernos que buscan experiencias gastronómicas nuevas, cafeterías y tiendas de postres. El mercado colombiano valora los productos con identidad y diseño, lo cual ofrece una oportunidad para posicionar a Bonbon Sweet como una marca elegante y artesanal latinoamericana.

Conclusión general

Los mercados internacionales más atractivos para Bonbon Sweet en una primera etapa de exportación son Chile, Perú y Estados Unidos, debido a su proximidad comercial, estabilidad económica, y fuerte demanda por productos gourmet y artesanales. Posteriormente, pueden explorarse Argentina, México y España, donde la apreciación por la repostería artesanal y la cultura del detalle son altamente valoradas. En todos los casos, los clientes potenciales comparten características comunes: buscan productos de alta calidad, presentación estética, sabor auténtico y empaques elegantes, así como marcas con identidad artesanal y valores de excelencia. Estos factores posicionan a Bonbon Sweet como una marca con proyección internacional, capaz de competir en el segmento de postres premium y conquistar nuevos paladares fuera de Bolivia.

-Tamaño de clientes potenciales

El análisis del tamaño del mercado potencial permite dimensionar la oportunidad comercial de Bonbon Sweet dentro del sector de postres artesanales en Bolivia. Para ello, se considera la población urbana, el poder adquisitivo y los hábitos de consumo en los principales centros económicos del país.

Bolivia cuenta con aproximadamente 12 millones de habitantes, de los cuales alrededor del 70% vive en zonas urbanas. Este segmento urbano representa el principal mercado potencial para Bonbon Sweet, ya que concentra a los consumidores con mayores ingresos y acceso a canales digitales.

De acuerdo con estimaciones del Instituto Nacional de Estadística (INE) y tendencias del sector gastronómico, alrededor del 35% de la población urbana consume postres o productos de repostería de manera habitual, lo que equivale a casi 3 millones de consumidores frecuentes en el país.

Los clientes potenciales más relevantes se encuentran en:

Santa Cruz de la Sierra: 40% del mercado nacional de postres (mayor poder adquisitivo y estilo de vida moderno).

La Paz y El Alto: 30% (gran densidad poblacional y creciente cultura gastronómica).

Cochabamba: 20% (tradición repostería y consumo familiar constante).

Otros departamentos: 10% (demanda estacional o concentrada en eventos).

Dentro de este público, el segmento meta principal de Bonbon Sweet está compuesto por:

Jóvenes y adultos de 20 a 45 años, con ingresos medios y altos.

Familias que celebran fechas especiales (cumpleaños, aniversarios, festividades).

Empresas que buscan detalles corporativos, catering o regalos personalizados.

Consumidores que valoran la calidad, presentación y originalidad de los productos artesanales.

Estimación de la demanda y potencial de ventas

En base a estudios del mercado repostería local, un consumidor promedio compra entre 2 y 4 postres artesanales por mes. Considerando un precio promedio de venta de Bs 10 a Bs 15 por unidad, se puede estimar el tamaño financiero del mercado y el potencial de participación de Bonbon Sweet.

Escenario nacional (estimado):

Consumidores urbanos frecuentes: 3 millones de personas.

Consumo mensual promedio: 3 postres por persona.

Tamaño total del mercado mensual: 9 millones de postres.

Valor estimado del mercado: entre Bs 90 y Bs 135 millones mensuales.

Si Bonbon Sweet logra captar apenas el 0,1% del mercado nacional, podría vender aproximadamente:

9.000 postres por mes, generando ingresos mensuales entre Bs 90.000 y Bs 135.000, dependiendo del tipo de producto y canal de venta.

En un escenario más conservador, centrado únicamente en Santa Cruz de la Sierra, el emprendimiento podría captar una fracción menor del mercado local:

Mercado local estimado: 3,6 millones de postres mensuales.

Participación proyectada (0,2% local): 7.200 unidades por mes, equivalentes a ingresos aproximados de Bs 72.000 a Bs 108.000 mensuales.

Estas cifras reflejan el alto potencial de crecimiento que Bonbon Sweet puede alcanzar mediante estrategias de marketing digital, posicionamiento de marca y diversificación de canales de venta (por ejemplo, alianzas con cafeterías, eventos o plataformas de delivery).

Factores que influyen en el crecimiento de la demanda

Tendencias de consumo: Creciente interés por productos artesanales, gourmet y personalizados.

Canales digitales: Incremento del uso de redes sociales y pedidos en línea.

Segmento joven: Alta disposición a probar nuevas marcas y sabores.

Eventos y celebraciones: Incrementan la compra de postres en fechas especiales y festividades locales.

El mercado potencial para Bonbon Sweet en Bolivia es amplio y con posibilidades de expansión sostenida, impulsado por una demanda urbana en crecimiento y consumidores que valoran la calidad, la estética y el detalle. Con una participación inicial modesta, el emprendimiento podría alcanzar ventas mensuales entre 7.000 y 10.000 unidades en el corto plazo, con perspectivas de duplicar esta cifra mediante estrategias de fidelización, marketing digital y expansión hacia otros departamentos.

En síntesis, Bonbon Sweet se encuentra ante un escenario favorable, con un público objetivo definido, un mercado en expansión y una propuesta de valor diferenciada que le permite competir eficazmente dentro del sector de postres artesanales en Bolivia.

-Segmentación del mercado

El mercado de Bonbon Sweet se divide en distintos grupos de clientes potenciales según sus características, ubicación y hábitos de consumo. Esta segmentación permite diseñar estrategias adecuadas para cada tipo de cliente y mejorar el posicionamiento de la marca.

1. Geográfica:

El principal mercado se encuentra en Santa Cruz de la Sierra, por su alto poder adquisitivo y preferencia por productos gourmet. Los mercados secundarios son La Paz y Cochabamba, seguidos de otras capitales departamentales con potencial de expansión a mediano plazo.

2. Demográfica:

Clientes entre 18 y 50 años, principalmente de clase media y media-alta. Se incluyen jóvenes profesionales, estudiantes y familias que valoran la calidad, presentación y originalidad de los postres artesanales.

3. Psicográfica:

Consumidores con estilo de vida moderno y gusto por lo estético, que buscan experiencias dulces para compartir o regalar. Valorán lo artesanal, la exclusividad y el detalle en cada producto.

4. Conductual:

Se identifican tres tipos de compradores:

Frecuentes: consumen postres semanalmente.

Ocasionales: compran en fechas especiales o eventos.

Corporativos: adquieren para reuniones o regalos empresariales.

Segmentos principales:

Familiar: busca sabor y cantidad a precios accesibles.

Juvenil profesional: prioriza la estética y las redes sociales.

Corporativo: demanda elegancia y personalización.

Gourmet: busca exclusividad y productos premium.

-Mercado objetivo

El mercado objetivo de Bonbon Sweet está conformado por el grupo de consumidores con mayor afinidad hacia los productos de repostería artesanal, gourmet y de alta presentación, que representan la oportunidad más rentable y sostenible para el emprendimiento. Este mercado se define a partir de criterios geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales.

1. Segmento geográfico:

El enfoque inicial está en Santa Cruz de la Sierra, por ser la ciudad con mayor concentración de consumidores urbanos, poder adquisitivo medio-alto y una cultura creciente de consumo de productos artesanales y gourmet. Posteriormente, se proyecta expandir a La Paz y Cochabamba, ciudades con demanda consolidada de postres de calidad.

2. Segmento demográfico:

El target comprende personas de 18 a 45 años, principalmente jóvenes profesionales, estudiantes universitarios, amas de casa y familias urbanas de clase media y media-alta. Estos consumidores cuentan con ingresos suficientes para adquirir productos que destacan por calidad, presentación y exclusividad.

3. Segmento psicográfico:

Se enfoca en clientes con estilo de vida moderno, interés por la estética y la creatividad, y que valoran las experiencias únicas asociadas al consumo de productos artesanales. Buscan postres que no solo satisfagan el gusto, sino que transmitan emoción y distinción.

4. Segmento conductual:

El target incluye:

Compradores frecuentes: consumen postres regularmente para consumo personal o familiar.

Compradores ocasionales: adquieren postres en fechas especiales, celebraciones o eventos.

Clientes corporativos: empresas o instituciones que requieren postres para reuniones, regalos o catering.

El mercado objetivo de Bonbon Sweet está compuesto por consumidores urbanos, jóvenes y adultos, que valoran la calidad, la estética y la exclusividad de los postres artesanales. Este segmento ofrece alto potencial de fidelización y crecimiento, y permite a la empresa enfocar sus estrategias de marketing, comunicación y ventas para satisfacer las necesidades de un público exigente y dispuesto a pagar por productos diferenciados.

-Hábitos del consumo del mercado

El mercado objetivo de Bonbon Sweet está compuesto principalmente por jóvenes, adultos y familias urbanas de clase media y media-alta, con una alta valoración de productos artesanales, gourmet y estéticamente atractivos. Sus hábitos de consumo reflejan tanto preferencias de sabor como comportamientos de compra y motivaciones emocionales.

1. Frecuencia de compra

Consumo regular: Compran postres de manera semanal o quincenal para consumo personal o familiar.

Compras ocasionales: Incrementan la adquisición de productos durante fechas especiales, celebraciones familiares, cumpleaños, aniversarios y festividades locales.

Compras corporativas: Empresas o instituciones adquieren postres para reuniones, eventos o regalos personalizados.

2. Preferencias de producto

Buscan calidad artesanal, elaborada con ingredientes frescos y naturales.

Prefieren presentaciones atractivas y empaques elegantes, que puedan regalar o servir en eventos especiales.

Valoran productos innovadores o con sabores diferenciados, que les brinden una experiencia única más allá del simple consumo.

3. Canales de compra

Predominan las compras digitales a través de redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp).

También recurren a delivery y pedidos a domicilio, por comodidad y rapidez.

Las compras físicas se realizan principalmente en cafeterías, eventos o ferias gastronómicas.

4. Motivaciones de compra

La mayoría de los clientes busca placer sensorial y emocional en sus consumos, es decir, disfrutar de un postre que combine sabor y estética.

Otro motivo importante es compartir experiencias con amigos o familia durante reuniones y celebraciones. Existe una inclinación hacia productos que generen distinción social, mediante postres de apariencia sofisticada y packaging elegante.

5. Influencia de la comunicación

Los consumidores del mercado objetivo están fuertemente influenciados por promociones digitales, recomendaciones en redes sociales y la imagen de marca.

La fotografía, presentación visual y storytelling de la marca son factores determinantes para la decisión de compra.

-Perfil consumidor

El consumidor de Bonbon Sweet se caracteriza por ser urbano, moderno y con un alto interés en productos de calidad, artesanales y visualmente atractivos. Sus características principales se pueden describir en los siguientes aspectos:

1. Demográficos

Edad: 18 a 45 años, incluyendo jóvenes adultos, profesionales y familias jóvenes.

Género: Tanto hombres como mujeres, con ligera predominancia femenina por hábitos de compra orientados a regalos y consumo social.

Nivel socioeconómico: Clase media y media-alta, con capacidad económica suficiente para adquirir productos gourmet o premium.

Ocupación: Estudiantes universitarios, jóvenes profesionales, emprendedores, amas de casa y ejecutivos que valoran la calidad y el detalle.

2. Psicográficos

Estilo de vida: Activo, moderno y social, con inclinación por la innovación, estética y experiencias de consumo diferenciadas.

Preferencias y valores: Aprecia productos artesanales, con presentación elegante, sabor diferenciado y toque creativo. Busca experiencias que transmitan emoción, distinción y bienestar.

Actitudes: Abierto a probar nuevos sabores, productos de temporada y ediciones limitadas; valora la exclusividad y el detalle en cada postre.

3. Conductuales

Motivación de compra: Consumo propio, compartir en reuniones, regalos y ocasiones especiales, así como catering para eventos empresariales o familiares.

Frecuencia de compra: Regular (semanal o quincenal) y ocasional (fechas especiales o eventos).

Canales preferidos: Redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp), pedidos online, delivery y tiendas o cafeterías que ofrezcan productos artesanales.

1.1.2 Competidores

-Análisis de competencia

El mercado de repostería en Bolivia, especialmente en ciudades como Santa Cruz, La Paz y Cochabamba, cuenta con diversos actores que ofrecen productos similares a los de Bonbon Sweet, incluyendo postres artesanales, gourmet y personalizados. Identificar a los competidores principales permite establecer estrategias para diferenciar la marca y captar clientes.

1. Confiterías y pastelerías tradicionales

Ejemplos: Confitería La Suiza, Confitería La Flor.

Características: Ofrecen postres clásicos como pasteles, tortas y galletas. Su producción suele ser a gran escala, con menor enfoque en personalización y estética moderna.

Ventajas competitivas: Reconocimiento de marca histórico, experiencia consolidada y ubicación estratégica en zonas céntricas.

Limitaciones: Poca innovación en sabores y empaques, limitada presencia en redes sociales y canales de venta digital.

2. Emprendimientos de repostería artesanal y gourmet

Ejemplos: Sweet Boutique, Delicias de Ana, La Trufa Gourmet.

Características: Ofrecen productos artesanales con atención al detalle, empaques elegantes y sabores diferenciados. Incluyen brownies, trufas, mini galletas y budines similares a Bonbon Sweet.

Ventajas competitivas: Enfoque en experiencia gourmet, marketing digital activo, personalización de productos para eventos.

Limitaciones: Alcance geográfico limitado, producción artesanal puede generar tiempos de entrega más largos y costos más altos.

3. Cafeterías y tiendas de postres especializados

Ejemplos: Café del Alma, Dolce Vita Café, Cup & Cake.

Características: Integran postres artesanales dentro de su oferta principal de bebidas y café. Atraen clientes que buscan consumo in situ y experiencias sociales.

Ventajas competitivas: Ubicación en zonas con alto tráfico de personas, ambiente agradable, fidelización mediante consumo en el lugar.

Limitaciones: Poca flexibilidad para pedidos personalizados grandes, enfoque más en café que en repostería, precios altos por consumo en local.

4. Competencia digital y delivery de postres

Ejemplos: Pedidos de postres vía Instagram o plataformas de delivery como PedidosYa.

Características: Se enfocan en ventas online, delivery y pedidos por encargo. Su producción es artesanal y suelen ofrecer promociones atractivas.

Ventajas competitivas: Alcance urbano amplio, rapidez en ventas, interacción directa con el cliente digital.

Limitaciones: Competencia elevada en redes sociales, menor reconocimiento físico y dependencia de plataformas digitales.

Conclusión

Los competidores principales de Bonbon Sweet se dividen en cuatro categorías: confiterías tradicionales, emprendimientos artesanales gourmet, cafeterías con postres especializados y competencia digital/delivery.

Bonbon Sweet se diferencia al combinar:

Alta calidad artesanal y presentación elegante.

Productos variados y personalizables (budines, brownies, trufas, mini galletas).

Enfoque en marketing digital y ventas online, con atención personalizada.

Posicionamiento premium accesible, que permite atraer tanto clientes individuales como corporativos.

Esta combinación le otorga una ventaja competitiva frente a competidores que destacan solo en uno de estos aspectos.

-Compradores de la competencia

Los compradores de la competencia abarcan consumidores urbanos, familias, jóvenes profesionales y empresas, dependiendo del tipo de negocio. Se puede observar que:

Las confiterías tradicionales atraen clientes fieles a marcas clásicas.

Los emprendimientos artesanales captan clientes que buscan exclusividad y personalización.

Las cafeterías concentran consumidores que combinan postres con experiencias sociales.

Los servicios digitales y delivery atienden a un público urbano, moderno y con preferencia por la comodidad.

Esta información permite a Bonbon Sweet identificar oportunidades para diferenciar su oferta y captar clientes que actualmente compran en la competencia, destacando en personalización, calidad, presentación y atención digital.

-Productos y servicio de la competencia

Los consumidores a los que apunta Bonbon Sweet actualmente encuentran alternativas en:

Confiterías tradicionales, que priorizan productos clásicos.

Emprendimientos gourmet, que ofrecen postres artesanales y personalizados.

Cafeterías, que combinan postres con consumo social.

Servicios digitales, que destacan por conveniencia y entrega a domicilio.

Bonbon Sweet puede diferenciarse de la competencia combinando alta calidad artesanal, estética elegante, personalización de productos y atención digital directa, cubriendo así necesidades del mercado objetivo de manera más completa y moderna.

-Precio

El mercado objetivo de Bonbon Sweet está acostumbrado a un rango de precios que refleja calidad, personalización y estética:

Productos individuales: Bs 8 – Bs 20.

Postres especiales o por encargo: Bs 200 – Bs 500.

Esto permite que Bonbon Sweet posicione sus productos en un segmento premium accesible, ofreciendo un equilibrio entre calidad, diseño y precio competitivo, diferenciándose de la competencia y satisfaciendo las expectativas de su mercado objetivo.

-Promociones de la competencia

El emprendimiento Queddy Sweet - Repostería Artesanal en La Paz publica “cajitas temáticas” con precio promocional (por ejemplo: “Cajita Papá Feliz” a Bs 105) para el Día del Padre.

El local Auro Ríos – Repostería Artística en Cochabamba lanzó packs especiales para el Día del Padre, con precios promocionales (por ejemplo: Pack Básico a Bs 60, Pack Chop a Bs 80) para incentivar compra de varios productos juntos.

En un documento estratégico se propone un “descuento del 10% en el primer pedido” a nuevos clientes como promoción de lanzamiento.

-Forma de distribución

El mercado de repostería en Bolivia presenta diferentes formas de distribución según el tipo de competidor. Conocer cómo llega la competencia a sus clientes permite a Bonbon Sweet identificar oportunidades de diferenciación y eficiencia logística.

1. Confiterías y pastelerías tradicionales

Canales de distribución:

Venta directa en tiendas físicas.

Pedidos por teléfono con recogida en el local.

Características:

Ubicadas en zonas céntricas o de alto tránsito.

Limitadas al alcance geográfico de la tienda.

Observación: No suelen contar con venta online o delivery, lo que limita su alcance urbano.

2. Emprendimientos de repostería artesanal y gourmet

Canales de distribución:

Pedidos por redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp).

Entregas a domicilio mediante repartidores propios o servicios de mensajería.

Participación en ferias gastronómicas o eventos especiales.

Características:

Atención personalizada, seguimiento directo con el cliente.

Flexibilidad para pedidos especiales y productos personalizados.

Observación: Alcance urbano concentrado; algunos venden a nivel departamental o interdepartamental mediante envíos programados.

3. Cafeterías y tiendas de postres especializados

Canales de distribución:

Consumo en local

Venta de postres para llevar desde la cafetería.

Características:

Ubicadas en zonas de alto tráfico peatonal.

La distribución depende del flujo de clientes en el establecimiento.

Observación: Limitada a clientes que visitan la cafetería; pocas opciones de entrega a domicilio.

4. Competencia digital y delivery

Canales de distribución:

Venta completamente online vía redes sociales o aplicaciones de delivery (PedidosYa, Rappi, WhatsApp Business).

Entregas a domicilio en tiempos cortos.

Características:

Alcance urbano amplio.

Permite compras de última hora y promociones digitales.

Observación: Alta conveniencia para el cliente, pero depende de marketing digital constante y logística eficiente.

1.2 Macroentorno

El macroentorno comprende todos los factores externos que pueden afectar a Bonbon Sweet, tanto positiva como negativamente. Este análisis permite anticipar tendencias, identificar oportunidades y minimizar riesgos.

1. Político

Situación: Bolivia cuenta con un gobierno estable con políticas de apoyo al emprendimiento y microempresas en algunas regiones, aunque puede existir volatilidad política que afecte impuestos, regulaciones y comercio.

Oportunidades: Programas de apoyo a PYMES, ferias de emprendimiento, acceso a subsidios o capacitaciones para emprendedores.

Amenazas: Cambios en normativas fiscales, conflictos sociales que dificulten la logística y la distribución de productos.

2. Económico

Situación: Bolivia presenta un crecimiento económico moderado, con alta informalidad en el comercio, variaciones en el tipo de cambio y limitaciones de crédito para emprendedores.

Oportunidades: Crecimiento del consumo urbano en clase media y media-alta, aumento de eventos sociales y demanda de productos gourmet y personalizados.

Amenazas: Inflación, aumento de precios de insumos (azúcar, harina, chocolate), variabilidad en el poder adquisitivo de los consumidores.

3. Social

Situación: La población urbana está en aumento, con interés creciente por productos artesanales, saludables y personalizados. La cultura de celebraciones, regalos y reuniones familiares genera demanda constante.

Oportunidades: Segmentos de jóvenes y familias que buscan experiencias gastronómicas, postres para eventos y productos con valor estético.

Amenazas: Cambios en hábitos de consumo hacia productos más económicos o sustitutos de repostería, como snacks industrializados.

4. Tecnológico

Situación: Uso creciente de redes sociales, comercio electrónico y aplicaciones de delivery. Innovaciones en empaques y conservación de alimentos.

Oportunidades: Marketing digital, ventas online, pedidos por WhatsApp, delivery a domicilio y fidelización a través de redes.

Amenazas: Competencia digital intensa, necesidad de actualización constante en tecnología y logística para mantener competitividad.

5. Medioambiental

Situación: Creciente conciencia ambiental en consumidores, preferencia por productos sostenibles y empaques biodegradables.

Oportunidades: Implementar empaques ecológicos, diferenciación de marca y atractivo para consumidores conscientes del medio ambiente.

Amenazas: Regulaciones sobre residuos y envases, incremento de costos por soluciones ecológicas.

6. Legal

Situación: La normativa boliviana exige registro sanitario, cumplimiento de normas de higiene y etiquetado, así como pago de impuestos sobre ventas y empresas.

Oportunidades: Cumplimiento de normas puede ser un factor diferenciador que genere confianza en clientes.

Amenazas: Sanciones por incumplimiento, costos asociados a regulaciones y permisos.

7. Demográfico

Situación: Bolivia tiene una población de aproximadamente 12 millones, con creciente urbanización. Santa Cruz, La Paz y Cochabamba concentran la mayor proporción de clientes potenciales.

Oportunidades: Segmentos de jóvenes y adultos urbanos con ingresos medios y altos; familias con tradición de consumo de postres.

Amenazas: Competencia por atención de un mercado concentrado; segmentación insuficiente si no se identifica correctamente al público objetivo.

8. Cultural

Situación: La cultura boliviana valora las celebraciones, festividades familiares y ocasiones especiales, generando demanda constante de postres y productos artesanales.

Oportunidades: Desarrollo de productos temáticos y personalizados según festividades locales, eventos sociales y cultura de regalo.

Amenazas: Cambios culturales hacia consumo más práctico o industrializado, que podría reducir la demanda de productos artesanales.

1.2.1 Producto/ mercado

El producto genérico de Bonbon Sweet se refiere a los postres artesanales y dulces individuales que representan la base de la oferta, sin considerar aún personalizaciones o presentaciones premium. Estos productos incluyen:

Brownies: Pequeños, de sabor intenso a chocolate, elaborados con ingredientes frescos y de calidad.

Trufas de chocolate: Postres individuales con cobertura de chocolate y rellenos variados.

Mini galletas: Pequeñas, con sabor y textura artesanal, ideales para consumo individual o en combos.

Budines: Postres húmedos y esponjosos, disponibles en sabores clásicos y de temporada.

Características principales del producto genérico:

Elaboración artesanal con ingredientes naturales.

Presentación estandarizada y atractiva.

Porciones individuales pensadas para consumo personal o en pequeñas reuniones.

Precio accesible dentro del segmento gourmet/artesanal.

Propuesta de valor: Ofrecer un producto de alta calidad, sabor consistente y presentación atractiva, que pueda ser adquirido tanto de manera individual como en packs, satisfaciendo las necesidades básicas del consumidor de postres artesanales.

Análisis del Comportamiento del Mercado del Producto Genérico

1. Demanda

La demanda de postres individuales y artesanales está en crecimiento, especialmente en áreas urbanas como Santa Cruz, La Paz y Cochabamba.

Los consumidores buscan productos que combinen sabor, calidad y presentación, aunque el precio sigue siendo un factor relevante.

Existe un mercado recurrente: personas que consumen postres semanalmente o en ocasiones especiales, así como empresas para eventos corporativos.

2. Competencia

El mercado está compuesto por confiterías tradicionales, emprendimientos artesanales, cafeterías especializadas y servicios de delivery digital.

Los consumidores comparan principalmente calidad del producto, presentación, precio y facilidad de adquisición.

3. Tendencias

Creciente preferencia por productos artesanales y personalizados, con empaques atractivos.

Incremento del consumo online y delivery, especialmente entre jóvenes y profesionales.

Valoración de ingredientes naturales y frescos, y de alternativas saludables o gourmet.

4. Comportamiento de compra

Compras frecuentes: Brownies, trufas y mini galletas son adquiridos como snacks personales o para compartir en pequeñas reuniones.

Compras ocasionales: Budines y combos de postres para eventos, celebraciones o regalos.

Influencia digital: Decisión de compra fuertemente influenciada por fotografía, redes sociales y recomendaciones.

5. Oportunidades

Posicionar el producto genérico como base para productos personalizados, ampliando la oferta hacia segmentos premium y corporativos.

Explorar ventas online, combos y promociones, aprovechando tendencias de conveniencia y redes sociales.

Destacar calidad artesanal y frescura, diferenciándose de productos industriales o estándar.

-A quien vende

Los productos genéricos de Bonbon Sweet se venden principalmente a:

Consumidores individuales urbanos, que buscan calidad y placer.

Cientes corporativos, que requieren postres para eventos y regalos.

Personas que celebran ocasiones especiales, con interés en productos estéticos y personalizados.

Usuarios digitales, que priorizan conveniencia y compras rápidas vía redes sociales o delivery.

Este enfoque permite a Bonbon Sweet diseñar estrategias de marketing, promociones y distribución adaptadas a cada tipo de cliente, maximizando el alcance y la fidelización del público objetivo.

-Elaboracion el producto

Los productos de Bonbon Sweet, como brownies, trufas, galletas y budines, son artesanales, elaborados con ingredientes seleccionados de alta calidad, siguiendo procesos que aseguran sabor, frescura y presentación atractiva.

1. Ingredientes principales

Chocolate y cacao de calidad: Base de brownies y trufas, aporta sabor intenso y textura cremosa.

Harina de trigo: Utilizada en brownies y galletas, para obtener la textura deseada.

Azúcar refinada y/o mascabado: Aporta dulzor equilibrado, según el tipo de producto.

Huevos frescos: Garantizan la esponjosidad y consistencia de los postres.

Mantequilla o aceite vegetal: Contribuye a la textura húmeda y al sabor.

Leche o crema: Utilizada en budines y trufas para suavizar y dar cremosidad.

Decoración y presentación: Cacao en polvo, azúcar glas, sprinkles, mini chocolates, envoltorios atractivos y ecológicos.

2. Proceso de elaboración

Preparación de la base: Mezcla de harina, azúcar, huevos y mantequilla, ajustando la textura según el tipo de producto.

Incorporación de ingredientes especiales: Añadir cacao, chocolate.

Horneado o refrigeración: Brownies y galletas horneados a temperatura controlada; trufas refrigeradas para mantener la consistencia.

Decoración y empaque: Cada producto se decora de forma artesanal y se presenta en empaques individuales o combos, cuidando la estética y protección durante la entrega.

Control de calidad: Revisión de sabor, textura y presentación antes de la venta o entrega.

3. Características del producto

Elaboración artesanal y personalizada, garantizando frescura y sabor.

Ingredientes de alta calidad, seleccionados para lograr productos gourmet accesibles.

Presentación atractiva y diferenciada, apta para consumo personal, regalos o eventos.

2. ANALISIS INERNO

El análisis interno permite identificar los recursos, capacidades y procesos que generan ventajas competitivas, así como las áreas que requieren mejora. La Cadena de Valor de Michael Porter divide las actividades de la empresa en primarias y de apoyo, facilitando la identificación de fortalezas y debilidades.

1. Actividades Primarias

a) Logística Interna (recepción y almacenamiento de insumos)

Fortalezas:

Selección cuidadosa de proveedores locales de ingredientes frescos.

Control de calidad básico de insumos al momento de recibirlos.

Debilidades:

Capacidad limitada de almacenamiento, lo que puede afectar la producción en temporadas altas.

Falta de procesos estandarizados para registro y gestión de inventario.

b) Operaciones (producción de postres)

Fortalezas:

Elaboración artesanal que garantiza sabor y frescura.

Variedad de productos: brownies, trufas, budines y mini galletas.

Debilidades:

Producción manual con limitaciones de volumen.

Dependencia de personal clave para mantener calidad, sin procesos documentados.

c) Logística Externa (entrega y distribución)

Fortalezas:

Entrega personalizada a clientes locales.

Flexibilidad para pedidos a domicilio y recogida en tienda.

Debilidades:

Alcance geográfico limitado.

No existen sistemas de gestión de pedidos integrados ni rutas optimizadas.

d) Marketing y Ventas

Fortalezas:

Presencia inicial en redes sociales (Instagram, WhatsApp) con buena interacción.

Productos atractivos visualmente que facilitan la promoción.

Debilidades:

Estrategia de marketing poco estructurada y dependiente de la iniciativa manual.

Falta de campañas promocionales sistemáticas o fidelización de clientes.

e) Servicio Postventa / Atención al Cliente

Fortalezas:

Atención personalizada y cercana, generando buena relación con clientes actuales.

Debilidades:

No existe seguimiento formal de satisfacción o retroalimentación de clientes.

Falta de sistema de fidelización o programa de recompensas.

2. Actividades de Apoyo

a) Infraestructura de la empresa

Fortalezas:

Local funcional para producción artesanal.

Ambiente adecuado para control de higiene.

Debilidades:

Espacio limitado que impide expandir la producción.

Equipamiento básico, sin tecnología avanzada para aumentar eficiencia.

b) Gestión de Recursos Humanos

Fortalezas:

Personal motivado y comprometido con la calidad artesanal.

Debilidades:

Escasa capacitación formal en procesos de producción y marketing.

Dependencia de pocos trabajadores clave.

c) Desarrollo Tecnológico

Fortalezas:

Uso básico de redes sociales para promoción y ventas.

Debilidades:

Ausencia de software de gestión de inventarios, pedidos o clientes.

No se aprovechan herramientas de marketing digital avanzadas ni analítica de ventas.

d) Abastecimiento (provisión de insumos y materiales)

Fortalezas:

Relación cercana con proveedores locales que garantizan frescura.

Debilidades:

Dependencia de pocos proveedores; riesgo ante desabastecimiento.

Sin acuerdos formales de volumen o precios a mediano plazo.

3. ANALISIS FODA

Fortalezas (F)

Producción artesanal y de alta calidad, con productos frescos y variados (brownies, trufas, budines, mini galletas).

Presentación atractiva y diferenciada, adecuada para consumo personal, regalos o eventos.

Atención al cliente personalizada y cercana, generando fidelidad inicial.

Flexibilidad en pedidos: individual, combos, para eventos y corporativos.

Presencia inicial en redes sociales, facilitando promoción digital y contacto directo con clientes.

Relación confiable con proveedores locales, asegurando insumos frescos.

Debilidades (D)

Capacidad de producción limitada, dependiente de pocos trabajadores clave.

Espacio y equipamiento restringidos, dificultando la expansión de operaciones.

Ausencia de sistemas tecnológicos avanzados: gestión de inventario, pedidos, clientes y analítica de ventas.

Estrategia de marketing no estructurada, sin campañas promocionales o programas de fidelización.

Alcance geográfico reducido, limitado principalmente a la ciudad local.

Dependencia de pocos proveedores, lo que puede generar riesgo de desabastecimiento.

Oportunidades (O)

Crecimiento del consumo urbano y de la demanda por productos artesanales y gourmet.

Incremento de compras online y pedidos por delivery, especialmente entre jóvenes y profesionales.

Posibilidad de desarrollar productos personalizados y temáticos para eventos, regalos y empresas.

Uso de marketing digital y redes sociales para ampliar alcance y fidelización.

Tendencia hacia empaques sostenibles y ecológicos, que pueden diferenciar la marca.

Apoyo a emprendimientos y PYMES mediante programas gubernamentales o ferias de negocios.

Amenazas (A)

Competencia intensa, tanto de confiterías tradicionales como de emprendedores artesanales y servicios de delivery digital.

Volatilidad económica, inflación y aumento de precios de insumos como harina, chocolate y azúcar.

Cambios en hábitos de consumo, hacia productos más económicos o industrializados.

Riesgos asociados a regulaciones sanitarias y legales, que implican costos y cumplimiento de normas.

Dependencia de canales digitales, lo que puede ser afectado por cambios en algoritmos o publicidad pagada.

Limitaciones logísticas y de distribución, que dificultan la expansión a nuevos mercados.

3.1.1. Oportunidades y amenazas

El entorno externo ofrece numerosas oportunidades para Bonbon Sweet, especialmente en el mercado urbano, comercio digital y productos personalizados, mientras que las amenazas provienen principalmente de competencia, economía, cambios de hábitos y regulaciones. Identificar estas oportunidades y amenazas permitirá desarrollar estrategias que potencien el crecimiento y minimicen riesgos.

3.1.2. Fortalezas y debilidades

Bonbon Sweet cuenta con fortalezas importantes en calidad, atención al cliente y presentación, que permiten posicionarse como un emprendimiento artesanal y gourmet. Sin embargo, enfrenta debilidades en producción, tecnología, marketing y logística, que deben ser atendidas para optimizar operaciones y permitir crecimiento sostenible.

3.2. Estrategia

Propuesta de Valor

La propuesta de valor de Bonbon Sweet se basa en ofrecer postres artesanales, frescos y de alta calidad, con presentación atractiva y personalizada, dirigidos a consumidores urbanos que valoran sabor, estética y experiencia gourmet.

Calidad artesanal: Ingredientes seleccionados y procesos que garantizan sabor y frescura.

Personalización: Opciones adaptadas a eventos, regalos o celebraciones especiales.

Estética diferenciada: Empaques elegantes, visualmente atractivos, incluso con opciones sostenibles.

Atención al cliente: Servicio cercano y personalizado, con facilidad de pedidos online o presencial.

Beneficio principal: Los clientes adquieren productos que combinan calidad gourmet, experiencia visual y comodidad, algo que no encuentran de manera integral en la competencia.

2. Diferenciación frente a la Competencia

Bonbon Sweet se diferenciaría de la competencia mediante:

Productos artesanales y personalizados, mientras muchas confiterías ofrecen postres estándar.

Presentación elegante y atractiva, adecuada para regalos, eventos corporativos o celebraciones.

Servicio integral digital y presencial, combinando pedidos online, delivery y atención personalizada.

Enfoque en sostenibilidad, con empaques ecológicos que agregan valor a la marca.

Atención a la fidelización, creando clientes recurrentes mediante promociones, programas de referidos y descuentos por volumen.

3. Adaptación al Entorno

Para adecuarse al entorno de Bolivia y aprovechar oportunidades externas, Bonbon Sweet implementaría:

Marketing digital activo en redes sociales, enfocándose en clientes urbanos jóvenes y profesionales.

Delivery y pedidos online, alcanzando mayor cobertura geográfica y comodidad para el cliente.

Productos temáticos y personalizados para festividades, eventos sociales y corporativos.

Optimización de procesos internos para aumentar la capacidad de producción y reducir costos, mitigando debilidades internas.

Cumplimiento estricto de normas sanitarias y legales, fortaleciendo confianza y competitividad.

4. Misión

Ofrecer postres artesanales de alta calidad, frescos y visualmente atractivos, que brinden experiencias únicas a nuestros clientes, mediante atención personalizada y compromiso con la satisfacción y el placer de cada bocado.

5. Visión

Ser reconocida como la marca líder de repostería artesanal y gourmet en Bolivia, destacando por la innovación, calidad, sostenibilidad y experiencias memorables, expandiendo nuestra presencia en los principales mercados urbanos y digitales.

4. PLAN OPERATIVO

El plan operativo describe cómo funcionará Bonbon Sweet día a día, asegurando calidad, eficiencia y satisfacción del cliente. Incluye procesos de producción, logística, recursos humanos y control de calidad.

4.1. Plan de producción u operación

1. Ubicación de la Planta de Producción

La planta de producción de Bonbon Sweet se ubicará en Santa Cruz de la Sierra, en un local accesible para proveedores y clientes, con espacio suficiente para producción, almacenamiento de insumos y empaque. La ubicación permite una logística eficiente para entregas locales y pedidos por delivery.

2. Principales Procesos de Producción

Los productos de Bonbon Sweet (brownies, trufas, galletas y budines) se elaborarán mediante procesos artesanales estandarizados:

Recepción y almacenamiento de insumos: Verificación de calidad y frescura de harina, chocolate, azúcar, mantequilla, huevos y otros ingredientes.

Preparación de la mezcla: Elaboración de cada producto según receta artesanal, controlando proporciones, textura y sabor.

Horneado o refrigeración:

Brownies y galletas: horneado a temperatura controlada.

Trufas y budines: refrigeración para mantener consistencia.

Decoración y empaque: Productos decorados artesanalmente, presentados en empaques atractivos y, cuando sea posible, sostenibles.

Control de calidad: Inspección de sabor, textura, presentación y frescura antes de entrega.

3. Distribución Interna (Layout)

El layout de la planta se organizará de manera lineal y eficiente, siguiendo el flujo de producción:

Recepción de insumos → Almacenamiento → Preparación de mezclas → Horneado / Refrigeración →

Decoración y Empaque → Área de entrega / despacho

Espacios separados para evitar contaminación cruzada.

Zona de almacenamiento refrigerada para insumos perecederos.

Área de empaque y etiquetado cerca de la salida para agilizar la distribución.

4. Estrategia Óptima de Producción

Bonbon Sweet adoptará una estrategia de producción por lotes (batch production):

Permite producir cantidades limitadas de cada producto, garantizando frescura y calidad artesanal.

Permite flexibilidad para pedidos personalizados y adaptaciones según demanda.

Minimiza desperdicios y optimiza uso de insumos y mano de obra.

5. Capacidad y Programa de Producción

Capacidad inicial: Producción de aproximadamente 200–250 unidades diarias (combinando brownies, trufas, budines y galletas).

Programa de producción:

Diario: Preparación de productos de venta inmediata y pedidos para entrega el mismo día.

Semanal: Producción planificada para combos, pedidos especiales y eventos.

Mensual: Ajustes según demanda estacional y eventos especiales.

Método para determinar capacidad máxima:

Se utilizó el cálculo basado en la capacidad de los equipos, tiempo promedio de elaboración por unidad y disponibilidad del personal, considerando tiempos de horneado, refrigeración, decoración y empaque.

Ejemplo:

Brownie: $15 \text{ min/unidad} \times 2 \text{ personas} \times 4 \text{ horas de horneado} = 32\text{--}40 \text{ unidades/hora}$

Se suman todas las líneas de productos para determinar la capacidad máxima diaria de 250 unidades.

6. Costos unitarios aproximados (por unidad de producto):

Producto	Ingredientes (Bs)	Mano de obra (Bs)	Empaque (Bs)	Costo Unitario Total (Bs)
Brownie	2,00	1,50	0,50	4,00
Trufa	1,50	1,20	0,50	3,20
Mini galletas	1,00	1,00	0,30	2,30
Budín	2,50	1,50	0,50	4,50

Costo total de producción diario (aproximando 250 unidades/día, combinación de productos):

100 brownies: $100 \times 4,00 \text{ Bs} = 400 \text{ Bs}$

50 trufas: $50 \times 3,20 \text{ Bs} = 160 \text{ Bs}$

50 mini galletas: $50 \times 2,30 \text{ Bs} = 115 \text{ Bs}$

50 budines: $50 \times 4,50 \text{ Bs} = 225 \text{ Bs}$

Costo total diario aproximado: 900 Bs/día

7. Principales Proveedores

Harina, azúcar, mantequilla y huevos: Proveedores locales confiables de Santa Cruz, garantizando frescura y entrega rápida.

Chocolate y cacao: Distribuidores especializados en productos de repostería gourmet, asegurando calidad constante.

Decoración y empaques: Proveedores de material reciclable y decorativo, permitiendo empaques atractivos y sostenibles.

Criterios de selección: calidad, precio competitivo, puntualidad en entrega y flexibilidad para pedidos variables.

8. Costos de Inversión en Maquinarias, Equipos e Infraestructura

Concepto	Costo Aproximado (Bs)	Observación
Horno industrial	6.000	Capacidad para lotes diarios

Batidora industrial	2.500	Para mezclas homogéneas
Refrigerador / congelador	3.000	Conservación de insumos y trufas
Utensilios de repostería	1.500	Moldes, bandejas, espátulas
Mobiliario de planta	2.000	Mesas, estanterías y área de empaque
Total inversión inicial	15.000 Bs	Aproximado

9. Normas de Calidad del Producto

Frescura: Productos elaborados diariamente.

Higiene: Cumplimiento de normas sanitarias locales; manipulación con guantes, gorro y delantal.

Sabor y textura: Homogeneidad en cada lote, respetando recetas estándar.

Presentación: Empaques limpios, atractivos y etiquetados con ingredientes y fecha de elaboración.

Seguridad alimentaria: Control de temperatura, almacenamiento y rotación de insumos (FIFO).

10. Programas de Mantenimiento de Planta

Preventivo:

Limpieza diaria de hornos, batidoras y utensilios.

Revisión semanal de refrigeradores y equipos eléctricos.

Control mensual de instalaciones eléctricas y agua.

Correctivo:

Reparación inmediata de fallas en hornos, refrigeradores o batidoras.

Sustitución de utensilios dañados o desgastados.

Registro de incidencias y solución rápida para no afectar la producción.

11. Tipo de Seguros Requeridos

Seguro de propiedad: Cobertura de daños a la planta, equipos e infraestructura.

Seguro de responsabilidad civil: Protección ante accidentes o daños a terceros por productos o instalaciones.

Seguro de transporte/mercancías: Cobertura para productos durante entregas o envíos a clientes.

Seguro de vida y salud laboral (opcional): Para empleados, garantizando seguridad y motivación

5. PLAN DE MARKETING

El Plan de Marketing de Bonbon Sweet se centra en conectar con el público mediante una propuesta de valor diferenciada, un posicionamiento visual atractivo, y estrategias digitales que potencien la marca.

A través de su enfoque artesanal, su atención personalizada y su presencia activa en redes sociales, Bonbon Sweet busca consolidarse como una de las marcas de postres más reconocidas y queridas de Santa Cruz y de Bolivia.

5.1. Mercado objetivo o target

El mercado objetivo de Bonbon Sweet está conformado por personas que buscan productos de repostería artesanal, de alta calidad y con una presentación atractiva, ideales para consumo personal, obsequios o eventos especiales.

1. Segmentación del mercado

a) Segmento geográfico:

Bonbon Sweet se enfoca inicialmente en el mercado de Santa Cruz de la Sierra, por su alto poder adquisitivo, desarrollo urbano y fuerte cultura gastronómica. A mediano plazo, se proyecta la expansión hacia otros departamentos de Bolivia mediante ventas digitales y envíos personalizados.

b) Segmento demográfico:

Edad: entre 18 y 45 años.

Género: principalmente mujeres, aunque también hombres jóvenes y adultos que disfrutan de postres.

Nivel socioeconómico: medio y medio-alto.

Ocupación: estudiantes universitarios, jóvenes profesionales, trabajadores y amas de casa.

c) Segmento psicográfico:

Personas que valoran los productos hechos con dedicación, estéticamente agradables y de sabor premium, que buscan disfrutar de pequeños momentos de placer o compartir con otros. Les atraen las marcas que transmiten cercanía, elegancia y originalidad.

d) Segmento conductual:

Consumidores que adquieren postres para:

Autoconsumo o antojo personal.

Regalos personalizados o detalles especiales.

Eventos familiares o corporativos.

Celebraciones temáticas (cumpleaños, aniversarios, fechas festivas).

2. Mercado meta

El mercado meta principal de Bonbon Sweet está compuesto por jóvenes adultos urbanos con interés por la repostería artesanal y la estética gourmet, que buscan productos dulces de calidad, con presentación elegante y precios accesibles.

3. Proyección

Con el fortalecimiento de su marca y la expansión digital, Bonbon Sweet podrá alcanzar clientes en otros departamentos e incluso en mercados internacionales de nicho, donde los productos artesanales bolivianos puedan posicionarse por su sabor y diseño.

5.1.1. Estructura del producto

La estructura del producto de Bonbon Sweet se basa en una oferta de postres artesanales elaborados con ingredientes de alta calidad, una cuidada presentación estética y un servicio personalizado orientado a satisfacer las necesidades y gustos del consumidor moderno.

1. Producto Principal

Los productos principales de Bonbon Sweet son:

Brownies artesanales: de chocolate tradicional.

Trufas de chocolate: elaboradas con cacao fino.

Budines: de vainilla, chocolate, con un sabor casero.

Galletas decoradas: ideales para detalles o eventos, con diseños personalizados.

Estos productos representan el núcleo de la marca, elaborados de forma artesanal, manteniendo la calidad, frescura y sabor auténtico que distingue a Bonbon Sweet.

2. Componentes del Producto

Cada producto se estructura en tres niveles:

Producto básico: Satisfacción del deseo de consumir algo dulce, delicioso y de calidad.

Producto real: Postres artesanales elaborados con ingredientes frescos, presentados en empaques elegantes y con diseño atractivo.

Producto aumentado: Servicio personalizado, atención en redes sociales, entregas a domicilio, combos para eventos y empaques especiales para regalo.

3. Servicios Complementarios

Bonbon Sweet no solo ofrece productos, sino también experiencias personalizadas, entre ellas:

Pedidos por encargo: adaptados a eventos y celebraciones.

Atención personalizada vía redes sociales y WhatsApp Business.

Entrega a domicilio en Santa Cruz y zonas cercanas.

Promociones especiales por fechas festivas.

Paquetes de regalo o presentaciones temáticas.

4. Valor Agregado

Elaboración artesanal y fresca cada día.

Diseños exclusivos y presentaciones elegantes.

Empaques sostenibles y cuidados detalles visuales.

Atención rápida y amable, que crea fidelidad y confianza en el cliente.

5.1.2. Que ofrece básicamente

Básicamente, Bonbon Sweet ofrece satisfacción al deseo de disfrutar un postre delicioso, fresco y de calidad, elaborado artesanalmente con ingredientes naturales.

Su función principal es brindar placer, indulgencia y un momento de dulzura a los consumidores, ya sea para consumo personal o para compartir con otros.

En otras palabras, el producto básico de Bonbon Sweet es:

“Un postre artesanal que satisface el gusto por lo dulce y ofrece una experiencia agradable al consumidor.”

5.1.3. Esperado

El cliente potencial de Bonbon Sweet espera, además de postres sabrosos y de calidad, una excelente presentación en cada producto, con empaques limpios, elegantes y atractivos. También espera una atención amable y personalizada, donde se valore cada pedido y se cumplan los tiempos de entrega. Asimismo, busca precios accesibles, variedad de sabores y diseños, y la garantía de higiene y frescura en todos los postres. El cliente espera sentirse satisfecho tanto por el sabor como por la experiencia de compra.

5.1.4. Aumentado

Con el tiempo, Bonbon Sweet logrará consolidarse como una marca reconocida por ofrecer una experiencia completa y personalizada en postres. No solo se destacará por la calidad y el sabor, sino también por la innovación en sus presentaciones, la creación de postres temáticos y personalizados para eventos especiales, y el servicio de entrega a domicilio eficiente y confiable. Además, implementará promociones exclusivas, programas de fidelidad y presencia en redes sociales, fortaleciendo la relación con sus clientes. De esta manera, Bonbon Sweet no solo satisfará expectativas, sino que las superará creando momentos dulces y memorables para cada persona.

5.2. Analisis del producto

Nombre del producto: Bonbon Sweet

Tipo de producto: Postres artesanales (budines, brownies, trufas de chocolate y galletas).

Categoría: Alimenticia – Repostería fina y artesanal.

Descripción general:

Bonbon Sweet ofrece una variedad de postres elaborados de manera artesanal, combinando ingredientes de alta calidad con una presentación elegante y moderna. Cada producto está diseñado para brindar una experiencia dulce, visualmente atractiva y deliciosa, ideal para disfrutar en cualquier ocasión o para regalar.

Características principales:

Elaborados con ingredientes frescos y naturales.

Presentación cuidada y elegante, con empaques en tonos beige y dorado que reflejan sofisticación.

Variedad de sabores y texturas que se adaptan a diferentes gustos.

Porciones individuales y prácticas, ideales para compartir o regalar.

Cumplimiento de normas de higiene y seguridad alimentaria.

Ventajas competitivas:

Imagen de marca moderna y elegante.

Atención personalizada y trato cordial con los clientes.

Calidad superior en sabor, textura y presentación.

Posibilidad de personalizar pedidos para eventos, regalos o celebraciones.

Valor percibido por el cliente:

El cliente percibe los productos de Bonbon Sweet como una combinación de placer, estética y calidad, que va más allá de un simple postre, convirtiéndose en una experiencia dulce y especial.

5.2.1. Atributos del producto

Diseño elegante y moderno:

Los productos de Bonbon Sweet presentan un estilo visual refinado, combinando tonos rosados que transmiten elegancia, calidez y exclusividad.

Presentación atractiva:

Cada postre se elabora cuidando su forma, color y decoración, buscando un acabado estético y apetitoso que invite al consumo a primera vista.

Empaque funcional y estético:

Los empaques están diseñados para proteger el producto y, al mismo tiempo, resaltar su atractivo visual. Se utilizan materiales de buena calidad que garantizan higiene y conservación.

Identidad visual coherente:

El diseño general refleja la identidad de marca de Bonbon Sweet: dulzura, delicadeza y sofisticación. Todos los elementos visuales (logo, colores, tipografía) mantienen una línea uniforme.

Diseño personalizado:

Se ofrece la opción de adaptar el diseño de los postres y empaques según ocasiones especiales (cumpleaños, bodas, regalos), brindando exclusividad al cliente.

5.2.2. Calidad del producto

La calidad de los productos de Bonbon Sweet se caracteriza por su excelente sabor, frescura y presentación impecable. Cada postre es elaborado cuidadosamente con ingredientes naturales y de primera calidad, garantizando una textura suave, un aroma agradable y un sabor irresistible.

Se aplican altos estándares de higiene y manipulación de alimentos, asegurando que cada producto sea seguro para el consumo. Además, se cuida cada detalle del proceso —desde la selección de los ingredientes hasta el empaque final— para ofrecer una experiencia dulce, confiable y satisfactoria.

Bonbon Sweet busca que la calidad no solo se refleje en el producto, sino también en la atención al cliente, el cumplimiento en las entregas y la presentación estética de cada postre, creando así una marca que inspire confianza y fidelidad.

5.2.3. Marca del producto

La marca del emprendimiento es “Bonbon Sweet”, un nombre que refleja dulzura, elegancia y ternura. Está inspirado en el concepto de pequeños placeres dulces que transmiten felicidad y momentos especiales. La marca se distingue por su compromiso con la excelencia, la atención personalizada y su objetivo de endulzar la vida de las personas con productos que deleitan todos los sentidos.

5.2.4. La etiqueta del producto

La etiqueta de Bonbon Sweet tiene un diseño moderno, simple y elegante, que refleja la esencia artesanal y profesional de la marca. Es de forma circular, con un fondo rosado suave que transmite dulzura y calidez. En el centro destaca el logotipo de la marca, compuesto por un gorrito de chef estilizado y el nombre “bonbon sweet” en letras minúsculas, de estilo limpio y amigable. La tipografía moderna y legible refuerza la idea de confianza, cercanía y calidad.

El diseño busca transmitir una imagen dulce, femenina y profesional, adecuada para una marca de repostería fina. Además, su tamaño y forma permiten que la etiqueta sea versátil y fácilmente aplicable en diferentes tipos de envases, cajas o envoltorios de postres.

En conjunto, la etiqueta de Bonbon Sweet refleja identidad, coherencia visual y atractivo estético, elementos clave para destacar la marca en el mercado.

5.2.5 El empaque

Para “Bonbon Sweet”, el empaque es muy importante porque refleja la identidad de tu marca y protege el producto. Aquí tienes una propuesta detallada:

1. Tipo de empaque:

Caja individual de cartón rígido o kraft (eco-friendly) para cada bombón.

O bolsa transparente de celofán sellada con cinta decorativa para ventas por unidad o combos.

2. Diseño:

Color base: rosado claro para transmitir elegancia.

Logo de Bonbon Sweet en el centro o en una etiqueta frontal.

Pequeños detalles decorativos como líneas finas o motivos dulces (chocolates, corazones, flores).

3. Funcionalidad:

Fácil de abrir y cerrar.

Protege los postres de golpes y humedad.

Permite ver el producto si es bolsa transparente.

4. Etiqueta:

Nombre del producto y marca.

Información nutricional opcional.

5.2.6. Servicio de apoyo

Bonbon Sweet se compromete a ofrecer un servicio de atención al cliente de alta calidad, centrado en la satisfacción y confianza del consumidor. La empresa brindará los siguientes servicios de apoyo:

Atención a reclamos y sugerencias: Los clientes podrán reportar cualquier inconveniente con sus pedidos a través de WhatsApp o correo electrónico, asegurando una respuesta rápida y soluciones efectivas, como reemplazo del producto o descuentos en futuras compras.

Garantía de calidad: Todos los productos de Bonbon Sweet cumplen con estrictos estándares de higiene y frescura. Cualquier producto que no cumpla con estas condiciones será reemplazado para garantizar la satisfacción del cliente.

Atención directa: Se habilitará un canal de contacto telefónico para consultas sobre pedidos, productos, precios y promociones, disponible de lunes a sábado de 9:00 a 18:00 horas.

Servicio postventa y fidelización: Se enviarán notificaciones sobre promociones, nuevos productos y descuentos especiales a clientes frecuentes, fomentando la lealtad y mejorando la experiencia de compra.

Otros servicios: Bonbon Sweet ofrecerá entrega a domicilio con seguimiento del pedido y personalización de bombones para eventos especiales como cumpleaños, bodas y celebraciones corporativas.

Este enfoque garantiza que cada cliente reciba atención personalizada y una experiencia de compra satisfactoria, fortaleciendo la reputación de Bonbon Sweet en el mercado.

5.2.7. Líneas de producto

Bombones Clásicos

Bombones de chocolate negro, con leche o blanco.

Rellenos: trufa, dulce de leche, caramelo o frutas.

Presentación: cajas individuales o surtidas.

Mini Postres y Bocaditos

Mini brownies, mini galletas, budines individuales.

Ideal para combos, meriendas o regalos.

Bombones Especiales o Premium

Bombones personalizados para ocasiones especiales (cumpleaños, bodas, aniversarios).

Decoraciones elegantes y empaques especiales.

Kits o Cajas de Regalo

Combinación de bombones y mini postres en una sola caja.

Diseñados para regalos corporativos o personales.

Productos por Temporada

Ediciones especiales según festividades: Navidad, San Valentín, Día de la Madre, etc.

Con sabores y empaques temáticos.

5.2.8. Profundidad de cada línea

Cada línea puede ampliarse o reducirse según la demanda, pero la profundidad indica todas las opciones que un cliente puede elegir dentro de esa línea específica.

5.2.9. Area del ciclo de vida

Para determinar en qué etapa del ciclo de vida del producto se encuentra Bonbon Sweet, debemos analizar ciertos factores de tu emprendimiento:

Introducción:

El producto es nuevo en el mercado.

Las ventas suelen ser bajas al inicio porque los clientes aún no lo conocen.

Hay inversión en promoción y difusión para darse a conocer.

Crecimiento:

Las ventas comienzan a aumentar rápidamente.

Los clientes repiten la compra y la marca empieza a consolidarse.

La competencia puede empezar a aparecer.

Madurez:

Las ventas se estabilizan, el mercado ya conoce el producto.

La competencia es fuerte, y se busca diferenciar mediante promociones o mejoras.

Turbulencia (o saturación):

Puede considerarse un sub-periodo de madurez donde hay variaciones en ventas por cambios de mercado o competencia.

Declive:

Las ventas disminuyen progresivamente.

El producto puede retirarse o reinventarse.

Si tu emprendimiento está recién empezando, con un negocio nuevo, introduciendo productos como trufas, brownies, galletas y budines en Santa Cruz de la Sierra, es muy probable que tu producto esté en la etapa de Introducción.

Por qué:

Es un producto relativamente nuevo en el mercado.

La marca todavía está construyéndose y ganando reconocimiento.

Las ventas iniciales dependen de la promoción y del interés de los clientes por probar los productos.

En esta etapa, es normal que las ganancias sean bajas o incluso nulas al inicio, porque se invierte mucho en publicidad, presentación y establecimiento de la marca.

5.3. Analisis de precio

1. Costo de Producción

Incluye materias primas, mano de obra y empaque.

Ejemplo: 1 trufa → 3 Bs

2. Margen de Ganancia

Se recomienda entre 30% y 50%.

Ejemplo: 3 Bs + 33% → precio de venta $\approx$ 4 Bs

3. Precio de Mercado

Comparar con la competencia para ajustar precio y posicionamiento.

4. Segmento de Clientes

Definir si es público que valora calidad/presentación (precio más alto) o busca economía.

5.3.1. Estrategia de precio

Para Bonbon Sweet, la estrategia de precio más adecuada sería una estrategia de precio premium moderado.

Por qué:

Tus productos (trufas, brownies, galletas, budines) tienen presentación elegante (colores rosas).

El público objetivo valora calidad, sabor y estética, por lo que están dispuestos a pagar un poco más que el promedio del mercado.

Permite cubrir los costos de producción y empaques cuidados y obtener un margen de ganancia razonable.

Detalles de la estrategia:

Precio competitivo pero de calidad: no tan bajo como para parecer barato, ni tan alto que limite las ventas.

Atractivo visual y experiencia premium: el precio refuerza la percepción de un producto artesanal y exclusivo.

Posible uso de precios psicológicos: por ejemplo, 3,9 Bs en lugar de 4 Bs, para hacerlo más atractivo.

5.3.2. Fijacion del precio basado en el valor

El precio se establece según el valor percibido por el cliente, no solo el costo.

Aplicación:

Productos artesanales y elegantes

Sabor y calidad premium.

Experiencia especial para regalos o postres gourmet.

Ejemplo: Una trufa que cuesta 3 Bs producir, se puede vender a 5 Bs si el cliente percibe su valor como exclusivo.

Ventaja: Permite mayor margen, posicionamiento premium y fidelización de clientes.

5.3.3. Fijación del precio basado en el costo

El precio se determina sumando un margen de ganancia al costo total de producción.

Aplicación:

Se calculan todos los costos: materias primas, mano de obra, empaque y costos indirectos.

Se agrega un porcentaje de ganancia (ej. 30%-50%).

Ejemplo:

Costo de una trufa: 3 Bs

Margen 33% → Precio de venta $\approx$ 4 Bs

Ventaja: Garantiza cubrir los costos y obtener utilidad mínima por producto.

5.3.4. Fijación del precio basado en la competencia

El precio se establece tomando como referencia los precios de productos similares que ofrece la competencia.

Aplicación:

Se investiga cuánto cobran otras reposterías por trufas, brownies, budines y galletas.

Se ajusta el precio para ser competitivo, ya sea un poco más bajo, igual o ligeramente más alto si tu producto tiene valor agregado (calidad, presentación, exclusividad).

Ejemplo:

Competencia vende brownies a 8 Bs.

Bonbon Sweet puede venderlos a 7,5 Bs para atraer clientes o a 9 Bs si se percibe premium.

Ventaja: Ayuda a posicionarse en el mercado y atraer clientes sin perder competitividad.

5.3.5. Tipo de elasticidad

Mide cómo cambia la cantidad demandada cuando varía el precio.

Elástica: La demanda cambia mucho si cambia el precio.

Inelástica: La demanda cambia poco si cambia el precio.

Aplicación a Bonbon Sweet:

Productos: trufas, brownies, budines, galletas artesanales y con presentación elegante.

Por ser productos premium, artesanales y de ocasión especial, la demanda tiende a ser inelástica:

Si subes un poco el precio, los clientes que valoran calidad y presentación probablemente seguirán comprando.

Si bajas el precio, puede aumentar algo la demanda, pero no drásticamente.

Conclusión: La demanda es relativamente inelástica, porque el valor percibido, la calidad y la exclusividad son factores que pesan más que el precio.

5.3.6. Forma de calculo

Fórmula general:

Precio de venta con factura=(Costo total + Margen de ganancia)×(1+ Impuesto)

Pasos para calcularlo:

Costo total por unidad

Suma de materias primas, mano de obra, empaque y costos indirectos.

Ejemplo: Trufa → 3 Bs

Agregar margen de ganancia

Porcentaje que deseas obtener sobre el costo.

Ejemplo: 33% → 3 Bs × 1,33 ≈ 3,99 Bs

Agregar impuestos (si aplica, ej. IVA 13%)

Multiplica el precio con margen por 1 + tasa de impuesto.

Ejemplo: 3,99 Bs × 1,13 ≈ 4,51 Bs

Resultado:

Precio de venta con factura: 4,51 Bs por trufa

5.3.7. Política de modificación

Revisión periódica

Los precios se revisarán cada 3-6 meses, considerando costos de producción, inflación y variación de insumos (chocolate, harina, azúcar, etc.).

Adaptación al mercado

Ajustes según precios de la competencia o cambios en la demanda de los clientes.

Promociones y ofertas

Se pueden aplicar descuentos temporales en fechas especiales (cumpleaños, ferias, eventos) sin afectar el precio base.

Incrementos justificados

Solo se aumentarán los precios cuando haya incremento significativo en costos o mejora en la calidad/producto.

Comunicación transparente

Los clientes serán informados sobre cambios de precio de manera clara, manteniendo confianza y percepción de valor.

5.3.8. Política de descuentos

Descuentos por volumen:

Ofrecer un descuento progresivo según la cantidad comprada.

Ejemplo:

5-10 unidades → 5% de descuento

11-20 unidades → 10% de descuento

Descuentos por fidelidad o clientes frecuentes:

Clientes que compran regularmente pueden recibir promociones especiales o cupones.

Descuentos temporales o promocionales:

En fechas especiales como cumpleaños, ferias, Día de la Madre, Navidad.

Promociones limitadas para incentivar la compra rápida.

Condiciones claras:

Descuentos aplican solo bajo ciertas condiciones (cantidad mínima, fechas específicas).

No afectan el precio base del producto.

5.3.9. Motivación a clientes

Calidad del producto

Ingredientes frescos y de primera calidad.

Preparación artesanal y presentación elegante (beige con dorado).

Experiencia de compra

Atención personalizada y amable.

Empaque atractivo que haga sentir especial al cliente.

Promociones y fidelización

Descuentos por compras frecuentes o promociones en fechas especiales.

Programas de fidelidad o pequeños regalos en compras mayores.

Diferenciación y exclusividad

Productos únicos o combinaciones de sabores que la competencia no ofrece.

Posicionamiento de marca premium y artesanal.

Presencia digital y marketing

Redes sociales con fotos atractivas, historias de preparación y testimonios de clientes.

Facilitar pedidos y entregas a domicilio.

5.4. Análisis de la promoción

Objetivo

Dar a conocer la marca, atraer clientes y fidelizar consumidores.

Público objetivo

Personas que valoran productos artesanales y gourmet; segmento medio-alto; clientes que buscan regalos o detalles especiales.

Estrategias

- Publicidad digital (Instagram, Facebook, WhatsApp)
- Promociones y descuentos
- Participación en eventos y ferias
- Marketing de recomendación
- Packaging atractivo y diferenciador

Canales de promoción Redes sociales, mensajería instantánea, boca a boca, eventos locales.

Evaluación de resultados

Monitoreo de ventas, interacciones en redes, retroalimentación de clientes.

Mejoras continuas

Ajustar promociones por temporada, crear contenido innovador, lanzar ediciones limitadas o sabores especiales.

5.4.1. Promocionar el producto

Bonbon Sweet comunicará y promocionará sus productos a los clientes mediante una estrategia que combina presencia digital, presentación elegante y un trato personalizado. La marca utilizará principalmente las redes sociales para mostrar fotografías atractivas de sus postres, compartir ofertas, publicar testimonios reales y mantener una interacción constante con los usuarios. También empleará WhatsApp Business como canal directo para enviar información, catálogos, respuestas rápidas y promociones exclusivas para clientes frecuentes.

Además, la empresa destacará la calidad y la estética de sus productos a través de un empaque llamativo y elegante, que actúa como promoción visual cada vez que un cliente recibe o comparte el producto. Se incentivará el boca a boca ofreciendo una experiencia agradable desde el pedido hasta la entrega, motivando a los clientes a recomendar la marca.

Bonbon Sweet participará en fechas especiales con ofertas temáticas y detalles personalizados, y reforzará su presencia mediante colaboraciones con otros emprendedores locales. En conjunto, esta estrategia permitirá que el cliente conozca el producto, lo valore y lo elija por su calidad, presentación y confianza.

5.4.2. Mezcla comunicacional

La mezcla comunicacional de Bonbon Sweet se basará principalmente en redes sociales para mostrar productos, anunciar promociones y atraer clientes. Se usará WhatsApp Business para brindar atención directa y enviar catálogos. El empaque elegante funcionará como promoción visual en cada entrega. Se aplicarán ofertas en fechas especiales y descuentos por volumen para incentivar compras. Además, se

fomentará el boca a boca mediante buena atención y se buscarán colaboraciones con otros emprendedores para ampliar el alcance.

5.4.3. Publicidad

Para Bonbon Sweet, la publicidad se enfocará en dar visibilidad a la marca y atraer clientes potenciales de manera efectiva y atractiva.

Canales principales:

Redes sociales: Instagram y Facebook, mostrando fotos y videos de los bombones, resaltando su presentación y sabor artesanal.

WhatsApp: Mensajes promocionales y anuncios a clientes frecuentes.

Estrategias:

Publicaciones periódicas con contenido visual atractivo.

Reels y videos cortos mostrando el proceso, sabores y presentaciones.

Historias con promociones o novedades para generar interacción.

Objetivo:

Dar a conocer la marca.

Atraer nuevos clientes y fidelizar a los actuales.

5.4.4. Promoción en ventas

La promoción en ventas de Bonbon Sweet consistirá en ofrecer incentivos temporales que motiven al cliente a comprar más y con mayor frecuencia. Se aplicarán descuentos por volumen, combos especiales, precios promocionales en lanzamientos y ofertas en fechas importantes como San Valentín, Día de la Madre o Navidad. También se incluirán detalles sorpresa en algunos pedidos para generar fidelidad y una experiencia positiva. Estas acciones buscarán aumentar las ventas rápidamente, atraer nuevos clientes y reforzar la preferencia por la marca.

5.4.5. Relaciones públicas

Las relaciones públicas de Bonbon Sweet se enfocarán en construir una imagen positiva y cercana con la comunidad. La marca participará en ferias, eventos locales y actividades de emprendimiento para darse a conocer de manera directa. También buscará colaboraciones con otros emprendedores, como florerías o negocios de regalos, para generar alianzas que fortalezcan su presencia.

Se fomentará una buena relación con los clientes mediante respuestas rápidas, atención amable y seguimiento posterior a la compra para recibir opiniones y mejorar el servicio. Además, se compartirán testimonios reales y experiencias positivas en redes sociales, lo que ayudará a reforzar la confianza y la reputación del emprendimiento. Estas acciones permitirán que Bonbon Sweet sea percibido como un negocio confiable, profesional y comprometido con sus clientes.

5.4.6. Marketing directo

El marketing directo de Bonbon Sweet se realizará a través de canales que permiten una comunicación personalizada con cada cliente. Principalmente se usará WhatsApp Business para enviar catálogos, promociones, recordatorios de fechas especiales y mensajes personalizados según el tipo de pedido o la preferencia del cliente. También se crearán listas de difusión para informar sobre nuevos productos o descuentos exclusivos.

Además, se utilizarán mensajes directos en redes sociales para resolver dudas, tomar pedidos y brindar una atención rápida y cercana. Este contacto directo permitirá fortalecer la relación con el cliente, aumentar la confianza y generar compras frecuentes gracias a una comunicación clara, inmediata y personalizada.

5.4.7. Venta personal

La venta personal de Bonbon Sweet se basará en una atención directa, cercana y personalizada con cada cliente. Cada interacción, ya sea por WhatsApp o en entregas presenciales, será una oportunidad para explicar el producto, recomendar opciones según la ocasión y resolver dudas de manera amable y rápida. Este trato personalizado permitirá entender mejor las necesidades del cliente, ofrecerle el postre ideal y generar confianza en la marca.

Además, en ferias o eventos donde Bonbon Sweet participe, se aprovechará el contacto cara a cara para mostrar los productos, permitir al cliente ver la calidad y el empaque, y convencerlo mediante una comunicación clara y cordial. Esta estrategia ayudará a crear relaciones duraderas y a aumentar la fidelidad hacia la marca.

5.4.8. Eventos y experiencias

Bonbon Sweet participará en ferias, bazares y eventos locales ofreciendo degustaciones de sus bombones para que los clientes vivan la experiencia del producto. También organizará eventos especiales o colaboraciones con influencers para generar interacción directa y reconocimiento de marca, creando experiencias memorables que refuercen la fidelidad y el interés de los clientes.

5.4.9. Todas o solo algunas

Bonbon Sweet utilizará todas las herramientas de la mezcla promocional: publicidad en redes sociales y WhatsApp, promoción en ventas con descuentos y ofertas, relaciones públicas mediante eventos y colaboraciones, marketing directo con atención personalizada, venta personal en ferias y puntos de contacto, y creación de experiencias a través de degustaciones y eventos especiales.

5.4.10. Mensaje

“Bonbon Sweet: dulces artesanales, elegancia y sabor en cada detalle”, comunicando que cada bombón es un producto exclusivo, de alta calidad y ideal para regalar o disfrutar en momentos especiales.

5.4.11. Medios que se comunicara el mensaje

Bonbon Sweet comunicará su mensaje principalmente a través de redes sociales como Instagram y Facebook, WhatsApp para contacto directo con clientes, participación en ferias y eventos locales, y mediante el empaque elegante de sus productos que refuerza la imagen de marca de manera visual.

5.4.12. Presupuesto de comunicación

El presupuesto de comunicación de Bonbon Sweet dependerá del alcance y las herramientas utilizadas, incluyendo publicidad en redes sociales, promociones, participación en ferias, producción de material visual y diseño de empaques. Se recomienda asignar un porcentaje del presupuesto total del negocio, por ejemplo entre 10% y 15%, para asegurar una comunicación efectiva y constante con el mercado objetivo.

5.4.13. Producción con resultados esperados

Bonbon Sweet evaluará los resultados de su promoción y comunicación mediante el seguimiento de ventas antes y después de cada campaña, el análisis de interacciones y alcance en redes sociales, la cantidad de pedidos recibidos por WhatsApp y la retroalimentación directa de los clientes sobre promociones, productos y experiencias de compra.

5.5. Analisis de Plaza

Bonbon Sweet evaluará los resultados de su promoción y comunicación mediante el seguimiento de ventas antes y después de cada campaña, el análisis de interacciones y alcance en redes sociales, la cantidad de pedidos recibidos por WhatsApp y la retroalimentación directa de los clientes sobre promociones, productos y experiencias de compra.

Bonbon Sweet utilizará todas las herramientas de la mezcla promocional: publicidad en redes sociales y WhatsApp, promoción en ventas con descuentos y ofertas especiales, relaciones públicas mediante eventos y colaboraciones con influencers, marketing directo con atención personalizada, venta personal en ferias y puntos de contacto, y creación de experiencias a través de degustaciones y eventos especiales.

El mensaje que se comunicará al mercado objetivo será:

“Bonbon Sweet: dulces artesanales, elegancia y sabor en cada detalle”, destacando que cada bombón es un producto exclusivo, de alta calidad y perfecto para regalar o disfrutar en momentos especiales.

Los medios y vehículos para transmitir este mensaje serán: redes sociales (Instagram y Facebook), WhatsApp para contacto directo con clientes, participación en ferias y eventos locales, y el empaque elegante de los productos que refuerza visualmente la imagen de la marca.

El presupuesto de comunicación se recomienda asignar entre un 10% y 15% del presupuesto total del negocio, considerando gastos en publicidad digital, promociones, material visual y diseño de empaques.

La evaluación de los resultados se realizará mediante el seguimiento de ventas antes y después de cada campaña, análisis de interacciones y alcance en redes sociales, cantidad de pedidos recibidos por WhatsApp y retroalimentación directa de los clientes sobre promociones y experiencias de compra.

5.5.1. Tipo de canal de distribución

Bonbon Sweet utilizará un canal de distribución directo, es decir, llevará sus productos del emprendimiento directamente al cliente sin intermediarios. Esto se realizará mediante:

Entrega a domicilio, coordinada por WhatsApp o redes sociales.

Recojo en un punto acordado, donde el cliente pasa a recoger su pedido.

Ventas presenciales en ferias o eventos, cuando la marca participe.

Este tipo de canal permite mantener control total sobre la calidad del producto, la presentación y la atención al cliente, garantizando que cada postre llegue en perfectas condiciones y con el trato personalizado propio de la marca.

5.5.2. Canal directo

El canal directo de Bonbon Sweet consiste en entregar los productos sin intermediarios, directamente del emprendimiento al cliente. Esto se llevará a cabo mediante pedidos por WhatsApp o redes sociales, entregas a domicilio y la opción de recojo en un punto acordado. Este canal permite mayor control sobre la calidad, la presentación y la atención personalizada en cada venta.

5.5.3. Canal indirecto

El canal indirecto de Bonbon Sweet implicaría que los productos lleguen al cliente a través de intermediarios o puntos de venta externos. Por ejemplo, se podrían vender los postres mediante tiendas de regalos, cafeterías, florerías aliadas o distribuidores locales que ofrezcan los productos a sus propios clientes. Este canal permite ampliar el alcance de la marca y llegar a más personas sin que el negocio tenga que entregar directamente cada pedido, aunque se pierde un poco de control sobre la presentación y la atención personalizada.

5.5.4. Distribución eficiente y eficaz

Para evaluar que la distribución de Bonbon Sweet sea eficiente y eficaz, se pueden considerar varios indicadores clave:

Tiempo de entrega: Medir cuánto tarda cada pedido desde que se recibe hasta que llega al cliente. Entregas rápidas y puntuales indican eficiencia.

Exactitud de pedidos: Verificar que cada pedido llegue completo, con los productos correctos y en buen estado. Esto refleja eficacia en la distribución.

Costo de distribución: Analizar los gastos asociados a transporte y logística para asegurarse de que no afecten demasiado la rentabilidad.

Satisfacción del cliente: Recoger opiniones sobre la entrega, la presentación y la atención. Comentarios positivos muestran que el canal es eficaz.

Frecuencia de errores o devoluciones: Monitorear problemas como pedidos incorrectos, retrasos o productos dañados. Un número bajo indica un sistema de distribución eficiente.

Mediante estos indicadores, Bonbon Sweet podrá ajustar su logística y asegurarse de que los productos lleguen al cliente de manera rápida, segura y con calidad.

6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

1. Estructura del personal:

Propietario/Gerente: Responsable de la planificación, compras, finanzas y estrategias de marketing.

Repostero principal: Encargado de la preparación de los postres, control de calidad y presentación.

Auxiliar de producción: Ayuda en la elaboración, empaquetado y limpieza del área de trabajo.

Personal de ventas y entrega: Gestiona pedidos, atención al cliente y realiza las entregas a domicilio.

2. Funciones y responsabilidades:

Cada miembro tendrá tareas claras para garantizar eficiencia y calidad.

El repostero y su auxiliar se centran en mantener los estándares del producto.

El personal de ventas asegura atención personalizada, toma de pedidos y fidelización de clientes.

3. Capacitación:

Formación en atención al cliente, técnicas de venta y uso de herramientas digitales (WhatsApp Business, redes sociales).

Capacitación en higiene, manejo de alimentos y presentación estética de los productos.

4. Motivación y bienestar:

Reconocimientos por desempeño destacado.

Posibilidad de crecimiento dentro del emprendimiento.

Ambiente de trabajo positivo y colaborativo.

5. Evaluación del personal:

Revisión mensual del desempeño en producción, ventas y atención al cliente.

Retroalimentación continua para mejorar procesos y calidad del servicio.

6.1.1. Personal importante

Para iniciar Bonbon Sweet, se requiere personal clave en el área de producción y operaciones que garantice la calidad y eficiencia de los productos. Esto incluye un repostero principal, encargado de elaborar los postres, supervisar la calidad y asegurar la presentación adecuada; un auxiliar de producción que apoye en la preparación, empaquetado y limpieza del área de trabajo; y personal responsable de la gestión de pedidos y entregas, asegurando que los productos lleguen correctamente a los clientes. Este equipo permite mantener estándares altos desde la elaboración hasta la entrega del producto.

6.1.2. Personal de dirección

El personal de dirección de Bonbon Sweet estará compuesto principalmente por el propietario o gerente del negocio, quien se encargará de la planificación estratégica, control financiero, gestión de recursos y toma de decisiones clave. También supervisará las operaciones diarias, coordinará al equipo de producción y ventas, y definirá las estrategias de marketing y promoción. Su función es garantizar que el emprendimiento funcione de manera organizada, eficiente y orientada al crecimiento y la satisfacción del cliente.

6.1.3. Personal de ejecución

El personal de ejecución de Bonbon Sweet está compuesto por aquellos que realizan las actividades operativas del negocio. Esto incluye al repostero principal, encargado de preparar los postres y mantener la calidad y presentación; al auxiliar de producción, que ayuda en la elaboración, empaquetado y limpieza; y al personal de ventas y entregas, que gestiona los pedidos, atiende a los clientes y realiza la entrega de los productos. Este equipo es clave para que el negocio funcione de manera eficiente y cumpla con los estándares de calidad.

6.1.4. Personal de operación

El personal de operación de Bonbon Sweet está formado por quienes se encargan del funcionamiento diario del emprendimiento. Incluye al repostero principal, responsable de la elaboración y calidad de los postres; al auxiliar de producción, que apoya en la preparación, empaquetado y limpieza; y al personal de entregas y atención al cliente, que gestiona pedidos, realiza entregas y mantiene la comunicación directa con los clientes. Este equipo asegura que los productos se produzcan, presenten y entreguen correctamente, garantizando la satisfacción del cliente y el buen desempeño del negocio.

6.1.5. Otro

Otro personal importante para Bonbon Sweet puede ser un especialista en marketing y redes sociales, encargado de gestionar la promoción digital, crear contenido atractivo, mantener las redes sociales activas y responder a los clientes en línea. Este rol ayuda a aumentar la visibilidad de la marca, atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes, complementando así al equipo de producción y operaciones para lograr un negocio más completo y competitivo.

6.1.6. Manual de organización

Objetivo:

Establecer la estructura y funciones del personal para garantizar un funcionamiento eficiente y ordenado del emprendimiento.

Estructura Organizacional:

Dirección:

Propietario/Gerente: Planificación estratégica, control financiero, supervisión general y toma de decisiones.

Producción y Operaciones:

Repostero principal: Elaboración de postres, control de calidad y presentación.

Auxiliar de producción: Apoyo en preparación, empaquetado y limpieza.

Personal de entregas y atención al cliente: Gestión de pedidos, comunicación directa y entrega de productos.

Marketing y Ventas:

Especialista en redes sociales: Gestión de redes, marketing digital, creación de contenido y fidelización de clientes.

Políticas de operación:

Mantener higiene y seguridad en la producción.

Cumplir con tiempos de entrega y estándares de calidad.

Brindar atención amable y personalizada.

Capacitación y evaluación continua del personal.

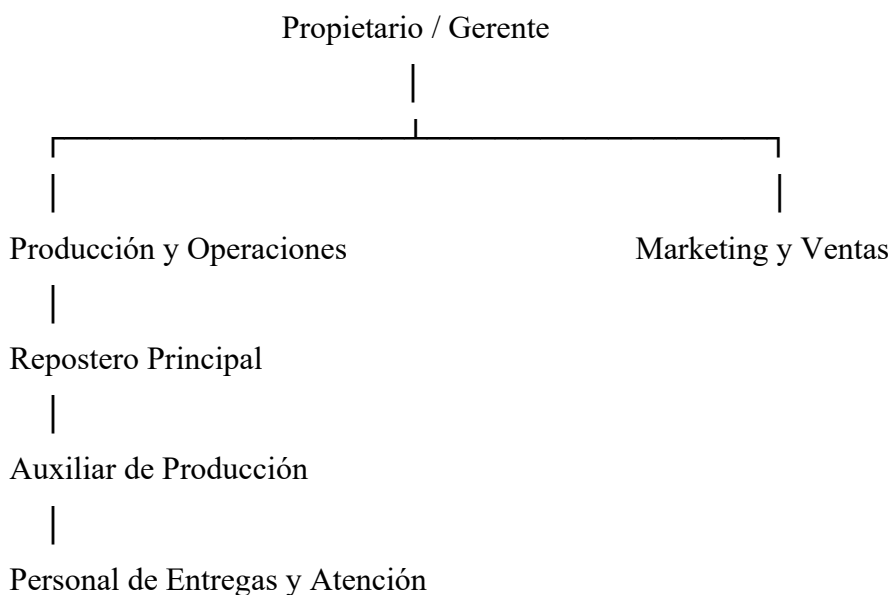
Evaluación y mejora:

Revisiones periódicas del desempeño del personal.

Retroalimentación continua para mejorar procesos y calidad.

Ajustes en la estructura según necesidades del negocio.

6.1.6.1. Organigrama



6.1.6.2. Analisis y descripción de cargos

En Bonbon Sweet, cada cargo tiene funciones claras para garantizar el buen funcionamiento del negocio. El propietario o gerente es responsable de la planificación estratégica, supervisión general, control financiero y toma de decisiones, asegurando que todas las áreas operen de manera eficiente. El repostero principal se

encarga de la elaboración de los postres, el control de calidad y la presentación estética de los productos. El auxiliar de producción apoya en la preparación, empaquetado y limpieza del área de trabajo, asegurando que todo esté listo para la entrega. El personal de entregas y atención al cliente gestiona los pedidos, mantiene comunicación directa con los clientes y garantiza que los productos lleguen correctamente. Finalmente, el especialista en marketing y redes sociales administra la promoción digital, crea contenido atractivo y realiza estrategias para fidelizar clientes, contribuyendo al crecimiento y posicionamiento de la marca. Cada cargo es fundamental para lograr eficiencia, calidad y satisfacción del cliente.

6.1.6.3. Manual de funciones del personal clave

En Bonbon Sweet, el propietario o gerente planifica y supervisa todas las operaciones, toma decisiones estratégicas y coordina al equipo para garantizar calidad y atención al cliente. El repostero principal elabora los postres, controla la calidad y presentación, gestiona inventarios y capacita al auxiliar de producción. El auxiliar de producción apoya en la preparación, empaquetado y limpieza, siguiendo las indicaciones del repostero para mantener la uniformidad. El personal de entregas y atención al cliente gestiona pedidos, realiza entregas, atiende a los clientes y registra ventas. El especialista en marketing y redes sociales administra las plataformas digitales, crea contenido promocional, interactúa con los clientes y desarrolla estrategias para aumentar ventas y fidelización.

6.1.6.4. Plan de carrera

El plan de carrera en Bonbon Sweet busca motivar al personal y fomentar su desarrollo dentro del emprendimiento. Los colaboradores podrán avanzar adquiriendo nuevas responsabilidades y habilidades; por ejemplo, un auxiliar de producción puede llegar a convertirse en repostero principal mediante capacitación y experiencia en elaboración y control de calidad. El personal de ventas y atención al cliente podrá asumir funciones de coordinación de pedidos y marketing digital. Además, se ofrecerán entrenamientos periódicos en técnicas de producción, manejo de redes sociales y atención al cliente, así como evaluaciones de desempeño que permitan reconocer logros y promociones. Este plan busca desarrollar talento interno, mejorar la eficiencia del equipo y fortalecer la fidelidad y compromiso del personal con la empresa.

6.1.7. Reclutamiento

Se realizará buscando personas con habilidades y experiencia relacionadas con la repostería, atención al cliente y marketing digital. Se publicarán vacantes en redes sociales y se contactará a candidatos recomendados por conocidos o colaboradores actuales. Se valorará la disposición para aprender, la responsabilidad, la creatividad y la capacidad de trabajar en equipo. El objetivo es seleccionar personal que se integre al emprendimiento, contribuya a mantener la calidad del producto y brinde un servicio eficiente y cordial a los clientes.

6.1.8. Selección

Consistirá en evaluar a los candidatos mediante entrevistas y, cuando corresponda, pruebas prácticas. Para el personal de producción se verificará la habilidad en repostería y la capacidad de mantener estándares de calidad; para atención al cliente se valorará la comunicación, amabilidad y resolución de problemas; y para marketing digital se analizarán conocimientos en redes sociales y creatividad en contenido. El objetivo es elegir al personal más calificado, comprometido y alineado con los valores y objetivos del emprendimiento.

6.1.9. Capacitación

Se enfocará en mejorar las habilidades del personal y garantizar la calidad del producto y del servicio. Incluye entrenamientos en técnicas de repostería, presentación y empaque de los productos, higiene y manejo seguro de alimentos, atención al cliente y uso de herramientas digitales como redes sociales y WhatsApp Business. También se realizarán sesiones periódicas de actualización y evaluación para reforzar conocimientos, corregir errores y fomentar la eficiencia y profesionalismo del equipo.

6.1.10. Contratación

La contratación en Bonbon Sweet se realizará una vez finalizado el proceso de selección y capacitación de los candidatos. Se formalizará mediante acuerdos claros sobre funciones, horarios, remuneración y condiciones laborales. El objetivo es asegurar que cada miembro del equipo esté comprometido con el emprendimiento, cumpla con sus responsabilidades y contribuya al buen funcionamiento, la calidad del producto y la satisfacción del cliente.

6.1.11. Inducción

La inducción en Bonbon Sweet consiste en orientar a los nuevos colaboradores sobre la misión, visión, valores y objetivos del emprendimiento, así como sus funciones y responsabilidades. Se les explica el funcionamiento del área en la que trabajarán, los procesos de producción, atención al cliente y manejo de pedidos, y se les familiariza con las normas de higiene, seguridad y calidad. El objetivo es que el personal se integre rápidamente al equipo, comprenda la cultura del negocio y pueda desempeñar sus tareas de manera eficiente desde el inicio.

6.1.12. Motivación al personal

La motivación al personal se implementará mediante incentivos y comisiones que reconozcan su desempeño y esfuerzo. Se otorgarán bonos por cumplimiento de metas de producción, calidad y ventas, así como comisiones por cada venta realizada o por logro de objetivos específicos en atención al cliente o marketing. También se premiará la puntualidad, la creatividad en la presentación de productos y la iniciativa en la promoción de la marca. Estos incentivos buscan fomentar la productividad, el compromiso y la satisfacción del equipo, generando un ambiente de trabajo positivo y orientado al crecimiento del emprendimiento.

6.1.13. Sueldos y salarios

Los sueldos y salarios se establecerán de acuerdo con las funciones, responsabilidades y experiencia de cada puesto. El propietario o gerente recibirá una compensación proporcional a la gestión y supervisión del negocio. El repostero principal y el auxiliar de producción tendrán salarios que reflejen su nivel de habilidad y contribución en la elaboración de los postres. El personal de entregas y atención al cliente recibirá un salario base más posibles comisiones por ventas o entregas. De igual manera, el especialista en marketing y redes sociales tendrá una remuneración acorde a su responsabilidad en promoción y fidelización de clientes. Los sueldos se revisarán periódicamente para asegurar equidad, motivación y retención del personal.

6.1.14. Seguridad e higiene persona

La seguridad e higiene personal son fundamentales para garantizar la calidad de los productos y la salud de los clientes y del personal. Todo el personal de producción debe usar uniformes limpios, gorros o cofias, guantes y delantales al manipular los ingredientes y los postres. Se fomentará el lavado frecuente de manos, el uso de mascarillas cuando sea necesario y el cuidado de cortes o heridas. Además, se impartirán capacitaciones sobre buenas prácticas de higiene y manejo seguro de alimentos, asegurando que todos cumplan con las normas sanitarias y trabajen en un ambiente seguro y limpio.

6.1.15. Evaluación de desempeño

La evaluación de desempeño se realizará de manera periódica para medir la eficiencia, la calidad del trabajo y la atención al cliente de cada miembro del equipo. Se revisarán aspectos como cumplimiento de tareas, puntualidad, calidad de los postres, presentación, manejo de pedidos y comunicación con los clientes. Los resultados servirán para identificar fortalezas, áreas de mejora y necesidades de capacitación. Además, se utilizarán como base para otorgar incentivos, promociones o ajustes salariales, fomentando la motivación y el compromiso del personal con el emprendimiento.

7. PLAN DE FINANZAS

El plan de finanzas de Bonbon Sweet tiene como objetivo garantizar la sostenibilidad, rentabilidad y crecimiento del negocio. Incluye la proyección de ingresos, basada en la venta de postres como brownies, budines, trufas y mini galletas, considerando precios de venta, volumen estimado de clientes y frecuencia de compras. También contempla los costos de producción, incluyendo materias primas, empaques, insumos y gastos de operación como luz, agua, transporte y marketing.

Se establecerá un control de flujo de caja, registrando ingresos y egresos diarios para asegurar liquidez y prever necesidades financieras. Además, se planificará un presupuesto mensual y anual, asignando recursos a producción, marketing, personal y contingencias. Se definirán indicadores de rentabilidad y eficiencia, como margen de ganancia y punto de equilibrio, para tomar decisiones informadas.

El plan también incluye estrategias de financiamiento, considerando recursos propios, reinversión de utilidades y posibles créditos para expansión. Finalmente, se implementará un sistema de control y

seguimiento, con registros contables claros y revisiones periódicas para ajustar gastos, optimizar recursos y garantizar la estabilidad financiera del emprendimiento.

7.1. Estados financieros

1. Estado de Resultados (o Pérdidas y Ganancias)

Muestra los ingresos, costos y gastos del negocio en un período determinado, permitiendo conocer la rentabilidad. Incluye:

Ingresos por ventas: total de ventas de postres.

Costo de ventas: materias primas, empaques y costos directos de producción.

Gastos operativos: sueldos, transporte, marketing, servicios, mantenimiento.

Utilidad neta: ingresos menos costos y gastos, reflejando la ganancia del negocio.

2. Balance General (o Estado de Situación Financiera)

Refleja los recursos y obligaciones del emprendimiento en un momento específico. Incluye:

Activos: dinero en efectivo, inventario de postres y materias primas, equipos y utensilios.

Pasivos: deudas o préstamos que tenga el negocio.

Patrimonio: inversión del propietario más utilidades acumuladas.

3. Estado de Flujo de Caja

Permite controlar la liquidez y prever necesidades financieras. Incluye:

Entradas de efectivo: ventas en efectivo, cobros de clientes.

Salidas de efectivo: pagos a proveedores, gastos operativos, sueldos, impuestos.

Saldo de efectivo: dinero disponible en caja y bancos, asegurando que el negocio pueda cubrir sus obligaciones.

7.2. Balance general

Balance General

Al 31 de diciembre de 2025

Concepto	Monto (Bs)
----------	------------

Activo

Activo corriente

Caja y bancos	3,000
Inventario (postres y materias primas)	2,500
Total Activo Corriente	5,500

Activo no corriente

Equipos y utensilios	2,000
Total Activo	7,500

Pasivo

Pasivo corriente

Proveedores	1,500
Otros gastos por pagar	500
Total Pasivo	2,000

Patrimonio

Aportes del propietario	5,000
Utilidad acumulada	500
Total Patrimonio	5,500
Total Pasivo + Patrimonio	7,500

7.3. Estado de resultado

Bonbon Sweet

Estado de Resultados Estimado

Periodo: Mensual

Moneda: Bolivianos (Bs)

<i>Concepto</i>	<i>Monto (Bs)</i>
<i>Ventas</i>	15,000
<i>Costos de ventas</i>	6,000
<i>Margen bruto</i>	9,000
<i>Gastos operativos</i>	
Sueldos y salarios	3,000
Marketing y publicidad	500

Alquiler local	1,000
Servicios (luz, agua, internet)	500
Otros gastos administrativos	500
Total gastos operativos	5,500
Margen neto	3,500

Notas:

Ventas: Estimadas por la cantidad de postres y bombones vendidos mensualmente.

Costos de ventas: Incluyen ingredientes, empaques y materiales directos.

Gastos operativos: Sueldos, alquiler, servicios, publicidad y otros gastos administrativos.

Margen bruto: Indica la rentabilidad de la producción antes de cubrir gastos operativos.

Margen neto: Beneficio final que puede reinvertirse o ahorrarse.

7.4. Flujo de caja

Bonbon Sweet

Flujo de Caja Estimado

Periodo: Mensual

Moneda: Bolivianos (Bs)

Flujo de caja de inversión

Concepto	Monto (Bs)
Compra de maquinaria/equipos	5,000
Compra de mobiliario/utensilios	2,000
Inversión en local o remodelación	3,000
Total flujo de inversión	10,000

Flujo de caja de operación o explotación

Concepto	Monto (Bs)
Entradas (Ventas)	15,000

Salidas:

- Costos de ventas	6,000
- Gastos operativos	5,500

Flujo neto de operación	3,500
--------------------------------	--------------

Flujo de caja de deuda o financiación

Concepto	Monto (Bs)
Préstamos recibidos	8,000
Pago de préstamos e intereses	1,000

Aportes de socios/inversores	2,000
Flujo neto de financiación	9,000

Resumen final de flujo de caja

Concepto	Monto (Bs)
Flujo neto de operación	3,500
Flujo neto de inversión	-10,000
Flujo neto de financiación	9,000
Flujo de caja final del mes	2,500

7.5 Instrumentos requeridos

Bonbon Sweet – Instrumentos Financieros

Periodo: Anual

Moneda: Bolivianos (Bs)

1. Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada (TRMA)

Concepto	Valor
Tasa mínima de retorno esperada	15% anual

2. Valor Actual Neto (VAN)

Concepto	Monto (Bs)
Inversión inicial	10,000
Flujo de caja anual	30,000
TRMA	15%
VAN estimado	16,956

✓ Resultado: Positivo → inversión rentable

3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Concepto	Valor
TIR estimada	50% anual

✓ Retorno superior a la TRMA, inversión atractiva.

4. Valor residual

Concepto	Monto (Bs)
Maquinaria y equipo	5,000
Valor residual proyectado (5 años)	2,000

5. Periodo de recuperación (Payback)

Concepto	Monto
-----------------	--------------

Inversión inicial	10,000
Flujo de caja anual	30,000
Periodo de recuperación	0.33 años $\approx$ 4 meses

✓ Recuperación rápida de la inversión.

6. Punto de equilibrio (Break-even)

Concepto	Monto (Bs)
Costos fijos mensuales	5,500
Margen de contribución (%)	60%
Punto de equilibrio mensual	9,167

✓ Ventas necesarias para cubrir costos y no tener pérdidas.

7.6. Principales riesgos financieros

Riesgo de liquidez

Posibilidad de no contar con efectivo suficiente para cubrir gastos inmediatos como pago de proveedores, salarios o alquiler.

Ejemplo: Retrasos en las ventas de postres o acumulación de inventario no vendido podrían generar falta de liquidez.

Riesgo de crédito

Pérdidas por clientes que no pagan a tiempo o incumplen sus compromisos.

Ejemplo: Venta a crédito a clientes o tiendas locales que retrasen pagos.

Riesgo de mercado

Cambios en la demanda, gustos del consumidor o competencia que afecten las ventas.

Ejemplo: Aumento de competidores de repostería o cambios en preferencias de los clientes.

Riesgo de costos

Incrementos inesperados en los precios de materias primas, empaques o servicios.

Ejemplo: Subida del precio del chocolate, azúcar o harina.

Riesgo financiero por endeudamiento

Excesiva dependencia de préstamos o créditos que genere altos costos financieros.

Ejemplo: Pago de intereses que reduzca el margen neto y afecte la rentabilidad.

Riesgo operativo relacionado con flujo de caja

Dificultad de cubrir obligaciones si los ingresos fluctúan.

Ejemplo: Temporadas bajas con menor venta de postres que generen déficit de efectivo.

8. ESTUDIO JURIDICO FISCAL

Marco legal y forma jurídica

<i>Concepto</i>	<i>Detalle</i>
Marco legal	Cumplimiento de leyes de alimentos, permisos municipales, normas de salud y etiquetado.
Forma jurídica	Microempresa o sociedad unipersonal, según tamaño y número de socios.

Obligaciones fiscales

<i>Concepto</i>	<i>Detalle</i>
Registro fiscal	Servicio de Impuestos Nacionales (SIN)
IVA	Aplicable según ventas
Impuesto a las utilidades (IUE)	Según ganancias
Retenciones	Sobre pagos a terceros y empleados

Contratos y obligaciones laborales

<i>Concepto</i>	<i>Detalle</i>
Ley laboral	Cumplimiento de contratos, salarios y seguridad social
Proveedores y clientes	Contratos formales para proteger derechos y obligaciones

Propiedad intelectual y marca

<i>Concepto</i>	<i>Detalle</i>
Registro de marca	“Bonbon Sweet” en SENAPI
Protección	Nombre, logotipo y etiquetas

Riesgos legales y fiscales

<i>Riesgo</i>	<i>Posible impacto</i>
Incumplimiento normativo	Sanciones administrativas o cierre temporal
Contratos mal redactados	Problemas legales con proveedores o clientes
Propiedad intelectual	Uso indebido de marcas o demandas legales

8.1. Forma jurídica

La empresa “Bonbon Sweet” se constituirá como microempresa, lo que permite un registro más sencillo, menor carga administrativa y tributaria, y facilita la formalización del negocio para operar legalmente en Bolivia.

8.2. Forma jurídica que va a tomar

Se eligió la forma jurídica de microempresa porque es más sencilla de constituir, tiene menores costos administrativos y fiscales, permite operar legalmente de manera formal y ofrece flexibilidad para el crecimiento del negocio sin requerir una estructura compleja.

8.3. Nombre de la empresa

El nombre de la empresa será “Bonbon Sweet”.

8.4. Numero de socios

La empresa “Bonbon Sweet” tendrá un socio principal, quien realizará una aportación inicial de 10,000 Bs para cubrir inversión en maquinaria, insumos, mobiliario y capital de trabajo.

8.5. Organismos públicos

La empresa “Bonbon Sweet” debe inscribirse ante los siguientes organismos públicos en Bolivia:

Registro de Comercio en Fundempresa, para obtener la personalidad jurídica y el NIT.

Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), para el registro tributario y cumplimiento de obligaciones fiscales como IVA e IUE.

Municipio local, para obtener la licencia de funcionamiento y cumplir normas municipales de higiene y seguridad.

Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI), para el registro de la marca “Bonbon Sweet” y protección de logotipo y etiquetas.

8.6. Principales obligaciones fiscales

Registrar y declarar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) sobre las ventas si corresponde.

Declarar y pagar el Impuesto a las Utilidades de las Empresas (IUE) según las ganancias obtenidas.

Cumplir con las retenciones de impuestos por pagos a terceros o empleados.

Presentar declaraciones y pagos dentro de los plazos establecidos por el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).

Mantener registros contables y comprobantes fiscales de todas las operaciones del negocio.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

El emprendimiento “Bonbon Sweet” presenta un modelo de negocio rentable y con rápido retorno de inversión, apoyado en un flujo de caja positivo y un margen neto saludable. La elección de la forma jurídica como microempresa facilita su formalización y gestión administrativa. Además, la correcta planificación financiera, fiscal y jurídica permite minimizar riesgos y asegurar la sostenibilidad del negocio.

Recomendaciones:

Gestión financiera: Mantener un control detallado del flujo de caja, con reservas suficientes para cubrir gastos imprevistos y garantizar la continuidad del negocio durante temporadas bajas. Implementar herramientas de registro contable confiables y actualizar periódicamente los indicadores financieros.

Cumplimiento fiscal y legal: Cumplir estrictamente con las obligaciones fiscales, como el IVA, el IUE y retenciones a terceros. Formalizar todos los contratos laborales y comerciales, asegurando transparencia y protección legal. Esto permitirá operar sin sanciones y fortalecer la reputación de la empresa.

Protección de marca y propiedad intelectual: Registrar y proteger la marca, logotipo y etiquetas para asegurar exclusividad y evitar conflictos legales con terceros, fortaleciendo la identidad de la empresa en el mercado.

Diversificación de productos y mercado: Ampliar la línea de productos de repostería, adaptándose a las tendencias y preferencias del consumidor, e implementar estrategias de marketing que aumenten la visibilidad de la marca y la fidelidad de los clientes.

Monitoreo de riesgos: Revisar periódicamente los riesgos financieros, operativos y de mercado, ajustando estrategias según cambios en precios de insumos, competencia o demanda. Mantener un fondo de contingencia para enfrentar imprevistos.

Planificación estratégica: Realizar evaluaciones periódicas de los indicadores financieros clave (VAN, TIR, punto de equilibrio), así como del desempeño de ventas y costos, para tomar decisiones informadas sobre reinversión, expansión o ajuste de precios.

Capacitación y motivación del personal: Invertir en la formación de empleados para mejorar la calidad de los productos y el servicio al cliente, aumentando la competitividad del negocio. Además, implementar incentivos que fomenten productividad y compromiso.

En resumen, “Bonbon Sweet” tiene un potencial de crecimiento sólido, respaldado por una buena planificación financiera, legal y operacional. La aplicación de estas recomendaciones permitirá minimizar riesgos, aumentar la rentabilidad y asegurar la sostenibilidad a mediano y largo plazo.

BIBLIOGRAFIA

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15.^a ed.). Pearson.
2. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
3. Chiavenato, I. (2017). *Introducción a la teoría general de la administración* (9.^a ed.). McGraw-Hill.
4. Ross, S. A., Westerfield, R., & Jordan, B. D. (2016). *Fundamentals of corporate finance* (11.^a ed.). McGraw-Hill Education.
5. Gobierno Autónomo Municipal de Santa Cruz. (2022). *Registro de empresas y normativas para emprendimientos*. Santa Cruz: GAMSCP.
6. Instituto Nacional de Estadística de Bolivia (INE). (2021). *Estadísticas sobre micro y pequeñas empresas en Bolivia*. Recuperado de <https://www.ine.gob.bo>
7. Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13.^a ed.). Pearson.
8. American Marketing Association. (2017). *Definition of marketing*. Recuperado de <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing/>

9. Paredes, M., & Rojas, L. (2019). *Gestión de pequeños negocios: Estrategias para el éxito empresarial en Bolivia*. Editorial Universitaria.
10. Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & Piercy, N. F. (2020). *Principles of marketing* (8.^a ed.). Pearson.1

ANEXOS

Anexo 1: Estado de Resultados Mensual

Tabla detallada con ventas, costos, margen bruto, gastos operativos y margen neto.

Anexo 2: Flujo de Caja Estimado

Flujo de caja de inversión, operación y financiación.

Resumen del flujo neto mensual y anual.

Anexo 3: Instrumentos Financieros

VAN, TIR, TRMA, periodo de recuperación, valor residual y punto de equilibrio.

Cálculos y fórmulas utilizadas.

Anexo 4: Estudio Jurídico-Fiscal

Inscripción ante Fundempresa, SIN, SENAPI y municipio.

Obligaciones fiscales y riesgos legales.

Anexo 5: Análisis de Riesgos Financieros

Tabla resumida de riesgos, impacto y medidas de mitigación.

Anexo 6: Proyecciones y Presupuestos

Proyección de ventas, costos y gastos para los próximos 12 meses.

Presupuesto de inversión inicial y capital de trabajo.

Anexo 7: Documentos de Apoyo Visual

Diseño de la marca y logotipo “Bonbon Sweet”.

Fotografías del local, maquinaria y productos.

Ejemplos de empaques y etiquetas.

Anexo 8: Bibliografía

Listado de fuentes utilizadas para la elaboración del informe.

