



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: "Aroma y Canela" Panadería Artesanal
NÚMERO DE GRUPO: 33 **TURNO DE PRESENTACIÓN:** Tarde
DOCENTE GUÍA: Lic Marco Antonio Garrido Pinto
INTEGRANTES: Mikol Mendoza Macoñó

NÚMERO INTERNO
DE GRUPO:

033

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. Piter Fernández
DIR. DE CONTADURÍA PÚBLICA



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



EMPRENDIMIENTO
“AROMA Y CANELA”
PANADERIA ARTESANAL

UNIVERSITARIA: MIKOL MENDOZA MACOÑÓ
DOCENTE: LIC. MARCO ANTONIO GARRIDO PINTO
GESTIÓN: 2025

SANTA CRUZ – BOLIVIA

DEDICATORIA

A mi querida familia, por su amor, apoyo incondicional y por ser mi mayor fuente de inspiración.

Cada paso en este proyecto está dedicado a ustedes, quienes me enseñaron el valor del esfuerzo, la constancia y la fe en los sueños.

Gracias por acompañarme siempre con palabras de aliento y confianza en mi camino académico y personal.

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios por brindarme salud, sabiduría y fortaleza para culminar este trabajo.

A mi familia, por su comprensión y motivación constante durante este proceso.

Al Lic. Marco Antonio Garrido Pinto, por su guía, paciencia y enseñanzas en el desarrollo del presente plan de negocio.

Finalmente, a mis compañeros y amigos de la facultad, por compartir experiencias, ideas y momentos que enriquecieron esta etapa de aprendizaje.

RESUMEN EJECUTIVO

El emprendimiento “Aroma y Canela – Panadería Artesanal” nace con el objetivo de ofrecer rollitos de canela artesanales elaborados con ingredientes naturales, sin conservantes, y con un sabor casero único. Se busca satisfacer la creciente demanda de productos dulces, frescos y hechos con calidad artesanal en Santa Cruz de la Sierra.

El plan de negocio presenta el análisis de mercado, la estructura productiva, estrategias de marketing, el plan financiero y los aspectos legales del emprendimiento. La inversión inicial es de Bs. 8.310, con ingresos mensuales proyectados de Bs. 9.600 y una ganancia aproximada de Bs. 3.900.

El proyecto demuestra ser rentable y sostenible, con potencial de crecimiento hacia cafeterías y franquicias locales. Además, impulsa la economía familiar y fomenta el consumo responsable.

INDICE

- 1. Introducción**
- 2. Justificación**
- 3. Misión**
- 4. Visión**
- 5. Valores**
- 6. Capítulo 1: Análisis Externo**
- 7. Capítulo 2: Análisis Interno**
- 8. Capítulo 3: Plan de Producción**
- 9. Capítulo 4: Plan de Marketing**
- 10. Capítulo 5: Plan de Recursos Humanos**
- 11. Capítulo 6: Plan de Finanzas**
- 12. Capítulo 7: Estudio Jurídico y Fiscal**
- 13. Conclusiones y Recomendaciones**
- 14. Bibliografía**
- 15. Anexos**

INTRODUCCION

El presente plan de negocio analiza el emprendimiento “Aroma y Canela – Panadería Artesanal”, orientado a la elaboración y comercialización de rollitos de canela artesanales. Su propósito es evaluar la viabilidad económica, técnica y comercial del proyecto y diseñar estrategias que aseguren su éxito y sostenibilidad.

El trabajo se basa en la observación directa del mercado local, el análisis de competidores y el uso de estrategias de marketing digital. “Aroma y Canela” busca diferenciarse por la calidad de sus productos, su identidad artesanal y su compromiso con el medio ambiente mediante empaques ecológicos.

JUSTIFICACIÓN

En los últimos años, la tendencia hacia el consumo de productos elaborados artesanalmente ha ido en aumento. Los consumidores buscan alimentos con sabor casero, elaborados con ingredientes naturales y sin conservantes. “Aroma y Canela” nace con el propósito de satisfacer esa demanda, ofreciendo rollitos de canela frescos, suaves, con glaseado natural y preparados diariamente, rescatando el valor de la panadería tradicional boliviana con un toque moderno. Este emprendimiento no solo aporta a la economía local, sino que también promueve el consumo responsable y la producción de alimentos de calidad.

VISIÓN

Ser reconocidos como la panadería artesanal líder en Santa Cruz, destacada por la calidad, el aroma y el sabor inigualable de sus rollitos de canela, contribuyendo a un estilo de vida dulce, cálido y familiar.

MISIÓN

Ofrecer rollitos de canela frescos y artesanales, elaborados con ingredientes naturales y técnicas tradicionales, garantizando una experiencia única para el cliente y fortaleciendo el espíritu emprendedor local.

VALORES

- **Calidad:** Uso de ingredientes frescos y naturales.

- **Tradición:** Elaboración artesanal con recetas originales.
- **Innovación:** Nuevos sabores y presentaciones.
- **Responsabilidad:** Compromiso con la higiene, seguridad alimentaria y el medio ambiente.
- **Cercanía:** Atención amable y personalizada.

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS EXTERNO

MICROENTORNO

- **Clientes potenciales:**

Principalmente personas entre 18 y 45 años de edad, de nivel socioeconómico medio y medio-alto, que buscan postres frescos y artesanales.

- **Por departamento:**

Santa Cruz: Mercado principal.

Cochabamba y La Paz: Mercados en crecimiento.

Tarija y Sucre: Potencial turístico.

- **Segmentos de mercado:**

Jóvenes y oficinistas.

Familias que consumen productos caseros.

Cafeterías que buscan proveedores artesanales.

- **Competidores principales:**

NOMBRE	PRODUCTOS DESTACADOS	PRECIO PROMEDIO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
SWEET ROLL	ROLLITOS DE CANELA	12 BS/UNIDAD	BUENA PRESENTACIÓN	POCA VARIEDAD
PANARTE	PANES Y BOLLOS DULCES	10 BS/UNIDAD	AMPLIA CLIENTELA	NO ESPECIALIZADO
CAFÉ DULZURA	CAFÉ Y POSTRES	10 BS/UNIDAD	BUEN AMBIENTE	PRODUCCIÓN LIMITADA

MACROENTORNO

- **Económico:** Mercado estable con aumento del consumo artesanal.
- **Social:** Preferencia por productos naturales y ecológicos.
- **Tecnológico:** Uso de redes sociales para promoción y ventas.
- **Legal:** Requisitos de registro sanitario y licencia municipal.
- **Cultural:** Valorización del sabor casero y lo tradicional.
- **Oportunidades:** expansión a ferias, delivery, alianzas con cafeterías.

- **Amenazas:** competencia informal y aumento de insumos.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS INTERNO

- **Fortalezas:**
Producto artesanal de alta calidad.
Atención personalizada.
Empaque ecológico.
- **Debilidades:**
Falta de local propio.
Producción limitada.
Dependencia de redes sociales.

Cadena de Valor (Michael Porter):

- **Actividades primarias:** producción artesanal, ventas directas, atención al cliente.
- **Actividades de apoyo:** gestión de redes, control de calidad, compra de insumos.

CAPÍTULO 3: PLAN DE PRODUCCIÓN

- **Ubicación:** Santa Cruz de la Sierra (zona central).
- **Proceso:** amasado, fermentación, horneado, glaseado, empaque y venta.
- **Capacidad:** 800 unidades/mes.
- **Proveedores:** Harina “Don Mario”, mantequilla “Pil”, canela importada.
- **Calidad:** productos frescos con duración máxima de 24 horas.
- **Costos mensuales:** 5.700 Bs.
- **Normas de higiene:** limpieza diaria, uso de guantes y gorro, desinfección constante.
- **Mantenimiento:** revisión mensual del horno y equipos.
- **Seguros:** microseguro de incendio y responsabilidad civil.

CAPÍTULO 4: PLAN DE MARKETING

Mercado objetivo:

Consumidores urbanos que buscan calidad, sabor artesanal y presentación ecológica.

Estrategia del producto:

- Rollitos tradicionales y especiales (oreo, frutilla, dulce de leche).
- Mini-rolls y combos familiares.
- Empaque biodegradable.
- Marca con logo y slogan: “El sabor que despierta tus sentidos.”

Estrategia de precio:

- Precio competitivo: 12 Bs/unidad.
- Descuentos por volumen o promociones 2x1.
- Combos desayuno (rollito + café artesanal).

Estrategia de promoción:

- Redes sociales: Facebook, Instagram, TikTok.
- Videos de preparación artesanal.
- Publicidad con microinfluencers locales.
- Ferias gastronómicas y degustaciones.

Estrategia de plaza (distribución):

- Ventas directas y delivery.
- Puntos móviles en ferias.

- Alianzas con cafeterías pequeñas.

CAPÍTULO 5: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Estructura organizacional:

Cargo Función principal

GERENTE GENERAL	Administración y decisiones financieras
MAESTRO PANADERO	Producción y control de calidad
ASISTENTE	Ventas y empaque
REPARTIDOR	Entrega y atención al cliente

Políticas:

- Capacitación continua en higiene y atención.
- Motivación mediante bonos por ventas.
- Seguridad e higiene personal obligatoria.
- Contratos temporales y flexibles según producción.

CAPÍTULO 6: PLAN DE FINANZAS

6.1 Inversión inicial

CONCEPTO	MONTO (BS)
Horno semi-industrial	2,800
Batidora	1,500
Mesas y utensilios	2,150
Empaques y decoración	860
Uniformes y letrero	1,000
Total inversión inicial	8,310

6.2 Costos mensuales

CONCEPTO	MONTO (BS)
Insumos (harina, mantequilla, etc.)	1,600
Energía, gas y alquiler	3,600
Promoción y transporte	500
Total mensual	5,700

6.3 Ingresos y utilidades

- Producción estimada: 800 unidades x 12 Bs = 9,600 Bs/mes
- Utilidad neta mensual: 3,900 Bs
- Punto de equilibrio: 475 unidades.
- TIR estimada: 18 % anual.
- Periodo de recuperación: 4 meses.

CAPÍTULO 7: ESTUDIO JURÍDICO Y FISCAL

Forma jurídica: Empresa Unipersonal.

Nombre comercial: “Aroma y Canela – Panadería Artesanal”.

Registro: SENAPI (marca), RUAT, y licencia municipal.

Obligaciones fiscales:

- Inscripción en NIT.
- Facturación electrónica.
- Declaración mensual del IVA e IT.

Aspectos legales clave:

Cumplir con normas sanitarias del SENASAG y etiquetado de productos comestibles.

CONCLUSIONES

El emprendimiento “Aroma y Canela” es viable y rentable. Su enfoque artesanal y natural satisface una tendencia creciente del mercado boliviano hacia productos frescos y de calidad.

El plan financiero demuestra sostenibilidad a corto plazo, con oportunidad de expansión a cafeterías y eventos gastronómicos.

Además, promueve valores de responsabilidad ambiental, empleo local y cultura gastronómica.

RECOMENDACIONES

- Registrar la marca ante SENAPI y obtener registro sanitario.
- Incrementar la producción con un horno adicional.
- Desarrollar una página web con pedidos en línea.
- Ampliar la variedad de productos (integrales y sin azúcar).
- Participar en ferias gastronómicas para fortalecer la marca.

BIBLIOGRAFÍA

- Crespo, L. (2023). Tendencias de consumo de productos artesanales en Bolivia. *Revista Boliviana de Economía y Empresa*, 12(4), 45-58.
- Instituto Nacional de Estadística [INE]. (2024). *Boletín económico anual 2024*. La Paz, Bolivia: INE.
- Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (MDPEP). (2024). *Informe de apoyo a emprendimientos gastronómicos artesanales*. La Paz, Bolivia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Dirección de marketing* (16.a ed.). Pearson Educación.
- Porter, M. (1999). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Harvard Business Press.

ANEXOS

PRODUCTOS



Rollito de canela tradicional

.



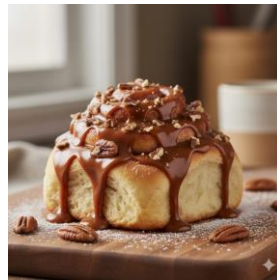
Rollito de canela con glaseado



Rollito de canela con
topping de frutilla



Rollito de canela con
topping de oreo



Rollito de canela con
topping de dulce de leche



Mini rollitos de canela
Mini-rolls

SLOGAN

“El sabor que despierta tus sentidos.”

LOGOTIPO

