



# EMPRENDIMIENTO (PLAN DE NEGOCIOS)



II-2025

# EXPO

## CIENCIA FACULTATIVA XV

**NOMBRE DEL TEMA:** BITS & CREAM

**NÚMERO DE GRUPO:** 048 **TURNO DE PRESENTACIÓN:** Tarde

**DOCENTE GUÍA:** FAUSTO MENDOZA IRIARTE

**INTEGRANTES:** CRISTIAN GIOVANNY BARJA CALLE

MATEO NIBARDO SAUCEDO PARADA

ALEX TAPIA RODRIGUEZ

EFRAIN AYALA LOPEZ

MARCELO WALTER FERNANDEZ EUGENIO

ROSITA MENDEZ FLORES

**NÚMERO INTERNO  
DE GRUPO:**

048

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

## **DEDICATORIAS**

Dedico este plan de negocio a todas las personas que, de una u otra forma, me acompañaron en este camino de aprendizaje y crecimiento.

Dedico este trabajo a quienes me inspiraron a no rendirme, a quienes me enseñaron que emprender es más que tener una idea: es creer, aprender, caer y volver a levantarse.

A mi familia, por su apoyo incondicional y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia.

A mis amigos, por estar presentes en los momentos de duda y recordarme siempre por qué empecé.

Este proyecto no solo representa una idea empresarial, sino también un sueño construido con dedicación, esperanza y el deseo de generar un cambio positivo.

## **AGRADECIMIENTOS**

Expreso mi más sincero agradecimiento a todas las personas que contribuyeron, de una u otra manera, a la elaboración de este plan de negocio.

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

A mis compañeros y amigos, por su colaboración, confianza y palabras de aliento que fortalecieron mi compromiso y entusiasmo.

Este plan de negocio representa no solo un esfuerzo académico y profesional, sino también una etapa de aprendizaje, dedicación y crecimiento personal.

A nuestro docente, Lic. Fausto Mendoza Iriarte, por su dedicación y paciencia a la hora de brindarnos sus conocimientos. Gracias por su guía y consejos, los levaremos por siempre en la memoria de nuestro perfil profesional.

Y, por último, agradecer a todos los docentes que forman parte de la formación de la carrera de Contaduría Pública, son muchos los docentes que han sido parte de nuestro camino universitario, a todos les agradecemos por transmitirnos los conocimientos necesarios para poder ahora estar acá en la experiencia.

## RESUMEN EJECUTIVO

Heladería Bits & Cream, una heladería boliviana ya establecida y en expansión, y la planificación de nuevos negocios de helados artesanales centrados en la salud y la innovación (como los proyectos basados en frutas). Además, se presenta una guía fundamental sobre el modelado financiero y las mejores prácticas en la industria de la heladería.

La heladería que tiene una sucursal que está ubicado en la Av. Virgen de Luján, Santa Cruz de la Sierra en el 8° anillo y 9° anillo. muestra al consumidor la variedad de productos (helados artesanales) para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes es uno de los puntos más importantes que tiene la empresa.

Que buscará comercializar y preparar helado en diferentes presentaciones saludables y nutritivos, elaborados con ingredientes frescos y naturales incluyendo, las frutas, cereales como granola, la leche y otros toppings (Plaf Plaf), Helados Suave o (Soft), Copas, Batidos, Paletas y Habanitos.

Nuestro objetivo es ser el destino preferido de los jóvenes que buscan una alternativa fresca y moderna en el mercado. proporcionando un ambiente acogedor donde puedan disfrutar de momentos especiales con amigos y familia.

Los propietarios serán 6 estudiantes de la carrera de Contaduría Pública, lo cual serán los administradores de la heladería, realizarán el seguimiento y control respectivo que necesitará el negocio, quienes, con sus conocimientos administrativos y financieros, fundamentarán las bases, para que su equipo de trabajo logre resultados desde el corto hasta el largo plazo.

Será una gran enseñanza y oportunidad de mirar más allá de lo que se presentará en la vida laboral al finalizar los estudios, es por aquello que este plan de negocio será de gran importancia para llevar a cabo y poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera.

Por otro lado, se buscará entrar en un mercado en crecimiento, debido a las conductas actuales de comer sano, y a los niveles de aumento de las personas que buscan comer saludable y nutritivo, también la dirección del establecimiento es un lugar estratégico, concurrido por jóvenes que buscan siempre un lugar para confraternizar y degustar de algo delicioso.

## INDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	6
<b>CAPÍTULO 1 ANÁLISIS EXTERNO</b> .....	8
<b>CAPÍTULO 2 ANÁLISIS INTERNO</b> .....	14
<b>CAPÍTULO 3 PLAN OPERATIVO</b> .....	22
<b>CAPÍTULO 4 PLAN DE MARKETING</b> .....	29
<b>CAPÍTULO 5 PLAN DE RECURSOS HUMANOS</b> .....	38
<b>CAPÍTULO 6: PLAN FINANCIERO</b> .....	47
<b>CAPÍTULO 7 ESTUDIO JURÍDICO FISCAL</b> .....	52
<b>8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	54
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	56
<b>ANEXOS</b> .....	57

## **INTRODUCCIÓN**

El presente Plan de Negocio de creación de Empresa heladería “Bits & Cream” S.A. dedicada a la producción y comercialización de helados artesanales elaborados a base de frutas naturales y productos de alta calidad. En la cual se servirán diferentes variedades de presentaciones de helados, ofrece una gran variedad de helados artesanales a sus clientes para satisfacer sus deseos como ser: Línea de Soft, Plaf Plaf, Copas, Batidos; Paletas y Postres.

Este producto será para todo el público y personas diabéticas ya que muchas veces no son tomados en cuenta, contando con un ambiente agradable y un personal especializado para servir a los clientes, para que el cliente pueda ordenar y así satisfacer sus deseos o necesidades y tener experiencias memorables.

Nace con el objetivo de ofrecer al mercado una alternativa innovadora, saludable y deliciosa dentro del sector gastronómico, destacándose por su frescura autenticidad y compromiso con la satisfacción del cliente. La empresa busca posicionarse como una marca moderna, sostenible y competitiva, capaz de combinar técnicas artesanales con estrategias de innovación en sabores, presentación y servicio. Su propuesta de valor se centra en brindar una experiencia diferenciada que conecte con las necesidades y preferencias del consumidor actual, que busca productos naturales, frescos y con identidad local.

Bits & Cream S.A orienta sus operaciones bajo principios de responsabilidad social, calidad e innovación, fomentando el desarrollo local mediante la utilización de insumos regionales y la generación de empleo. Su visión es consolidarse como una heladería referente en el mercado, reconocida por su excelencia, creatividad y compromiso con el bienestar del cliente y la comunidad.

En este estudio optimo se consideró un análisis del macroentorno y microentorno junto con la investigación de mercado la cual ayuda a determinar el nivel de aceptación que tiene este tipo de negocios. Por analizar las falencias de la empresa, con la finalidad de ayudar al desarrollo económico y posicionamiento en el mercado de la empresa.

Además de hacer un estudio a las diferentes competencias que se tiene. así como también el plan de marketing con el que se contara, los aspectos operativos y técnicos para poder tener una evaluación de los recursos necesarios como maquinara, equipo, mobiliario, entre otros que serán necesarios para el funcionamiento de la heladería y el personal necesario y a la vez las funciones que estos cumplirán.

Finalmente, los aspectos económicos como el monto de inversión necesaria para la puesta en marcha del negocio, el análisis de los respectivos costos y gastos que se generaran para el normal desempeño y los indicadores que demuestran la rentabilidad del negocio. En si quiere decir que reflejan un proyecto viable, rentable y sostenible, que combina innovación, control financiero y compromiso social, asegurando su aporte al crecimiento económico del entorno donde opera.

## **CAPITULO 1 ANÁLISIS EXTERNO**

### **ANÁLISIS EXTERNO HELADERIA BITS & CREAM**

#### **Microentorno (Entorno Geográfico y posicionamiento de mercado)**

Bits & Cream opera en un mercado competitivo en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. heladería Bits & Cream se enfoca en las fuerzas cercanas que afectan directamente su capacidad para atender a sus clientes y lograr sus objetivos. Los principales componentes de este microentorno son los clientes, proveedores, competidores, intermediarios/aliados estratégicos y la comunidad local.

**Encuesta:** Esta se verá reflejada en el anexo en el final.

#### **¿Qué vendemos?**

“Helados Artesanales elaborados en base de frutas naturales y productos de alta calidad”.

#### **¿Cuáles serán los clientes potenciales en Bolivia?**

Nuestros clientes potenciales llegarían a ser, hombres y mujeres entre 10 y 60 años, aunque no podríamos poner edad, ya que este producto será recomendado para todas las edades, pertenecientes a un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto, de los habitantes de Santa Cruz, en este rango de nivel socioeconómico, que transitan diariamente por la ciudad de Santa Cruz de la Sierra.

Personas con preferencias por los alimentos ricos, naturales, saludables y nutritivos. Que decidan darse un gusto de vez en cuando y son propensos a probar sabores y experiencias nuevas.

Jóvenes deportistas de ambos sexos, que buscan una nutrición acorde al nivel de sus entrenamientos.

#### **¿Por qué nos elegirían a nosotros?**

Por la necesidad que tienen los consumidores de tener un producto que tiene tantas propiedades alimenticias y ser al mismo tiempo sabroso, ya que esta variedad de fruta es saciante y aporta gran cantidad de energía y vitalidad inmediatamente luego de su consumo. Por esta razón, es el alimento ideal para quienes practican deportes. Retrasa el envejecimiento:

#### **Describa como va a dividir al total de clientes potenciales en grupos o segmentos de mercado**

El total de los clientes potenciales será dividido en segmentos de mercado, porque el helado de frutas está orientado principalmente a familias y todo público en general en el cual buscamos satisfacer su necesidad, ya que los consumidores tienen características y necesidades similares

interesadas en la salud y bienestar, se puede segmentar el mercado con la preferencia de sabor, como los sabores clásicos , proteicos con frutas , adicionales con topings, o sabores exóticos o combinaciones únicas diferentes variedades.

**Describa si el mercado que usted ha seleccionado, como mercado objetivo o target.**

El mercado objetivo o target fue seleccionado detalladamente para el bienestar de nuestros clientes de 5 a 15 años, porque necesitan comer saludable, Personas de entre 25 y 45 años que están interesadas en llevar un estilo de vida saludable. Este segmento es el más grande y representa la mayor parte del mercado del acai. Personas de entre 18 y 25 años que están interesadas en el bienestar y la nutrición. Este segmento está creciendo rápidamente y representa un mercado potencial importante. Personas de más de 45 años que están interesadas en la salud y la longevidad. Este segmento es menor, pero representa un mercado potencial de alto valor. El helado de frutas, como la pulpa es adecuada para su crecimiento porque contiene vitaminas, antioxidantes, proteínas y fibra.

**¿cuáles son los hábitos de consumo que tiene su mercado objetivo o target?**

Los hábitos de consumo es que prefieren productos naturales y sin conservantes artificiales, buscan sabores únicos que difícilmente pueden encontrar en otros locales, suelen ser más conscientes de la calidad de los ingredientes, valoran la calidad sobre la cantidad y de la forma en la que se producen los alimentos, disfrutan de probar diferentes sabores, para ellos es más importante el sabor y la calidad del producto, les gusta experimentar con sabores nuevos, prefieren comprar a pequeños productores locales y que están dispuestos a pagar más por productos artesanales, ya que es favorable para la salud.

Los hábitos de consumo es que prefieren productos naturales nutritivos y saludables Estos consumidores suelen comprar helado de acai en tiendas especializadas en alimentos saludables o en supermercados. También suelen comprar helado de acai en línea. Son propensos a probar nuevos sabores y combinaciones de sabores. Son propensos a compartir sus experiencias con helado de acai en las redes sociales. suelen ser más conscientes de la calidad de los ingredientes, valoran la calidad sobre la cantidad y de la forma en la que se producen los alimentos, disfrutan de probar diferentes variedades de combinaciones y sabores del helado de frutas, para ellos es más importante el sabor y la calidad del producto.

## ¿Cuál es el perfil o características que tiene su consumidor?

Las características del consumidor pueden variar, pero en lo general son conciencia en la alimentación, aquellos que se preocupan por su salud y bienestar y buscan alimentos naturales y saludables, La fruta como el acai y otras frutas exóticas que beneficia a nuestros clientes de todas las edades y estrato social; Es una grande fuente de proteínas. La fruta tiene gran concentración de aminoácidos que son esenciales para el desenvolvimiento muscular. Los aminos son los constructores del cuerpo, aumentando la resistencia y fuerza en cuanto promueve energía. Además, funciona como antiinflamatorio, anti-bactericida y especialmente es utilizado por personas con mayor edad porque contiene antioxidantes que ayudan a combatir los efectos de la vejez.

Las características del consumidor pueden variar, pero en lo general son conciencia en la alimentación son personas que están interesadas en la salud y bienestar El helado de frutas como (frutilla, banana, papaya, manzana, piña, uva, naranja, limón y otros), es un superalimento que es rico en antioxidantes, proteínas y fibra, estas personas suelen tener entre 18 y 45 años. Suelen tener un nivel educativo, superior. Suelen tener ingresos medios o altos.

## COMPETIDORES

### Competencia Directa

En el mercado de Santa Cruz existen varios tipos de negocios que ofrecen helados artesanales pequeñas y grandes empresas que hacen del mercado interesante, de las grandes empresas se pueden encontrar como ser Delicia S.R.L. y PIL S.A. que se consideran líderes en el mercado nacional de bebidas lácteas (leche, leche saborizada, evaporada) yogures, jugos entre otros productos listos para consumir en distintas presentaciones en relación con su cantidad. Sin embargo, de nuestro conocimiento, ninguna tiene helados Artesanales a base pulpa frutas, nutritivo y natural.



Los competidores directos de nuestro producto helado de frutas (Bits & Cream) son empresas que ofrecen productos y servicios similares. En este caso, los competidores directos son:

- FRUTI DELI: Sucursal ubicado en la Av. Lujan.
- VIDA SANA frutas y helados: Sucursal ubicado en el Bateon.
- FRUTY FROST: Sucursal ubicada en la Av. Lujan cerca del mercado 1 de marzo
- MEGA ACAI: Sucursal ubicado en Mutualista.
- DELICIA HELADOS: Sucursal la Mutualista.
- HELADOS PIL: Sucursal ubicado en la Mutualista.

Los compradores de la competencia son personas que buscan productos saludables y nutritivos

Los precios de los helados de acai de la competencia varían entre 20 a 50 bs.

Para la implementación de nuestro negocio no va a ser una limitante nuestra competencia para la implementación de nuestra idea ya que propondremos variedad de sabores precios y mejor calidad.

Los competidores suelen ofrecer promociones como descuentos, cupones también utilizan las redes sociales para comunicar sus productos y servicios.

Los competidores indirectos venden sus productos en tiendas físicas, en línea y a través de aplicaciones de entrega a domicilio.

### **Competencia Indirecta**

La competencia indirecta en el mercado de la ciudad de Santa Cruz, en diferentes Mercados u otro lugar donde está en un entorno económico, está constituido por una variedad de productos que no son propiamente helados, pero son productos sustitutos que cumplen una función diferente al helado que sacian la sed y estos son jugos de distintos sabores, incluso gaseosas. La oportunidad que tiene nuestro producto al margen refrescante es agradable y nutritivo y no adictivo.

Los competidores indirectos de nuestro producto helado Bits & Cream son empresas que ofrecen productos y servicios alternativos. En este caso, los competidores indirectos son: Heladerías tradicionales, Heladerías artesanales, Empresas de comida saludable.

- Fruta morada (Av. Lujan cerca de la Feria o mercado de 1° de marzo)
- Pollos Guvi (Av. Lujan)
- Heladería artesanal Pati Fresas (av. Lujan, el Bateon)

- Pizza Rio (Av. Lujan)
- Pensión Familiar Thiago (Av. Lujan)
- Restaurante Going Merry (Av. Lujan)

## **Macroentorno**

### **Entorno Político-Legal**

- Las normativas sanitarias y de inocuidad alimenticia son estrictas, lo que exige cumplir con los controles de calidad, permisos y registros para operar.
- Existen políticas gubernamentales que promueven el consumo de productos naturales y el apoyo a pequeños emprendimientos, lo que representa una oportunidad.
- la formalización del negocio puede generar confianza en el consumidor y acceso a programas de apoyo empresarial.

### **Entorno Económico**

- El poder adquisitivo de los consumidores varía según la región, pero el consumo de helados se mantiene estable, incluso en temporadas frías, gracias a la innovación en sabores y presentaciones.
- La inflación y el costo de los insumos (frutas, leche, azúcar) pueden afectar los márgenes de rentabilidad.
- El turismo local y nacional impulsa el consumo de productos artesanales, representando una oportunidad de crecimiento.

### **Entorno Social y Cultural**

- Los consumidores actuales muestran mayor interés por productos artesanales y saludables.
- Existe una tendencia creciente hacia experiencias gastronómicas personalizadas y “fotografiables”, lo que beneficia a negocios con identidad visual y atractiva como Bits & Cream.
- La preferencia por lugares que fomentan un ambiente familiar, juvenil y acogedor es una fortaleza de posicionamiento.

### **Entorno Tecnológico**

- El uso de redes sociales y plataformas digitales es clave para para la promoción y fidelización de clientes.
- La implementación de tecnologías de refrigeración eficientes y maquinaria artesanal mejora la calidad y conservación de producto.
- La automatización y los pedidos en línea ofrecen nuevas oportunidades para ampliar el mercado.

### **Entorno Ambiental**

- El cambio climático afecta la producción de frutas naturales y puede elevar los costos de materia prima.
- Aumenta la conciencia ecológica del consumidor, que valora el uso de envases biodegradables y practicas sostenibles, lo cual Bits & Cream puede aprovechar como ventaja competitiva.

### **Producto/mercado**

- El producto genérico que se analiza es el helado de acai. El acai es una fruta tropical originaria de la Amazonía, que se caracteriza por su alto contenido de antioxidantes, proteínas y fibra. El helado de acai es un producto congelado que se elabora con pulpa de acai, leche, azúcar y otros ingredientes opcionales, como frutas, frutos secos o semillas.



## **CAPITULO 2 ANÁLISIS INTERNO**

### **ANALISIS INTERNO HELADERIA BITS & CREAM**

El análisis interno permite conocer la situación actual de Heladería Bits & Cream en cuanto a su organización, recursos, procesos y capacidades competitivas. Este diagnóstico se enfoca en los factores controlables que influyen en su desempeño y crecimiento.

En los análisis internos analizaremos la fortaleza y debilidades que llevamos a cabo para poder llevar en avance este proyecto de plan negocio.

El análisis interno tratará de identificar la estrategia actual y la posición de la heladería Bits & Cream frente a la competencia. Se evaluará los recursos y habilidades del negocio, con una especial atención a la detección y a la eliminación de los puntos débiles y potenciación de los puntos fuertes, así como la capacidad de resistencia del propio negocio, es decir, la fortaleza del mismo en el caso de que la formulación estratégica falle. Para realizar un análisis interno adecuado y preciso, se utilizará la cadena de valor de Michael Porter:

#### **Cadena de Valor de Michael Porter.**

##### **Actividades primarias**

##### **Logística Interna:**

- **Abastecimiento de ingredientes:**

Identificación de proveedores locales y regionales de ingredientes saludables y nutritivos, como la pulpa del acai, frutas frescas, cereales integrales, lácteos bajos en grasa y endulzantes naturales para la adquisición de ingredientes frescos, orgánicos y de alta calidad.

Negociación de acuerdos de suministro para asegurar la calidad, disponibilidad y precios competitivos de los ingredientes.

Recepción y almacenamiento de ingredientes, gestión adecuada de la recepción y almacenamiento de los ingredientes para garantizar su frescura y hecho de nutrientes.

Gestión de relaciones con proveedores:

Establecimiento de relaciones sólidas con los proveedores para mantener una cadena de suministro confiable y sostenible.

Monitoreo de los estándares de calidad y sostenibilidad de los proveedores.

## **Operaciones:**

- **Desarrollo de recetas y formulación de productos:**

Investigación y desarrollo de recetas innovadoras que combinen sabor, salud y valor nutricional y que cumplan con los estándares de salud y nutrición, al mismo tiempo que brinden sabores atractivos.

Pruebas y ajustes de las recetas para asegurar la consistencia y calidad de los productos finales, manteniendo los valores nutricionales y evitando aditivos no saludables.

- **Procesamiento y producción:**

Elaboración de los productos de la heladería utilizando técnicas que conservan las propiedades nutricionales de los ingredientes.

Control de calidad en cada etapa del proceso de producción para garantizar la seguridad alimentaria y la consistencia de los productos elaborados.

- **Gestión de inventario:**

Mantenimiento de un inventario adecuado con ingredientes frescos y otros insumos para asegurar la disponibilidad y evitar desperdicios.

## **Logística Externa:**

Distribución y entrega:

Establecimiento de una red de distribución eficiente para llevar los productos frescos a los puntos de venta.

Gestión de la logística de entrega para garantizar la puntualidad y la integridad de los productos.

- **Experiencia del cliente:**

Creación de una experiencia agradable y educativa para los clientes en los puntos de venta,

resaltando los aspectos saludables y nutritivos de los productos.

Personalización de las opciones para satisfacer las necesidades y preferencias específicas de los clientes.

- **Realimentaciones y mejoras:**

Recopilar comentarios de los clientes para mejorar constantemente la calidad de los productos y la satisfacción del cliente.

## **Actividades de Soporte**

### **Infraestructura:**

- Adquisición y mantenimiento de equipos de cocina y tecnología adecuada para la producción eficiente y de alta calidad.
- Mantenimiento de la instalación limpia, cómoda y segura para garantizar la calidad de los productos, la salud de los empleados y de nuestros clientes.

### **Recursos humanos:**

- Selección, contratación y capacitación de competencia personal en la elaboración de productos saludables y nutritivos, así como en la atención al cliente.
- Fomento de un ambiente de trabajo positivo y motivador para mantener empleados comprometidos y productivos e incentivos laborales.

### **Desarrollo Tecnológico:**

- Automatización de procesos de producción:

Utilización de maquinaria y equipos automatizados para agilizar y optimizar el proceso de producción de los productos de la heladería.

- Sistemas de gestión de inventario:

Implementación de software y sistemas de gestión de inventario que permitan monitorear y controlar de manera eficiente el flujo de ingredientes y productos terminados. Estos sistemas pueden ayudar a evitar la escasez de stock, minimizar los desperdicios y optimizar las compras de materias primas.

- Tecnología de control y monitoreo en el proceso de producción:

Uso de sensores y dispositivos de monitoreo para controlar parámetros críticos durante la elaboración de los productos, como temperatura, humedad y tiempo de cocción. Esto permite asegurar la consistencia y calidad de los productos finales.

- Aplicación móvil personalizada y pedidos en línea:

Desarrollo de una aplicación móvil para calcular calorías, informar los valores nutricionales por gramos y proporcionar el catálogo de los productos con sus respectivos precio, también se diseñará una plataforma web que permita a los clientes realizar pedidos en línea, consultar el catálogo de productos, recibir notificaciones de promociones y realizar pagos de manera segura desde sus hogares y por último se contará con una red de deliverys, mediante Pedidos Ya para que los productos lleguen de manera rápida y efectiva.

➤ **Analítica de datos y personalización:**

Utilización de herramientas de análisis de datos para comprender mejor las preferencias y necesidades de los clientes. Esto permitirá personalizar las ofertas de productos, promociones y experiencias de compra, mostrando un vínculo más cercano con los clientes.

**Aprovisionamiento:**

• **Productos de temporada:**

Aprovechamiento de los productos de temporada disponibles en la región. Esto no solo garantiza la frescura y la calidad de los ingredientes, sino que también puede ayudar a reducir costos al aprovechar la oferta local.

• **Cadena de frío:**

Implementación de medidas para mantener una cadena de frío adecuada durante el transporte y almacenamiento de ingredientes perecederos. Esto es especialmente importante para garantizar la seguridad alimentaria y la calidad de los productos.

• **Evaluación de proveedores:**

Realización de evaluaciones periódicas de los proveedores para asegurar la calidad de los ingredientes, los precios competitivos y el cumplimiento de los estándares de salud y nutrición.

**ANÁLISIS FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).**

El análisis FODA, permitirá conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la heladería de acai. Con este análisis se podrá planificar estratégicamente para mantener al negocio con las tendencias del mercado. (studocu, s.f.)

**Del análisis externo describa las oportunidades y amenazas**

**Análisis externo**

- Oportunidades
- Expansión del mercado, posibilidades de ampliar el consumo nacional.
- Vida Saludable, se puede aprovechar la creciente tendencia del cuidado físico, de la salud y mayor concientización por comer saludable con la finalidad de controlar enfermedades o prevenirlas.
- Apoyo del Sistema Bancario, créditos orientados al apoyo de la microempresa (Pyme).

- Alianzas estratégicas, se podrá establecer alianzas con gimnasios, tiendas de productos naturales u otros negocios complementarios para ampliar la visibilidad y el alcance del negocio.
- Amenazas
- Industria altamente competitiva, el negocio de los postres es muy competitivo ya que existe una gran variedad de negocios que ofrecen postres similares.
- Factores climáticos, salud, políticos y económicos, pueden crear amenazas a la producción y alza de precios.
- Productos sustitutos, en la actualidad existen en el mercado una diversidad de productos orgánicos competitivos que podrían ser considerados como sustitutos de los postres saludables, como por ejemplo las frutas.
- Ingreso de nuevos competidores, barreras de entrada bajas.

## **Del análisis interno describa las fortalezas y debilidades**

### **Análisis interno**

#### **Fortalezas:**

- Productos Innovadores, se ofrecerá al mercado productos creativos, llamativos a la vista y de buena textura.
- Productos Nutritivos, tendrán alto contenido en proteínas, vitaminas y minerales en una cantidad muy completa y balanceada que combinen insumos naturales y saludables de buen sabor y calidad de materia prima.
- Fácil digestión, al ser productos saludables, bajos en calorías, sin gluten, azúcar y grasas, son fácilmente digerible lo cual facilita la absorción optima de los nutrientes que contiene.
- Variedad de productos saludables, se ofrecerá una amplia gama de productos que estarán bien clasificados según su categoría que se adaptarán a diferentes preferencias y restricciones alimentarias.
- Conocimiento en nutrición, la pastelería contará con un profesional en nutrición que asesorará en la selección y combinación de ingredientes, asegurando la calidad nutricional de los productos ofrecidos.
- Ubicación estratégica de la empresa en el centro de la ciudad en una zona muy comercial.

- Aplicación Móvil, la cual permitirá estar más cerca a nuestros clientes, quienes podrán comprar a través de la aplicación móvil y ver las calorías y valor nutricional de nuestros productos.

**Debilidades:**

- No hay una oferta bien definida, muchas personas en Santa Cruz, no conocen nada sobre cómo llevar una vida saludable o dieta balanceada. La educación y concientización del público sobre la importancia de una alimentación saludable y los beneficios del producto.
- Duda por parte de la población, muchas personas no se atreven a consumir helados saludables, ya que, piensan que no será agradable o que no tendrá la apariencia y sabor de un helado tradicional.
- Precios altos de materia prima
- Nuevos en el mercado.
- Capacidad de inversión y financiamiento limitada.
- Perecimiento de los productos, al ser helados elaborados con insumos naturales y al no usar ningún tipo de preservante.

<b>FORTALEZAS (F)</b>	<b>OPORTUNIDADES (O)</b>
Elaboración <b>artesanal</b> con ingredientes <b>naturales y locales.</b>	Creciente preferencia por productos <b>saludables, naturales y artesanales.</b>
Marca <b>atractiva, moderna</b> y con identidad propia.	Potencial de <b>expansión geográfica</b> a nivel nacional e internacional.
Alta <b>calidad</b> en sabor, textura y presentación de los productos.	Oportunidad de <b>crecimiento digital</b> a través de redes sociales y servicios delivery.
Equipo de trabajo <b>creativo, comprometido y con visión innovadora.</b>	<b>Apoyo estatal y privado</b> a emprendimientos y microempresas.
Enfoque en la <b>experiencia del cliente</b> y en la innovación constante.	Aumento de la <b>conciencia ambiental</b> y demanda de productos sostenibles.

<b>DEBILIDADES (D)</b>	<b>AMENAZAS (A)</b>
<b>Presupuesto limitado</b> para expansión y mejora tecnológica.	<b>Aumento del costo</b> de insumos naturales y lácteos.
<b>Estructura organizativa</b> en proceso de formalización.	<b>Alta competencia</b> en el mercado de heladerías artesanales y comerciales.
Falta de <b>estrategia digital consolidada</b> y posicionamiento online.	<b>Factores climáticos</b> y estacionales que afectan la demanda.
<b>Capacidad productiva limitada</b> ante crecimiento de la demanda.	<b>Regulaciones tributarias</b> y sanitarias estrictas.
Dependencia de <b>proveedores estacionales</b> de frutas.	<b>Disminución del poder adquisitivo</b> de los consumidores.

### **Estrategia**

La Planificación estratégica, es un conjunto de acciones formalmente establecidas que marcan directrices y el comportamiento para la nueva organización pueda afrontar con diferentes estrategias los problemas del entorno cambiante en el que se desenvolverá.

### **Misión**

Nuestra misión es ofrecer a nuestros clientes una experiencia única al disfrutar del delicioso y refrescante helados de acai. Nos esforzamos por combinar la tradición y la innovación para crear helados de alta calidad, que no solo sean deliciosas, sino también nutritivas fomentando un estilo de vida saludable. Nuestro objetivo es ser el destino preferido de los jóvenes que buscan una alternativa fresca y moderna en el mercado. proporcionando un ambiente acogedor donde puedan disfrutar de momentos especiales con amigos y familia, nos comprometemos a utilizar ingredientes frescos y naturales.

### **Visión**

Nuestra visión es convertirnos en la marca reconocida en el mercado de helados de acai, ofreciendo una experiencia única y deliciosa a nuestros clientes. Queremos crear un lugar donde las personas puedan disfrutar de una amplia variedad de sabores y combinaciones de

complementos, además de deliciosas frutas nutritivas. Promoviendo la sostenibilidad y el desarrollo económico en nuestra área, buscando oportunidades para colaborar con organizaciones, generando beneficios económicos, sociales y ambientales.

### **Valores**

- Excelencia
- Responsabilidad
- Integridad
- Honestidad
- Respeto
- Creatividad
- Servicio

### **Principios**

- Contar con un equipo de colaboradores con alta capacidad, compromiso y enfoque en el cliente.
- Escuchar a nuestros clientes buscando comprender y atender claramente sus necesidades.
- Trabajar en equipo buscando servir un poco más allá de lo esperado Prestar un servicio excepcional

## CAPÍTULO 3 PLAN OPERATIVO

### PLAN OPERATIVO

#### Plan de producción u operación

##### Descripción general del proceso productivo

Bits & Cream producirá helados artesanales a base de pulpas y frutas naturales, leche y alternativas vegetales, toppings, y presentaciones (soft, copas, batidos, paletas, habanitos). El proceso se organiza en etapas: recepción de materia prima → almacenamiento → preparación de mezclas → pasteurización/mezclado (si aplica) → maduración (si procede) → congelado/formado → envasado/servicio → despacho al cliente y limpieza.

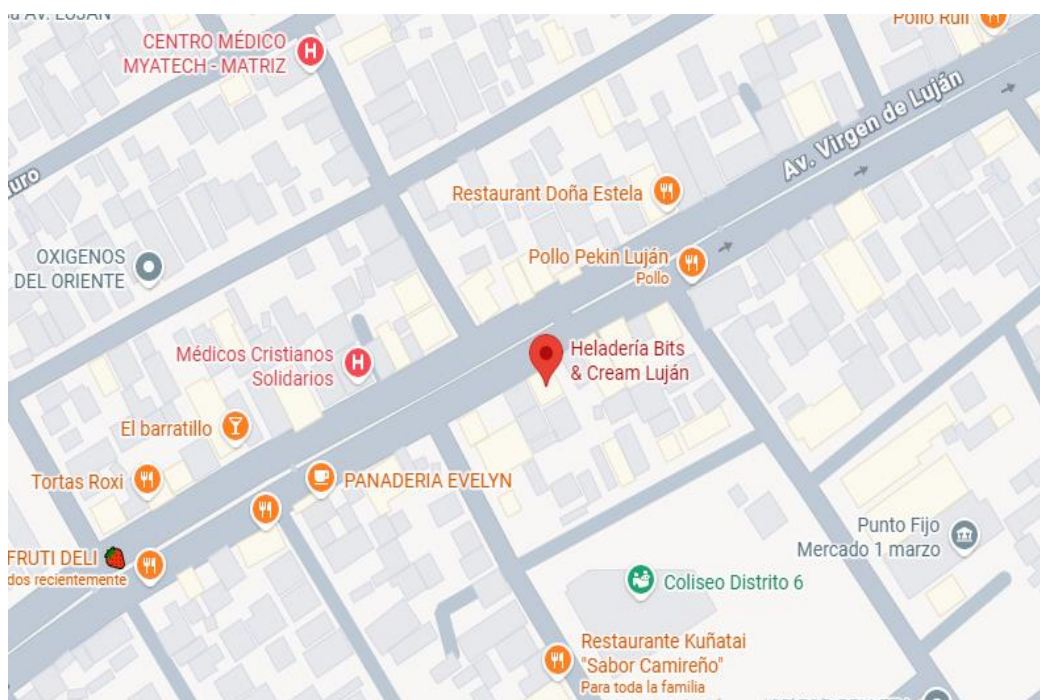
En este capítulo se va detallar los procedimientos y acciones que ayudarán a cumplir los objetivos de la empresa y lograr los resultados esperados. Por otro lado, se describirá las diferentes etapas y procesos que conlleva producir helados artesanales de Asaí, la mano de obra como personal de operaciones, la maquinaria, equipos y materiales a utilizar con sus respectivas inversiones para obtener un producto terminado.

#### ¿Dónde se encontrará la planta de producción o lugar del servicio?

##### Ubicación

La empresa “BITS & CREAM” contará con una sucursal que estará ubicado en la Av. Virgen de Luján Lujan del 7° anillo y 8° anillo, frente al Mercado (1° de Marzo).

**fuentes:** Google Maps.



## Diseño y Desarrollo del Producto

En presente plan de producción y operaciones del plan de negocios “BITS & CREAM” identificará el prototipo del producto con el cual se participará en el mercado ofertando un producto nuevo y de calidad.

Por otra parte, se mostrará todas las cualidades que hacen al producto distinto de los existentes en el mercado de SANTA CRUZ de la Av. Virgen de Lujan, Mercado (1° de Marzo).

En los siguientes acápite, el trabajo se concentra en la descripción técnica y funcional del producto, mostrando los componentes nutricionales virtudes y características del producto, así mismo realizaremos una descripción del proceso de producción del helado de Bits & Cream.

## Descripción del Producto

### Tipos de Productos de helado

- **Helados de Asai:** el componente principal y básico del helado es la pulpa del Asai, el mismo que conserva los componentes nutricionales de forma natural y fresca.
- **Helados Sof:** se produce con una máquina específica que incorpora aire en la mezcla mientras se congela. Este proceso de incorporación de aire crea una textura más ligera y menos densa en comparación con otros tipos de helados.
- **Helados Plaf Plaf:** es un tipo de helado artesanal que se ofrece como una opción personalizable, permitiendo a los clientes combinar sabores, ingredientes y coberturas a su gusto.
- **Helados de Copa:** Este tipo de postre se denomina “Sundae”, una copa de helado de origen norteamericano que suele combinar helado, sirope y nata y puede ir coronada con distintos ingredientes.
- **Batidos:** es una bebida cremosa y refrescante hecha principalmente con helado y leche, a la que se le pueden agregar otros ingredientes como frutas, chocolate o galletas para personalizar su sabor y textura.
- **Helados Paletas:** Se elaboran a partir de líquidos saborizados, que pueden ser agua o leche, y se combinan con frutas, azúcares, colorantes y otros saborizantes.
- **Helados Habanitos:** son un postre que combina una galleta tipo "habanito" o "cubanito" rellena de helado y cubierta con chocolate.
- **Envases (Presentaciones):** dada la fragilidad de la pulpa de Asai los envases serán adecuados para que el consumidor deguste el sabor natural por lo que la presentación y

envases son muy importantes por lo que se ofertaran en conos galleta, vasitos, copas y cassata.

- **Diseño exterior:** color amarillo (para presentación de vaso), para cassata color blanco, que lleva el nombre de la empresa “Bits & Cream” con su respectiva información técnica y nutricional del producto.

### Descripción Técnica

- Helados BITS & CREAM tendrá un envase que cumple con todas las normas de salubridad e inocuidad garantizando a la calidad del producto.
- El producto deberá ser almacenado a una temperatura inferior a 0 inferior a -18°C.

### Objetivos específicos

- Asegurar la producción diaria de helados con estándares de calidad y frescura.
- Mantener el control de inventarios y suministros.
- Capacitar continuamente al personal en atención al cliente y manipulación de alimentos.
- Cumplir con las metas mensuales de ventas y rentabilidad.
- Implementar estrategias de promoción local y digital.

### Objetivo general

- Garantizar la operación eficiente de la heladería Bits & Cream, optimizando los recursos humanos, materiales y financieros para ofrecer productos de calidad y una atención excepcional al cliente.

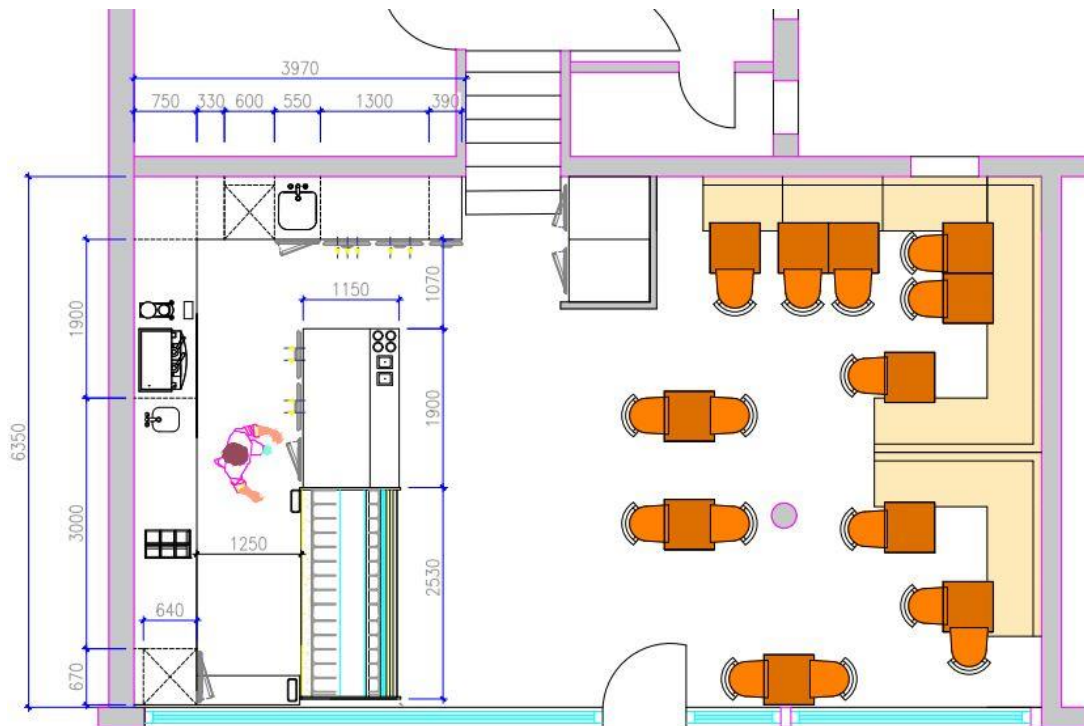
### Estructura operativa

Área	Responsable	Funciones principales
Gerencia general	Propietario / Administrador	Planificación, supervisión general, toma de decisiones.
Producción	Maestro heladero	Elaboración de helados, control de calidad, innovación de sabores.
Ventas y atención al cliente	Cajero / Vendedor	Atención al cliente, manejo de caja, promoción de productos.

Área	Responsable	Funciones principales
Logística y compras	Asistente / Encargado de insumos	Abastecimiento de materias primas, control de inventario.
Marketing	Community manager o encargado	Gestión de redes sociales, promociones y publicidad local.

**Estará distribuida de la siguiente manera:**

- Área de Comercialización (Ventas): 1 m x 1.5 m
- Área de Administración y Personal (Mostrador y Caja): 2.5 m x 3.5 m
- Área de Preparación (Cocina): 3.5 m x 3.5 m
- Área de refrigeración: 2.5 m x 2.5 m
- Área de Servicio: 4.5 m x 4 m



### ¿Cuál será su estrategia óptima de producción?

- Identificación del mercado objetivo: La empresa “BITS & CREAM” identificó como mercado objetivo con el resultado de encuestas para adaptar su producción. Lo cual se obtuvo como resultado que nuestro mercado objetivo son jóvenes desde los 15 a 30 años.
- Nuestro producto va dirigido para personas de cualquier género, estudiantes, profesionales, turistas, extranjeros, entusiastas del fitness y sobre todo para personas que busquen un helado con un sabor natural y delicioso.
- **Selección de materias primas de calidad:** La calidad de los ingredientes utilizados en la producción de helado de (Soft, Plaf Plaf, Copas, Batidos; Paletas y Postres), es fundamental para obtener un producto delicioso y nutritivo. La empresa contara con materias primas de alta calidad, naturales y frescos.
- **Desarrollo de sabores personalizados:** La empresa trabajara en el desarrollo de sabores únicos, naturales y personalizados para tener un helado exquisito.
- **Promoción y marketing:** La empresa promocionara y comercializara la bebida para llegar al público objetivo. Organizaremos degustaciones, publicidad y eventos promocionales a través de redes sociales, para aumentar la visibilidad del producto.
- **Mantener altos estándares de higiene y calidad:** La empresa brindara altos estándares de higiene y calidad en la producción de helado, para asegurar que el producto sea seguro para su consumo. Esto también ayudará a construir una imagen de marca sólida y confiable.

### ¿Cuál será su capacidad y programa de producción? y ¿Qué método utilizó para determinar su capacidad máxima de producción?

Para determinar la capacidad máxima de producción de la empresa “FRUTMAR ACAI”, se pueden seguir los siguientes pasos:

- Definir la capacidad de producción diaria: la empresa tendrá una preparación estimada entre 60 a 100 bowls de helado de acai en un día. Esta cifra dependerá del tamaño de la empresa, la demanda del mercado.
- Establecer el tiempo de trabajo diario: la empresa contara con un equipo de trabajo de 8 horas diarias con una capacidad de 1 trabajador en el área de servido del helado.

- **Definir y explicar sus principales proveedores.**

Los proveedores para todas empresas son unos aliados fundamentales para el progreso de dicha empresa, por lo tanto, para el plan negocio de “BITS & CREAM” no son las excepciones.

Podemos repartirla en 4 proveedores fundamentales.

**- Proveedor del helado:** Proveedores del Helado: "Bits & Cream" Empresa dedica a la producción y comercialización de productos elaborados en base a distintas frutas entre ellas el Acai, ubicados en el Av. Virgen de Lujan entre 7° y 8° Anillo,

**- Proveedores de Frutas:** Mercados de Abastecimiento Mayorista de frutas (Abasto).

**- Proveedores de Insumos:** Mercado de abastecimiento en los puntos de envases de plásticos Del Sur y Belen ubicados en la Ramada al igual que utensilios de cocina, a su vez se considera el abastecimiento de insumos necesarios para la preparación de las presentaciones complementos como jaleas dulces y toppings,

- **Definir normas de calidad del producto o servicio**

- **La Norma Boliviana de Alimentos (001, 2021):** Es un conjunto de estándares de calidad y seguridad que deben cumplir los alimentos que se comercializan en Bolivia. Entre los requisitos que establece la norma, se incluyen los siguientes:

- **Pureza e higiene:** Los alimentos deben estar libres de contaminación y cumplir con las normas sanitarias establecidas.

- **Composición nutricional:** los alimentos deben tener una composición nutricional adecuada y equilibrada, acorde a las necesidades del consumidor.

- **Etiquetado:** los alimentos deben estar etiquetados de acuerdo con el Reglamento Técnico de Etiquetado de Alimentos.

### **¿Qué tipo de seguros requerirá?**

Los seguros que contratan habitualmente las heladerías son los seguros de comercio, para que les cubra ante cualquier eventualidad y reclamación como consecuencia de error o negligencia.

Los seguros para heladerías son generalmente seguros de comercio que tienen por objeto principal proteger la tienda (continente) y los bienes y mobiliario (contenido) ante distintos riesgos (fuego, daños eléctricos, agua, vandalismo, robo, rotura del escaparate o expositores, etc.). Si el local de tu heladería es de alquiler, sólo debes asegurar el contenido (congeladores, balanzas, caja registradora, etc.), ya que del continente se ocupa el propietario. Si eres el dueño del local, debes asegurar el continente.

Los seguros de comercio para heladerías incorporan también coberturas para proteger a la heladería de la responsabilidad civil por los daños que se puedan ocasionar a terceros - responsabilidad civil del local por los perjuicios que pueda ocasionar el local en caso de explosión, inundación, etc.-, y también -responsabilidad civil por los daños que pueda ocasionar la heladería en su funcionamiento -responsabilidad civil de explotación-, además de otros tipos de responsabilidad civil como patronal o de productos, y la defensa jurídica frente a estas reclamaciones.

Las heladerías son responsables de los perjuicios que puedan sufrir los clientes por el consumo de los helados que venden (por ejemplo, si un cliente compra un helado en mal estado y acaba hospitalizado).

## CAPÍTULO 4 PLAN DE MARKETING

### Mercado Objetivo o Target

Descripción general del mercado objetivo

Bits & Cream tiene como target principal a jóvenes y adultos jóvenes (15–35 años) preocupados por la salud y el bienestar, y familias con niños (5–15 años) que consumen productos naturales.

Segmentos secundarios: adultos 35–55 con interés en productos nutritivos y personas con restricciones (diabéticos) que buscan opciones sin azúcar añadida.

### Segmentación propuesta:

- **Demográfica:** 5–55 años (con foco 15–35), NSE medio y medio alto.
- **Psicográfica:** consumidores saludables, activos en redes sociales, buscan novedad y calidad.
- **Conductual:** compradores frecuentes en horas de tarde-noche y fines de semana; consumidores dispuestos a pagar un premium por ingredientes naturales.

### Financiamiento Bancario

La financiación de Bs. 85831.- que represente el 50% del total de la inversión, será financiado por un préstamo obtenido del Banco de Crédito SA., a una tasa de interés del 8,5% anual.

En este sentido, las tasas vigentes para préstamos para crédito en sector productivo para pequeñas y micro empresas están entre 7 y 11% entre los oferentes de crédito, el BCP ofrece un 7 % más una tasa de desgravamen del 1.5%. (2005)

### ¿Cuál es la estructura del producto o servicio?

#### Estructura:

- Producto Base: Helado artesanal de fruta (porciones individuales, copas, soft).
- Complementarios: toppings (granola, frutos secos), salsas, bebidas (batidos).
- Servicios: atención en local, pedidos para llevar, delivery propio/3rd party, catering pequeño para eventos.

### ¿Qué ofrece básicamente?

Ofrece helados y postres a base de frutas naturales, de alta calidad nutritiva, con opciones para diabéticos y alternativas proteicas; sabores innovadores y un ambiente moderno para consumo en local o para llevar.

### **¿Qué espera el cliente potencial además de lo básico?**

- Transparencia en ingredientes (origen local, sin conservantes).
- Opciones personalizables y porciones controladas.
- Experiencia agradable en local (ambientación, Wi-Fi, música).
- Servicio rápido y amable.
- Opciones para restricciones alimentarias (sin azúcar, sin lactosa).

### **¿Qué logrará alcanzar con el tiempo su producto o servicio, después de superar lo esperado por el cliente?**

- Fidelización de clientes recurrentes.
- Posicionamiento como alternativa saludable en la ciudad.
- Expansión a nuevos puntos o formatos (carritos, food trucks, alianzas con gimnasios y tiendas healthy).
- Línea de productos envasados para venta en supermercados locales a mediano plazo.

### **Análisis del producto**

#### **¿Cuáles son los atributos (características) del producto o servicio respecto diseño?**

- Presentación moderna y limpia (vasos/packaging con marca).
- Ingredientes visibles y naturales (texturas reales de fruta).
- Variedad de tamaños (pequeño, mediano, grande).
- Diseño del local: estética juvenil y acogedora, colores frescos que recuerden fruta y naturaleza.
- Etiquetado claro con información nutricional y alérgenos.

#### **¿Cómo describiría la calidad de su producto o servicio?**

Calidad premium dentro del segmento artesanal: productos frescos, control sensorial riguroso, consistencia en recetas y altos estándares de higiene. Calidad percibida alta por uso de insumos naturales y formulaciones específicas para necesidades (p. ej. baja en azúcar).

#### **¿Cuál será la marca de producto o servicio?**

Marca: Bits & Cream (ya definida en el documento). Posicionamiento: “Helados artesanales naturales — sabor y bienestar”. Construir identidad visual coherente: logo, paleta cromática (tonos frutales), tipografía juvenil.

### ¿Cuál será la etiqueta?

Etiqueta para envases y vasos que incluya: logo, nombre del sabor, listado de ingredientes principales, información nutricional básica (calorías, azúcar por porción), indicación “sin conservantes” o “opción sin azúcar” cuando aplique, y redes sociales.

### ¿Cuál será el empaque?

- Vasos biodegradables con tapa para take-away.
- Paletas envueltas en papel o film compostable con etiqueta.
- Copas transparentes para consumo en local.
- Caja para pedidos múltiples con separadores.

**Sugerencia:** ecodiseño y destacar en etiqueta la sostenibilidad.

### ¿Cuál será el servicio de apoyo que brindará su empresa al cliente?

- Atención personalizada en punto de venta.
- Recomendaciones de mezcla y porciones según necesidad nutricional.
- Servicio de delivery y pedidos por teléfono/WhatsApp.
- Programas de fidelidad (tarjeta de sellos o app simple).
- Atención postventa en redes (respuesta rápida a consultas o quejas).

### ¿Tiene alguna cartera de productos o servicios?

Sí: línea principal de helados de fruta (varios sabores), línea de toppings y complementos, bebidas (batidos), paletas y postres especiales. Se recomienda categorizar en tres líneas: Básica (sabores clásicos), Premium (frutas exóticas y combinaciones), Funcional (proteicos, bajos en azúcar).

El producto o servicio que presenta su empresa ¿en qué área del ciclo de vida del producto se encuentra?

Fase de introducción/lanzamiento (siempre que se trate de una nueva apertura). Estrategia: penetración selectiva y construcción de marca; planificar transición a fase de crecimiento mediante repetición de compra y expansión de canales.

### Análisis de Precio

#### ¿Cuál es su estrategia de precio?

**Estrategia:** Premium accesible — precios por encima del helado masivo pero competitivos dentro del segmento artesanal saludable. Basada en valor percibido (ingredientes naturales, beneficios nutricionales) y costo real por porción.

### **Objetivos de la estrategia:**

- Recuperar costos variables y fijos en el corto plazo.
- Mantener margen bruto objetivo del 60% sobre costo de producción por porción (meta inicial, ajustar según realidad).
- Permitir ofertas y promociones puntuales sin erosionar la percepción de calidad.

### **Fijación de precio basado en el valor**

- Identificar cuánto valoran los clientes la naturalidad y el beneficio nutricional.
- Estimar willingness-to-pay: consumidores del target pueden pagar un premium por healthy treats.
- Ejemplo práctico: si un helado artesanal estándar en la ciudad está en X BOB, posicionar Bits & Cream en X + 15–30% justificando ingredientes y experiencia.

### **Fijación de precio basado en el costo**

- Calcular costo directo por porción (materia prima + empaque + costeo de mano de obra directa).
- Añadir costos indirectos atribuibles por porción (proporción de alquiler, servicios, marketing).
- Aplicar margen objetivo (p. ej. 60% margen bruto).
- Fórmula:  $\text{Precio} = (\text{Costo por porción}) / (1 - \text{Margen objetivo})$ .
- Mantener registro de costos por receta actualizado mensualmente.

### **¿Cuál será la política de modificación de precios?**

- Revisión trimestral de precios según: variación de costos de frutas (estacionalidad), inflación y competencia.
- Ajustes comunicados con anticipación a clientes cuando sean relevantes (p. ej. cambios estacionales en sabores premium).
- Ofertas temporales sin alterar precios base (ej. 2x1 en días específicos, combos).

### **¿Cuál será la política de descuentos?**

- Descuentos por volumen (p. ej. pedidos grandes o catering).
- Promociones para fidelizar: tarjeta de sellos (cada 10 compras, 1 gratis).
- Descuento para estudiantes en horarios específicos (si se desea captar segmento joven).
- Descuentos no acumulables y con vigencia limitada; documentar en promociones impresas y redes.

### **¿Cómo motivará a sus clientes para que compren en su empresa y no a otro competidor?**

- Diferenciación por ingredientes naturales y opciones funcionales (sin azúcar, proteico).
- Experiencia en local (ambiente y servicio).
- Programas de fidelidad y promociones inteligentes (no erosionar margen).
- Marketing digital activo: redes sociales con contenido de recetas, beneficios, detrás de cámaras.
- Alianzas con gimnasios, tiendas orgánicas y eventos locales para visibilidad.

### **Análisis de la Promoción**

#### **¿Cómo va a comunicar o promocionar el producto o servicio a su cliente?**

Estrategia omnicanal: combinar canales digitales (Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp Business) con promoción local (flyers, degustaciones, alianzas con comercios locales). Mensajes enfocados en salud, frescura y experiencia social.

#### **¿Cuál será su mezcla comunicacional o promocional que utilizará?**

- Publicidad digital (post patrocinados segmentados).
- Marketing de contenidos (recetas, beneficios de ingredientes).
- Promociones en punto de venta (degustaciones, combos).
- Relaciones públicas locales (nota en prensa local, colaboraciones con influencers locales).
- Activaciones y eventos (lanzamiento, ferias saludables).

### **Publicidad**

- Presencia pagada: anuncios en Instagram y Facebook segmentados por edad y ubicación (8°–9° anillo y zonas afines).
- Publicidad puntual en radio local o apps de radio cuando se planifiquen promociones masivas.
- Material POP en el local (menú, banners).

### **Promoción en ventas**

- Ofertas de lanzamiento (por ejemplo: 2x1 en la primera semana para clientes que sigan redes).
- Combinaciones y bundles (helado + bebida a precio promocional).
- Promociones estacionales (verano, festividades).

## **Relaciones públicas**

- Invitación a prensa local para degustación de apertura.
- Alianzas con nutricionistas y bloggers locales para recomendaciones.
- Responsabilidad social: campañas de recolección de residuos o donaciones de producto a eventos comunitarios para mejorar reputación.

## **Marketing directo**

- WhatsApp Business para tomar pedidos y comunicados.
- Email marketing periódico (ofertas, novedades de sabores).
- Mensajería personalizada para clientes recurrentes (cumpleaños, promociones).

## **Venta personal**

- Staff entrenado para recomendaciones y up-selling (ej. sugerir toppings premium).
- Scripts de atención y manejo de objeciones (calidad, tiempos de espera).

## **¿Cuál será el mensaje que comunicará a su mercado objetivo o target?**

Mensaje central: “Bits & Cream — el helado natural que cuida tu salud y conquista tu paladar.”

Mensajes secundarios: “Ingredientes locales y frescos”, “Opciones sin azúcar y proteicas”, “Experiencia moderna y acogedora”.

## **¿Por qué medios y vehículos comunicará el mensaje?**

- Redes sociales (Instagram y TikTok: contenido visual y videos cortos).
- WhatsApp Business y Facebook para comunicación directa y pedidos.
- Publicidad pagada segmentada (meta ads).
- Influencers locales/foodies para reseñas.
- Material físico en el local y en comercios aliados.

## **¿Cuál es el presupuesto de comunicación?**

Presupuesto sugerido (mensual inicial aproximado, ajustar en el plan financiero):

- Redes y anuncios pagados: 10–15% del presupuesto operativo inicial.
- Material POP y etiquetado: inversión inicial puntual.
- Degustaciones y activaciones: partidas mensuales variables.

Recomendación: comenzar con un presupuesto controlado en ads para validar mensajes y escalar según ROI.

## ¿Cómo evaluará que la promoción o comunicación logró los resultados que esperaba?

Métricas clave (KPIs):

- Tráfico en local (clientes/día) y tasa de conversión (visitas → compra).
- Ventas atribuibles a campañas digitales (UTM, cupones).
- Costo por adquisición (CPA) en publicidad pagada.
- Engagement en redes (likes, shares, comentarios) y crecimiento de seguidores.
- Tasa de repetición (clientes que vuelven en 30 días).
- ROI de promociones (ventas incrementales vs coste de la promoción).

Herramientas: informes semanales de ventas, Google/Meta analytics para campañas, registro de cupones y origen de compra.

## Análisis de Plaza

### ¿Qué tipo de canal de distribución utilizará para hacer llegar sus productos o servicios a sus clientes?

Bits & Cream empleará una combinación de canales para maximizar alcance y control de calidad:

1. Canal directo (primario): venta en punto de venta (local propio), y pedidos por WhatsApp/TPV.
2. Delivery (híbrido): delivery propio (si el volumen lo justifica) o contratos con plataformas de delivery (Rappi, PedidosYa u otras locales).
3. Canal indirecto (complementario): distribución a comercios aliados (gimnasios, tiendas healthy, cafeterías selectas) en formato envasado o paletas.
4. Eventos y catering: servicio a eventos corporativos, ferias y activaciones.

### Canal Directo

- Ventajas: control total de la experiencia, margen más alto por venta, feedback directo.
- Desventajas: alcance limitado por ubicación, necesidad de inversión en local y personal.
- Acciones: optimizar punto de venta (ubicación estratégica en 8°-9° anillo), horarios extensos en fines de semana, menú claro.

### Canal Indirecto

- Tipos: alianzas para colocar productos en tiendas locales, venta a restaurantes/bares como postre complementario, acuerdos con supermercados locales para línea envasada (futuro).
- Ventajas: mayor alcance, nuevos puntos de contacto.

- Desventajas: menor margen por intermediario y riesgo de pérdida de control sobre presentación.
- Acciones: selección cuidadosa de socios, acuerdos de consignación o compra-venta con precios mínimos, control de empaque para preservar imagen de marca.

### ¿Cómo evaluará que la distribución sea eficiente y eficaz?

#### Indicadores cuantitativos (KPI):

1. Tiempo de entrega promedio (TTE): para delivery propio y terceros (meta inicial: <30 minutos en radio urbano).
2. Tasa de cumplimiento de pedidos: % de pedidos entregados sin errores (meta  $\geq 98\%$ ).
3. Costo de distribución por pedido: (COSTO\_DELIVERY = comisión plataforma + embalaje + logística propia) — meta: mantener <10–12% del precio de venta en promedio.
4. Rotación por canal: ventas mensuales por canal (local vs delivery vs alianzas).
5. Margen por canal: margen neto porcentual diferencial por canal (identificar canales de mayor rentabilidad).
6. Nivel de inventario y rupturas: número de días con stock insuficiente por canal (meta: 0–2 días/mes).
7. Índice de satisfacción del cliente por entrega: puntuación media (1–5) en encuestas post-venta (meta  $\geq 4.5$ ).

#### Indicadores cualitativos:

- Calidad percibida en entrega (temperatura, presentación).
- Comentarios y quejas frecuentes (mapeo mensual).
- Cumplimiento de acuerdos con socios (p. ej. condiciones de almacenamiento).
- Metodología de evaluación práctica:
- Implementar registros de pedidos con origen (canal) y resultados (tiempo, incidencias).
- Reuniones semanales/bi-semanales para revisar KPI de distribución y resolver cuellos de botella.
- Auditorías trimestrales a socios distribuidores en punto de venta (control de exhibición y etiquetado).
- Prueba A/B de delivery propio vs plataforma en un periodo de prueba (4–6 semanas) para comparar costes y satisfacción.
- Monitor de reputación en plataformas (calificaciones, reseñas) y responder activamente.

**Acciones correctivas según resultados:**

- Si TTE elevado: optimizar rutas, aumentar personal en horarios pico o limitar zona de reparto.
- Si alto % de errores: revisar procesos de picking y empaquetado, capacitar personal.
- Si coste de distribución alto en plataformas: renegociar comisiones, usar promociones para pedidos directos (WhatsApp) o incentivar recogida en local.
- Para canal indirecto con baja rotación: revisar precios de consignación, mejorar packaging y material de marketing en punto de venta.

## CAPITULO 5 PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### PLAN DE RECURSOS HUMANOS

**¿Qué personal importante requiere en el área de producción u operaciones para iniciar su negocio?**

#### **Personal de dirección**

**Gerente general:** Supervisar el cumplimiento de las políticas, procedimientos y procesos para lograr los objetivos de rentabilidad de la operación, garantizar la máxima eficiencia de los procesos de la empresa, administrar el presupuesto y recursos asignados para alcanzar los objetivos.

#### **Personal de ejecución**

**Contador:** Maneja la parte contable en lo que se refiere al movimiento de dinero entradas y salidas, prepara los Estados Financieros de la Empresa.

**Cajero:** Atender con calidad a los comensales en el área de registro y cobro, asegurando su satisfacción con el servicio recibido.

**Marketing y publicidad:** El departamento de Marketing de una empresa debe manejar y coordinar estrategias de venta. Esta es su función principal. Además, debe obtener ganancias al mismo tiempo de satisfacer los requerimientos y necesidades del cliente.

#### **Personal de operación**

Encargado de cocina. - Organiza y supervisa el suministro, la preparación y la forma de preparar los helados y la confección de los diferentes menús que se elaboran en la cocina de la heladería.

Encargado de limpieza. – Realizar las labores de aseo, limpieza de la heladería, para brindar la comodidad, de los clientes y trabajadores del lugar, adecuación del área de servicio y cocina.

## Manual de organización

### Organigrama



## Manual de funciones del personal

### MANUAL DE FUNCIONES

#### Cargo: Gerente General

**FUNCIÓN GENERAL:** El gerente general actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de administrativos y operaciones de la organización, su objetivo principal es el de crear valor, en base a los productos y servicios que ofrecemos, maximizando el valor de empresa.

#### **FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

Ejercer un liderazgo dinámico en el personal de trabajo.

Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.

Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los trabajadores.

Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.

Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, es decir optimismo de los recursos disponibles.

Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes establecidos

Cargo: Contador

### **LINEA DE AUTORIDAD**

**Gerente general**

#### **FUNCIÓN GENERAL:**

Responsable de la asesoramiento y supervisión de los procedimientos del área contable, tiene el objetivo de consolidar la información generando estados financieros requeridos por el gerente general establece estructura presupuesto y de costos se asegura que se cumplan los principales principios de contabilidad generalmente aceptados y con las políticas específicas de la empresa.

#### **FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

Revisar movimiento de las cuentas.

Controlar el correcto registro de cuentas.

Elaborar estados financieros en fechas requeridas con la información oportuna y verídica y precisa.

Examinar procedimientos contables y realizar ajustes correspondientes.

Controlar el correcto registro de cuentas.

Coordinar la elaboración del presupuesto general y dar seguimiento al mismo.

**Cargo: Encargado de cocina**

### **LINEA DE AUTORIDAD**

Gerente general

#### **FUNCIÓN GENERAL:**

El encargado de cocina es la cabeza principal del área operativa, lidera supervisa todas las actividades de elaboración de los helados crea y propone nuevas tendencias en el marco de productos es parte fundamental del grupo creativo de la empresa.

#### **FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

Organizar dirigir supervisar planificar y coordinar el conjunto de actividades del área de cocina.

Diseña presentaciones de lado creativa e innovador e innovadoras junto al grupo creativo de la empresa.

Ejecutar elaboraciones del menú de helados.

Propone modificaciones y mejoras en el área de cocina y servicio.

Cumple con las normas de higiene y seguridad necesaria para preservar la salud y evitar accidentes.

Proponer mejoras en el área de cocina.

Planificar y gestionar la cantidad de productos a ofertar.

**Cargo: Cajero**

**LINEA DE AUTORIDAD**

Gerente General

**FUNCIÓN GENERAL:**

El cajero es responsable por la recepción, manejo y custodia del dinero o documentos relacionadas, tal como: efectivos, cheque, ticket, tarjeta de crédito, débito que resultan de las transacciones diarias de venta, adicionalmente responsable de registro de la operación, sistema y de la conciliación de valores asignados a su caja.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

Servir al cliente que solicita atención para la compra de productos.

Entregar cuentas día a día de caja en coordinación con la supervisión de la gerente general.

Mantener su lugar de trabajo limpio y ordenado.

Verificar que el fondo de caja esté completo al recibirlo y antes de entregarlo.

Mantener un adecuado surtido de moneda para dar cambios.

Comprar activamente con la seguridad y vigilancia de activos de la empresa.

Colaborar con él a cómodo y la adecuada presentación en el área de servicio.

**Cargo: Encargado de limpieza**

**LINEA DE AUTORIDAD**

Gerente general

**FUNCIÓN GENERAL:**

Limpiar y desinfectar las máquinas, utensilios, tapas de las conservadoras; mantener las rejillas blanqueadas, preservar el orden e higiene de los elementos que se utilizan para atender.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

Mantener todas las instalaciones de la empresa limpias.

Mantener los baños y lavamanos en perfectas condiciones de aseo y limpieza y con la dotación necesaria.

Velar por el cuidado de los elementos que a su cargo estén y que hagan parte de los elementos de trabajo.

Cumplir con el horario de trabajo.

Solicitar oportunamente los elementos necesarios para el desempeño de sus funciones.

Velar por la eficiente recolección y clasificación y disposición final de los desechos orgánicos e inorgánicos de la empresa.

### **Cargo: Encargado de Marketing y publicidad**

#### **LINEA DE AUTORIDAD**

Gerente general

#### **FUNCIÓN GENERAL:**

Es el responsable general del departamento de marketing. Define la estrategia de marketing, establece los objetivos y supervisa todas las actividades de marketing.

#### **FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

Aumentar la participación en el mercado

Desarrollar la imagen de la empresa

Incrementar los ingresos

Desvincular a la competencia

Lanzamiento de un nuevo producto

Aumentar el volumen de ventas.

Desarrollar una estrategia de marketing para la empresa y un plan de acción concreto.

Investigar la situación del mercado

Impulsar el posicionamiento de la marca de la empresa

Trabajar en la promoción de la empresa y la marca en el mercado

Llevar a cabo el proceso de fijación de precios

Política de surtido de la empresa

Generar, investigar e implementar nuevas ideas y formas de desarrollo

#### **Reclutamiento**

Todo reclutamiento tiene un proceso, empezará a través de una convocatoria en las redes sociales del negocio, también a través de las páginas de empleos de Santa Cruz de la Sierra.

## **Estructura de reclutamiento**

**Reclutamiento externo.** - Se realizará reclutamiento externo, cuando haya un vacante en un puesto, anunciado previamente.

**Reclutamiento interno.** - Se realizará reclutamiento interno, cuando hay un vacante de puesto, donde se anunciará y se seleccionará al personal más calificado, dentro del negocio.

## **SELECCIÓN**

### **Entrevista de trabajo**

Se realizará la entrevista, a las personas que postules a dicho cargo, para conocer sus habilidades y cualidades, su entorno personal, sus datos correspondientes y las referencias que tenga, como también se recepcionaran sus Curriculum Vitae, con sus anexos respectivos.

Descartar a los candidatos menos calificados

Se descartará a las personas que no cumplan con los requisitos y el perfil del cargo.

Selección del personal para el cargo

Se elegirá a la persona indicada para el cargo, donde cumpla con todos los requisitos requeridos, tenga su documentación al día, y no tenga antecedentes penales.

### **Capacitación**

Se proporcionará el manual de funciones de los cargos de la empresa donde se conocerán las funciones de cada puesto.

Se instruirá al personal por tres días en las funciones de sus respectivos cargos, donde también habrá capacitaciones constantes.

### **Contratación**

La contratación se hará de manera indefinida en el cual se indicará, el lugar del puesto, las funciones que realizara, la forma y fecha de pago, como también el reglamento interno que se tiene en la empresa.

## **Inducción**

El proceso de inducción consiste en la orientación, ubicación y supervisión que se efectúa a los trabajadores de reciente ingreso (puede aplicarse asimismo a las transferencias de personal), durante el período de desempeño inicial (periodo de prueba).

“Heladería Bits & Cream S.R.L “

### **MANUAL DE INDUCCIÓN**

Cuando una persona se integra a la empresa desconocida por él, o a un nuevo grupo de trabajo, se da un proceso llamado “socialización” entre el nuevo empleado y la organización.

### **CONTENIDO DEL MANUAL DE INDUCCIÓN**

**BIENVENIDA:** esto es, apoyar el ingreso del nuevo empleado a la empresa en forma cordial, invitándole desde el inicio a sentir confianza, gusto y compromiso porque va a colaborar con nosotros.

**FIRMA DE CONTRATO:** se establece el compromiso formal de trabajo. Leer el contrato con él y asegurarse que el empleado haya entendido con claridad cada uno de los puntos y especificaciones del contrato.

**INFORMACIÓN SOBRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA:** cómo empezó, quienes la integran, cuáles son los objetivos y metas de la empresa y que tipo de empresa es.

**INFORMACIÓN SOBRE POLITICAS GENERALES DE LA EMPRESA:** horario, día, lugar y hora de pago; que se debe hacer cuando no asiste al trabajo, vacaciones y días festivos; normas de seguridad, áreas de servicio para el personal, reglamento interno de trabajo, actividades recreativas de la empresa.

**PRESENTACIONES:** con el supervisor o jefe directo, con los compañeros de trabajo y con los subordinados.

**UBICACIÓN DEL EMPLEADO EN SU PUESTO DE TRABAJO:** objetivo del puesto, labores a cargo del empleado, como esperar que el empleado desempeñe su trabajo y otros puestos con los que tiene.

### **Motivación al personal**

El objetivo de una motivación dentro de la empresa es fomentar el desarrollo personal y la autorrealización en el trabajo aplicando lo siguiente:

Ofrecer la oportunidad de escalar en la empresa, de acuerdo con su desempeño.

Espacios limpios y adecuados para trabajar y con herramientas necesarias

Realizar actividades recreativas y de integración.

Comisiones o bonos económicos.

Reconocer el trabajo realizado.

Tomar en cuenta todas las ideas y talentos.

### **Sueldos y salarios**

Para todos los casos las empresas están obligadas a cumplir con la jornada máxima laboral que son 48 horas por semana, y un día de descanso semanal. Fuera de lo nombrado los empleados podrán recibir pagos de horas extra y en el caso que sea feriado o su día de descanso el pago es triple

### **Seguridad e higiene personal**

Cuando hablamos de la higiene laboral no solo tenemos que hacer referencia a cómo los empleados deben acudir a los puestos de trabajo, la situación en la que se encuentran las instalaciones también hay que tenerla en cuenta.

Algunas de las medidas que pueden tomarse en los puestos de trabajo para cuidar la higiene y seguridad en la empresa son:

Mantener el puesto de trabajo limpio y ordenado.

Lavarse las manos repetidas veces.

Utilizar uniformes de acuerdo con la talla de los trabajadores y en un buen estado.

Asegurarse de que los equipos de trabajo que se utilizan se encuentran en buenas condiciones.

Recoger debidamente los materiales utilizados

No tapar las salidas de emergencia.

Realizar los descansos establecidos por ley.

Conocer todas las medidas de prevención de riesgos laborales relacionadas con el puesto de trabajo.

Evitar posturas que perjudiquen la salud.

Conocer las instrucciones de uso y fecha de caducidad de los productos tóxicos o explosivos cuando se utilicen.

Mantener una temperatura en la oficina óptima para los empleados.

### **Evaluación de desempeño**

La evaluación de desempeño se ha convertido en una herramienta estratégica dentro de las empresas. Beneficia al trabajador, que tiene la posibilidad de detectar sus fortalezas y debilidades para crecer como profesional. Y, por supuesto, a la organización que obtiene la información necesaria para realizar una mejor gestión de su capital humano y lograr, así, sus objetivos de negocio.

Consta de una revisión formal de los resultados laborales que se lleva a cabo de manera periódica en la cual participan de manera interactiva el colaborador y su jefe directo, quienes deben trabajar en conjunto para planear, monitorear y revisar los objetivos de trabajo, habilidades y valores del colaborador también llamados competencias, así como su contribución general al logro de los objetivos a ser realizada en el siguiente formulario

## CAPÍTULO 6: PLAN FINANCIERO

### ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Supuestos para la Proyección (Primer Mes – Fase de Lanzamiento):

- Días de operación al mes: 25 días (martes a domingo).
- Ventas diarias proyectadas: 40 helados por día (meta conservadora).
- Precio de venta unitario: Bs. 10,00.
- Costo variable unitario: Bs. 4,00 (ingredientes, vasos, toppings, etc.).
- Inversión inicial: Financiada con capital propio del propietario.

### Balance General Inicial (Al Momento Cero – Punto de Partida)

<b>BALANCE DE APERTURA</b>		
<b>AL 01 DE OCTUBRE DE 2025</b>		
<b>(Expresado en Bolivianos)</b>		
<b>ACTIVO</b>		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>3.000</b>
<b>DISPONIBLE</b>		<b>2.000</b>
Caja	2.000	
<b>REALIZABLE</b>		<b>1.000</b>
Inventario de Insumos (leche, frutas, azúcar, envases)	1.000	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>8.000</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>8.000</b>
Equipos de Refrigeración (congelador, vitrina exhibidora)	5.000	
Muebles y utensilios (mesa, batidoras, cucharas, moldes)	2.000	
Adecuación del local (pintura, carteles, decoración)	1.000	
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>11.000</b>
<b>PATRIMONIO</b>		<b>11.000</b>
Capital Propio	11.000	
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>11.000</b>
<hr/>		
<b>CONTADOR</b>		<b>REPRESENTANTE LEGAL</b>

## Estado de Resultados Proyectado (Primer Mes de Operación)

ESTADO DE RESULTADOS	
AL 31 DE OCTUBRE DE 2025	
(Expresado en Bolivianos)	
<b>Ingresos por Ventas</b> (40 helados × 25 días × Bs. 10)	10.000
(-) Costos Variables Totales (40 × 25 × Bs. 4)	4.000
Margen de Contribución	<u>6.000</u>
(-) Gastos Fijos Mensuales	
• Alquiler del local	800
• Energía eléctrica y agua	300
• Insumos de limpieza y servilletas	150
• Marketing y publicidad	200
• Transporte y logística	150
• Otros gastos administrativos	100
TOTAL GASTOS FIJOS	<u>1.700</u>
Utilidad neta antes de impuesto	<u>4.300</u>
	<u>          </u>
	<u>          </u>

## Flujo de Caja Proyectado (Primer Mes)

### ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

AL 31 DE OCTUBRE DE 2025

(Expresado en Bolivianos)

SALDO INICIAL DE CAJA	2.000
ENTRADAS DE EFECTIVO	
• Cobranzas por Ventas	10.000
TOTAL ENTRADAS	10.000
SALIDAS DE EFECTIVO	
• Pago a proveedores (materias primas)	4.000
• Pago de gastos fijos	1.700
TOTAL SALIDAS	5.700
FLUJO NETO DE OPERACIÓN	4.300
FLUJO DE CAJA POR INVERSIÓN (equipos y mobiliario)	-8.000
FLUJO DE CAJA POR FINANCIAMIENTO (Aporte de Socios)	11.000
SALDO FINAL DE CAJA	9.300

## INDICADORES FINANCIEROS DE VIABILIDAD

### 1. Punto de Equilibrio (en unidades y bolivianos):

- **Margen de Contribución Unitario** = Bs. 10 - Bs. 4 = Bs. 6
- **Punto de Equilibrio (unidades)** =  $1.700 / 6 \approx 284$  helados/mes
- **Punto de Equilibrio (Bs.)** =  $284 \times 10 =$  Bs. 2.840/mes
- **Análisis:** Con una venta proyectada de 1.000 helados mensuales, se supera ampliamente el punto de equilibrio.

### 2. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI):

- Inversión Inicial Total = Bs. 11.000
- Utilidad Neta Mensual Proyectada = Bs. 4.300
- $PRI = 11.000 / 4.300 \approx 2,56$  meses
- **Análisis:** La inversión inicial se recupera en menos de tres meses.

### 3. Margen de Utilidad Neta:

- $(4.300 / 10.000) \times 100 = 43\%$
- **Análisis:** Representa un margen alto y atractivo para un emprendimiento artesanal.

**(Para emprendimientos en etapa inicial, el VAN y la TIR suelen calcularse con datos históricos. Se recomienda incluirlos en un plan a 12 meses).**

### 6.3. IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS Y ESTRATEGIAS DE CONTROL

Riesgo Financiero	Estrategia de Control y Prevención
<b>Aumento en el precio de insumos (leche, frutas, azúcar)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negociar precios fijos por trimestre.</li> <li>• Comprar a proveedores mayoristas.</li> </ul>
<b>Baja en las ventas (temporada fría o poca afluencia)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promociones “2x1” o descuentos en combos.</li> <li>• Introducir bebidas calientes y postres complementarios.</li> </ul>
<b>Pérdida o daño de equipos de refrigeración</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fondo de mantenimiento mensual.</li> <li>• Contrato de servicio técnico preventivo.</li> </ul>
<b>Falta de liquidez por exceso de inversión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reservar un 40% de utilidades para capital de trabajo.</li> <li>• Control semanal de caja y costos.</li> </ul>
<b>Competencia directa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diferenciación por calidad artesanal, nuevos sabores y presentación ecológica.</li> </ul>

**Conclusión del Plan Financiero:** Las proyecciones demuestran que “**Heladería Bits & Cream**” es un negocio altamente rentable y sostenible, con una rápida recuperación de la inversión y un punto de equilibrio fácilmente alcanzable. Los riesgos identificados son manejables mediante control de costos, estrategias de marketing estacional y reinversión responsable.

## CAPÍTULO 7 ESTUDIO JURÍDICO FISCAL

### ESTUDIO JURÍDICO FISCAL

#### ¿Qué forma jurídica tomará la empresa?

La empresa " **Heladería Bits & Cream** " se constituirá como una **Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)**.

#### ¿Por qué se eligió esta forma jurídica para la empresa?

Se opta por la **Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)** ya que proporciona una estructura flexible que permite un adecuado reparto de las responsabilidades entre los socios. Esta forma jurídica limita la responsabilidad de los socios a la cantidad de su aporte de capital, lo cual ofrece seguridad frente a posibles riesgos financieros. Además, facilita la administración y el crecimiento del negocio, y da mayor credibilidad ante clientes y proveedores.

#### ¿Cuál será el nombre de la empresa?

El nombre de la empresa será: "**Heladería Bits & Cream S.R.L.**"

#### ¿Cuál será el número de socios y sus respectivas aportaciones?

La empresa estará conformada por los siguientes socios con las siguientes aportaciones al capital social:

##### **CAPITAL SOCIAL:**

- Cristian Giovanny Barja Calle: **2.000,00 Bs**
- Mateo Nibardo Saucedo Parada: **2.000,00 Bs**
- Marcelo Walter Fernandez Eugenio: **2.000,00 Bs**
- Alex Tapia Rodroguéz : **2.000,00 Bs**
- Rosita Mendez Flores : **1.000,00 Bs**
- Efrain Ayala Lopez : **2.000,00 Bs**

#### ¿Ante qué organismos públicos debe inscribir su empresa?

1. Emitida por **SEPREC** tenemos la **Matrícula de Comercio**, tiene carácter de empresa privada, sin embargo, su ejercicio es sin fines de lucro. Con este documento se genera el reconocimiento legal de las empresas ante el Estado e impulsa el desarrollo de las actividades en el ámbito empresarial.

2. **Licencia de Funcionamiento Municipal**, es el documento que da el permiso para la apertura de una actividad económica en el municipio donde se radicará. Se obtiene ante las oficinas de los gobiernos autónomos municipales correspondiente.
3. **El Número de Identificación Tributario o NIT**, es asignado por el Servicio Nacional de Impuestos Nacionales-SIN y corresponde a la inscripción en el padrón nacional de Contribuyentes.
4. **Inscripción en el Registro Obligatorio de Empleadores-ROE**, permite el uso del Sistema de Control de Personal o Libro de Asistencia, así como del Libro de Accidentes. Se gestiona a través del Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social.
5. **La afiliación en la Caja Nacional de Salud- CNS**, tanto del empleador como del trabajador. Permite que los trabajadores tengan asistencia en salud cuando esta se ve afectada por alguna enfermedad. Sin que estas estén relacionadas con las condiciones de trabajo o con las actividades laborales.
6. **Registro en las AFP**, como se conoce por sus siglas a las Administradoras de Fondos de Pensiones. Sirve para generar el bienestar de los trabajadores al llegar a una edad avanzada, contando con pensiones justas y dignas al estar inscritos en el SSO o Seguro Social Obligatorio.

### **¿Cuáles serán sus principales obligaciones fiscales?**

La empresa cumplir con las siguientes obligaciones fiscales:

- **Obtención del NIT**
- **Impuesto a las Transacciones (IT)**
- **Impuesto al Valor Agregado (IVA)**
- **Impuesto a las Utilidades de las Empresas (IUE)**
- **Envío Digital de Estados Financieros**
- **Aportes a las AFPs**

## 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES:

El análisis realizado nos ha permitido identificar que el mercado de **helados artesanales de frutas** está en expansión, con una creciente demanda por productos naturales y saludables. La empresa "**Heladería Bits & Cream S.R.L.**" tiene un gran potencial de ventas, dada la versatilidad de los helados artesanales, que se pueden adaptar a los gustos y preferencias de una amplia variedad de consumidores. A través del análisis FODA, se ha identificado que la empresa cuenta con oportunidades y fortalezas que deben ser aprovechadas. El estudio financiero también confirma que la inversión será rentable, con un **TIR** y **VAN** positivos.

Además, los productos de heladería artesanal pueden ofrecer combinaciones únicas de frutas frescas, lo que permitirá atraer a un público diverso y fidelizarlo. La empresa está bien posicionada para comenzar sus actividades comerciales con una estrategia de marketing adecuada y un enfoque en la calidad.

### RECOMENDACIONES:

1. **Monitorear la competencia constantemente** para adaptarse rápidamente a cambios en el mercado.
2. **Buscar financiamiento adicional** a través de capital semilla o créditos para expandir el negocio en sus primeras fases.
3. **Realizar encuestas a los clientes** para comprender mejor sus preferencias y ajustar la producción de acuerdo con la demanda.
4. Implementar una **estrategia de marketing efectiva**, destacando los beneficios de los helados artesanales de frutas y la calidad de los ingredientes naturales utilizados.
5. **Cumplir con todos los requisitos legales y fiscales**, incluyendo la obtención de NIT, licencia de funcionamiento, y cumplimiento de las normativas laborales y tributarias.
6. **Control financiero riguroso** para evitar gastos innecesarios y optimizar los costos de producción. Un buen manejo de inventarios también será clave para el éxito.
7. **Atención al cliente excepcional**, creando un ambiente cálido y amigable, lo que facilitará la fidelización de los clientes. La calidad en el servicio será un factor diferenciador en el negocio.

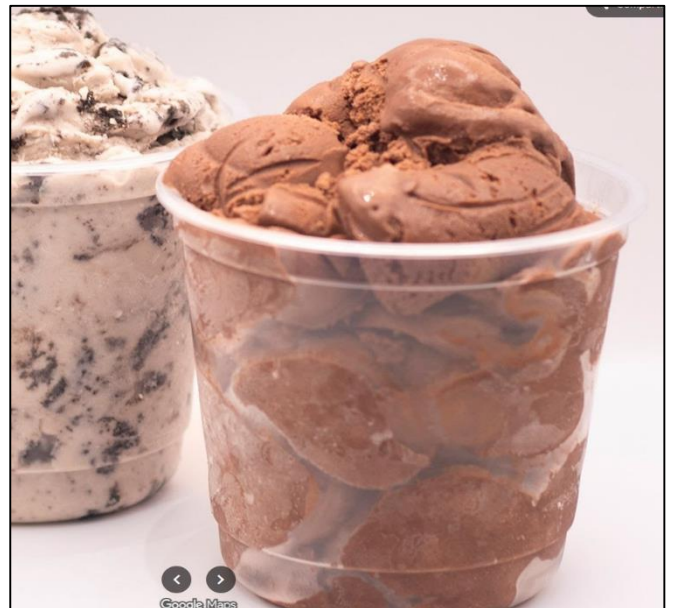
Al seguir estas recomendaciones, "**Heladería Bits & Cream S.R.L.**" podrá posicionarse como un referente en el mercado de helados artesanales, ofreciendo productos naturales y deliciosos, y alcanzando el éxito en el negocio.

En nuestra heladería se ofrece helados únicos con ingredientes fresco, con una buena ubicación, aquí se brinda un buen servicio para satisfacer las necesidades de nuestros consumidores los invitamos.

## BIBLIOGRAFÍA

1. **Gelato World Tour (2025).** *How to Make Gelato: A Guide to the Basics.* [www.gelatoworldtour.com](http://www.gelatoworldtour.com)
  - La página oficial del "Gelato World Tour", que organiza competiciones internacionales de gelato artesanal. Ofrece recursos y consejos sobre la técnica y la innovación en la producción de helado artesanal.
2. **The Ice Cream Alliance (2023).** *The Ultimate Guide to Making Artisan Ice Cream.* [www.ice-cream.org](http://www.ice-cream.org)
  - Página oficial de la "Ice Cream Alliance", una organización del Reino Unido que proporciona información sobre la fabricación de helados artesanales, regulaciones y recetas.
3. **Scoop Adventures (2023).** *Ice Cream Science and Artisan Techniques.* [www.scoopadventures.com](http://www.scoopadventures.com)
  - Scoop Adventures ofrece información, recetas y técnicas sobre cómo hacer helados artesanales con ingredientes frescos y naturales. También ofrece talleres y recursos sobre la producción comercial de helados.
4. **Serious Eats (2022).** *How to Make Homemade Ice Cream: A Beginner's Guide.* [www.serious-eats.com](http://www.serious-eats.com)
  - Un artículo detallado en Serious Eats, que explica cómo hacer helados caseros desde cero con ingredientes frescos y naturales, y cómo adaptarlo a la producción artesanal.
5. **National Ice Cream Retailers Association (NICRA) (2022).** *How to Start Your Own Ice Cream Shop.* [www.nicra.org](http://www.nicra.org)
  - La NICRA ofrece recursos y guías sobre cómo iniciar un negocio de heladería artesanal, con información práctica sobre el equipo necesario, el manejo de ingredientes, y las mejores prácticas de servicio.
6. **Food52 (2023).** *The Best Artisanal Ice Cream Recipes to Try at Home.* [www.food52.com](http://www.food52.com)
  - Página que ofrece recetas de helados artesanales con ingredientes naturales, además de consejos sobre cómo crear sabores únicos y cómo experimentar con frutas, hierbas y otros ingredientes frescos.
7. **Leite's Culinaría (2022).** *Artisan Ice Cream Recipes.* [www.leitesculinaria.com](http://www.leitesculinaria.com)
  - Reúne una serie de recetas de helados artesanales, explorando combinaciones únicas de frutas, especias y otros ingredientes naturales, con instrucciones detalladas para crear helados caseros.

**ANEXOS**  
**PREPARACION DE “BITS & CREAM”**





## **ENCUESTA**

La presente encuesta es realizada con el fin de recabar información para determinar la viabilidad de una empresa dedicada a la producción y comercialización de Helados en Santa Cruz, mismo estudio que nos ayudará en la elaboración del plan de negocios.

## **ENCUESTA**

Lugar de la encuesta: ...Santa Cruz .....

Fecha:..... Rango de edades: ... 20 ...40 ....60

## **INFORMACION TECNICA DEL ESTUDIO**

### **1.-¿ Ha consumido helados?**

SI NO

### **2.- ¿Cuántas veces?**

a) al día b) semana c) mes

### **3.- ¿Usted prefiere consumir?**

a) Plaf Plaf b) Habanito c) Paleta d) Meneíto

### **4.- ¿De dónde compra helados?**

a) ambulante b) supermercados c) Heladerías

### **5.- Al adquirir un helado usted elige por:**

a) por la marca b) precio c) sabor

d) envase e) cantidad

### **6.- ¿Qué sabor prefiere?**

a) Chocolate b) Limon c) Vainilla

### **7.- Si se le ofrece un helado Bits and Cream compraría**

SI NO

### **8.-Por el helado de Bits and Cream usted estaría:**

a) muy interesado b) interesado c) indiferente

### **9.- ¿Cuánto pagaría por un helado de Bits and Cream?**

a)15-25 bs b)30-40 bs c)45 o mas

### **10.- ¿Recibe usted buena atención en la heladería que visita?**

a) satisfecho b) no satisfecho

### **11.- ¿La publicidad que usted conoce de helados porque medio de comunicación se ha enterado?**

a) redes sociales b) TV c) volantes d) radio

### **12.- ¿Qué otra empresa conoce usted que ofrece helados similares?**

A) Delizia b) Pil c) Vaca Fria d)Dumbo

## Encuestas realizadas 350 personas

