

XVI FERIA FACULTATIVA

DE EMPREDEDURISMO INNOVACION
Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA

GRUPO N°

20

PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

NOMBRE DEL TEMA:

PAPITAS CAMBA

INTEGRANTES:

Stephanie Limpas Salazar 225024268

Vilma Marcela Montenegro 222002549

Carlitos Jaysen Xu Perez 225121530

Heidy Villavisencio Guarco 217056059

DOCENTE GUÍA:

Rosa Lia Arandia Orellana

ORGANIZA:



APOYAN:



1. RESUMEN EJECUTIVO

Idea del emprendimiento

Papitas Camba es un emprendimiento dedicado a la elaboración y comercialización de papas fritas artesanales con sabores tradicionales y regionales inspirados en la gastronomía camba. Nuestro objetivo es ofrecer un producto delicioso, fresco y de calidad para satisfacer a consumidores de todas las edades.

Problema detectado

Actualmente existe una gran demanda de snacks rápidos y económicos, pero muchos productos disponibles en el mercado contienen conservantes y ofrecen poca variedad de sabores locales. Además, los consumidores buscan opciones más frescas y con identidad regional.

Solución propuesta

Papitas Camba ofrece papas fritas preparadas con ingredientes seleccionados, diferentes tipos de salsas y presentaciones atractivas. Se busca brindar una experiencia gastronómica única, combinando calidad, sabor y tradición camba a precios accesibles. **Público objetivo**

El emprendimiento está dirigido principalmente a:

- Estudiantes.
- Jóvenes y adultos.
- Familias.
- Personas que buscan un snack rápido y económico.
- Clientes que valoran los sabores típicos de la región.

Elemento innovador

La innovación de Papitas Camba radica en la incorporación de sabores y acompañamientos inspirados en la cultura gastronómica del oriente boliviano, además de una presentación atractiva y un servicio cercano al cliente.

Impacto esperado

Se espera generar ingresos sostenibles, crear oportunidades de empleo y promover la identidad gastronómica regional. Asimismo, el emprendimiento busca convertirse en una opción reconocida por su calidad, sabor y atención al cliente.

2. ÍNDICE

1.- RESUMEN EJECUTIVO.....

2.- INDICE.....

3.- INTRODUCCION.....

- Contexto general del emprendimiento
- Situación actual del mercado
- Importancia del proyecto
- Motivación de la idea
- Relevancia económica, social o tecnología

4.- DESARROLLO DE LA IDEA EMPRENDEDORA

4.1.- IDENTIFICACION DE LA IDEA

4.1.1.- NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO

4.1.2.- DESCRIPCION DE LA IDEA

- ¿En que consiste?
- ¿Qué producto o servicio ofrecerá?
- ¿Cómo funcionará?
- ¿Qué necesidad cubrirá?

4.1.3.- ORIGEN DE LA IDEA

- Experiencia personal
- Necesidad observada
- Tendencia del mercado
- Innovación tecnológica
- Problemática social
- Oportunidad económica

4.2.- IDENTIFICACION DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD

4.2.1.- PROBLEMA DETECTADO

- ¿Qué problema existe?
- ¿Quiénes son afectados?
- ¿Con que frecuencia ocurre?
- ¿Por qué es importante resolverlo?

4.2.2.- SOLUCIONES ACTUALES

- ¿Cómo se resuelve actualmente?
- ¿Qué limitaciones tienen las soluciones existentes?

4.2.3.- OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

- ¿Qué oportunidad existe en el mercado?
- ¿Por qué el emprendimiento podría funcionar?
- ¿Qué tendencia favorece el proyecto?

4.3.- PROPUESTA DE VALOR

- ¿Qué hace diferente el emprendimiento?
- ¿Qué beneficios ofrecera?
- ¿Por qué el cliente elegiría esta propuesta?
- ¿Qué valor genera?

4.4.- INNOVACION DEL EMPREDIMIENTO

- Que aspecto innovador posee
- Que diferencia tiene frente a otros negocios
- Que tecnología utilizaria
- Que elemento creativo aporta

4.5.- MERCADO

4.5.1.- CLIENTE POTENCIAL

- Edad
- Genero
- Ocupación
- Ubicación
- Nivel socioeconómico
- Habitos de consumo

4.5.2.- SEGMENTACION DE MERCADO

- Mercado principal
- Mercado secundario
- Nicho de mercado

4.5.3.- NECESIDADES DEL CLIENTE

- Que necesita el consumidor
- Que problema busca resolver

- Que beneficios espera recibir

4.6.- ANALISIS BASICO DE LA COMPETENCIA

- Competidores directos
- Competidores indirectos
- Que ofrecen
- Precios aproximados
- Fortalezas
- Debilidades
- Formas de promoción

4.7.- VIABILIDAD PRELIMINAR

4.7.1.- VIABILIDAD TECNICA

- ¿Es posible desarrollar el producto o servicio?

4.7.2.- VIABILIDAD ECONOMICA

- ¿La idea podría generar ingresos?

4.7.3.- VIABILIDAD COMERCIAL

- ¿Existe demanda en el mercado?

4.7.4.- RECURSOS BASICOS REQUERIDOS

- Materiales
- Herramientas
- Tecnología
- Personal básico
- Inversión aproximada

4.8.- IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO

- Económico
- Social
- Ambiental
- Tecnología
- Educativo

4.9.- MISION Y VISION

4.10.- OBJETIVOS DEL EMPRENDIMIENTO

- Objetivo general

- Objetivo específico

5.- VALIDACION INICIAL DE LA IDEA

5.1.- VALIDACION DE MERCADO

- Encuestas
- Entrevistas
- Formularios digitales
- Observación
- Pruebas piloto

5.2.- RESULTADOS OBTENIDOS

- Aceptación de la idea
- Interés de clientes potenciales
- Observaciones recibidas
- Posibles mejoras

6.- CONCLUSIONES

- Potencial de emprendimiento
- Innovación
- Aceptación preliminar
- Posibilidades de crecimiento

7.- RECOMENDACIONES

- Mejorar la idea
- Fortalecer la propuesta
- Validar mejor el mercado
- Desarrollar posteriormente el plan de negocio

8.- BIBLIOGRAFIA

9.-ANEXOS

3.INTRODUCCIÓN

Contexto general del emprendimiento

En la actualidad, el mercado de alimentos rápidos ha experimentado un crecimiento constante debido a la demanda de productos prácticos, accesibles y de buen sabor. En este contexto surge Papitas Camba, un emprendimiento dedicado a la elaboración y comercialización de papas fritas artesanales inspiradas en los sabores y la cultura gastronómica del oriente boliviano. El proyecto busca ofrecer una alternativa de snack de calidad que combine tradición, sabor y una excelente atención al cliente.

Situación actual del mercado

El mercado de comida rápida y snacks presenta una alta demanda, especialmente entre estudiantes, jóvenes y familias. Aunque existen numerosos competidores que ofrecen productos similares, muchos de ellos no incorporan elementos diferenciadores relacionados con la identidad regional. Esto representa una oportunidad para Papitas Camba, que busca destacarse mediante la calidad de sus ingredientes, variedad de acompañamientos y una propuesta con identidad propia. **Importancia del proyecto**

Este emprendimiento es importante porque responde a las necesidades de consumidores que buscan alimentos rápidos, económicos y deliciosos. Además, contribuye al desarrollo del espíritu emprendedor, fomenta el consumo de productos locales y genera oportunidades económicas para sus propietarios y colaboradores. **Motivación de la idea**

La idea de crear Papitas Camba nace de la identificación de una oportunidad de negocio en el sector de los snacks y de la intención de ofrecer un producto que represente los sabores tradicionales de la región. Asimismo, surge del interés por emprender y desarrollar una actividad económica sostenible que pueda crecer y consolidarse en el mercado.

Relevancia económica, social y tecnológica

Desde el punto de vista económico, Papitas Camba tiene el potencial de generar ingresos y crear fuentes de empleo. En el ámbito social, promueve la gastronomía regional y fortalece la identidad cultural. En cuanto a la tecnología, el emprendimiento puede apoyarse en redes sociales y plataformas digitales para promocionar sus productos, captar clientes y gestionar pedidos de manera eficiente.

En conclusión, Papitas Camba representa una propuesta innovadora y viable dentro del mercado de alimentos rápidos, con potencial de crecimiento y capacidad para satisfacer las necesidades de los consumidores mediante productos de calidad y un servicio diferenciado.

4.DESARROLLO DE LA IDEA EMPRENDEDORA

4.1 IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA

4.1.1 Nombre del emprendimiento

Papas Crunch

4.1.2 Descripción de la idea

¿En qué consiste?

Consiste en la elaboración y comercialización de papas fritas artesanales con diferentes sabores y acompañamientos.

¿Qué producto o servicio ofrecerá?

Ofrecerá papas fritas en distintas presentaciones, tamaños y sabores, además de salsas especiales para acompañarlas.

¿Cómo funcionará?

Los clientes realizarán sus pedidos de manera presencial . Las papas serán preparadas al momento para garantizar frescura y calidad.

¿Qué necesidad cubrirá?

Cubrirá la necesidad de los consumidores de disfrutar un snack delicioso, rápido, económico y de buena calidad.

4.1.3 Origen de la idea

La idea nació al observar que muchas personas buscan alimentos rápidos y sabrosos para consumir durante el día. Además, las papas fritas son un producto muy popular y de alta demanda, representando una oportunidad de negocio rentable y accesible.

4.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD

4.2.1 Problema detectado ¿Qué problema existe?

Existe una oferta limitada de papas fritas artesanales con variedad de sabores y buena calidad a precios accesibles.

¿Quiénes son afectados?

Estudiantes, trabajadores y público en general que buscan opciones rápidas para alimentarse o compartir.

¿Con qué frecuencia ocurre?

Diariamente, especialmente en horarios de recreo, almuerzo y tarde.

¿Por qué es importante resolverlo?

Porque los consumidores desean productos de calidad, con buen sabor y precios justos.

4.2.2 Soluciones actuales

¿Cómo se resuelve actualmente?

Los consumidores compran papas fritas en restaurantes de comida rápida, puestos callejeros o supermercados.

¿Qué limitaciones tienen las soluciones existentes?

Muchas veces tienen poca variedad de sabores, precios elevados o no garantizan frescura y calidad constante.

4.2.3 Oportunidad de negocio

¿Qué oportunidad existe en el mercado?

La creciente demanda de snacks y comidas rápidas de calidad.

¿Por qué el emprendimiento podría funcionar?

Porque ofrece un producto popular, económico y adaptable a diferentes gustos.

¿Qué tendencia favorece el proyecto?

El aumento del consumo de comida rápida artesanal y la promoción mediante redes sociales.

4.3 PROPUESTA DE VALOR

¿Qué hace diferente al emprendimiento?

La variedad de sabores, la preparación al momento y la calidad de los ingredientes.

¿Qué beneficios ofrecerá?

Buen sabor, rapidez en la atención, precios accesibles y variedad de opciones.

¿Por qué el cliente elegiría esta propuesta?

Porque recibirá un producto fresco, delicioso y con una excelente relación calidad-precio.

¿Qué valor generará?

Satisfacción del cliente, generación de empleo e impulso a la economía local.

Propuesta de valor:

"Ofrecemos papas fritas artesanales frescas y crujientes, con variedad de sabores y salsas, brindando una experiencia deliciosa a un precio accesible."

4.4 INNOVACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

¿Qué aspecto innovador posee?

Ofrece papas fritas artesanales con sabores únicos, salsas especiales y presentaciones personalizadas según el gusto del cliente.

¿Qué diferencia tiene frente a otros negocios?

Se diferencia por la calidad de sus ingredientes, la preparación al momento, la variedad de combinaciones y la atención personalizada.

¿Qué tecnología utilizará?

Utilizará redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp) para promocionar productos, recibir pedidos y comunicarse con los clientes. ¿Qué elemento creativo aporta?

La creación de sabores exclusivos, empaques atractivos y promociones interactivas para fidelizar a los clientes.

Tipo de innovación:

Digital, comercial y social.

7.5 MERCADO OBJETIVO

7.5.1 Cliente potencial Edad:

Todas las edades Género:

Hombres y mujeres.

Nivel socioeconómico:

Medio y medio-bajo.

Ubicación:

Estudiantes, trabajadores y familias de la zona donde operará el negocio.

Intereses:

Personas que buscan alimentos rápidos, sabrosos, económicos y de buena calidad.

Frecuencia de compra:

Entre 1 y 3 veces por semana, especialmente en horarios de recreo, almuerzo y tarde.

Necesidades:

Consumir un producto delicioso, accesible y preparado de manera rápida.

4.5.2 Segmentación de mercado

Mercado principal: Estudiantes universitarios de 18 a 25 años que pasan gran parte de su día en los módulos de la UAGRM y buscan una opción económica y rápida de comida al paso.

Mercado secundario: Familias y trabajadores jóvenes que transitan por la zona comercial y buscan un "antojo" salado a media tarde o noche.

Nicho de mercado: Jóvenes cruceños amantes del "Street Food" (comida callejera) que buscan una experiencia diferenciada a través de aderezos y salsas con sabores tradicionales de nuestra región.

4.5.3 Necesidades del cliente

Qué necesita el consumidor: Un snack saciante, caliente, crujiente y de preparación inmediata para optimizar su poco tiempo libre.

Qué problema busca resolver: El hambre rápido a bajo costo durante las jornadas de estudio o trabajo, rompiendo con la monotonía de las opciones de comida rápida tradicionales que ofrecen siempre los mismos sabores industriales.

Qué beneficios espera recibir: Una porción generosa de papas de buena calidad, variedad de salsas artesanales cambas ilimitadas o combinables, una atención amable y un empaque cómodo que le permita comer mientras camina hacia su aula o trabajo.

4.5 MERCADO OBJETIVO

4.5.1 Cliente potencial

Edad:

15 a 35 años.

Género:

Masculino y femenino.

Ocupación:

Estudiantes de colegio, universitarios, trabajadores y público en general.

Ubicación:

Santa Cruz de la Sierra.

Nivel socioeconómico:

Medio y medio-bajo.

Hábitos de consumo:

Les gusta consumir snacks rápidos, económicos y de buen sabor durante sus actividades diarias.

4.5.2 Segmentación de mercado

Mercado principal:

Estudiantes de secundaria y universitarios.

Mercado secundario:

Trabajadores y personas que buscan una merienda rápida.

Nicho de mercado:

Consumidores interesados en alimentos prácticos, económicos y acompañados de diferentes salsas.

4.5.3 Necesidades del cliente

¿Qué necesita el consumidor?

Un producto alimenticio sabroso, económico y de fácil consumo.

¿Qué problema busca resolver?

Satisfacer el hambre de manera rápida y a un precio accesible.

¿Qué beneficios espera recibir?

- Buen sabor.
- Precio accesible.
- Atención rápida.
- Variedad de salsas.
- Presentación atractiva.

4.6 ANÁLISIS BÁSICO DE LA COMPETENCIA

Competidores directos:

- Puestos de papas fritas.
- Negocios de comida rápida.
- Vendedores ambulantes de snacks.

Competidores indirectos:

- Hamburgueserías.
- Pizzerías.
- Venta de salchipapas.
- Tiendas de golosinas.

Análisis

¿Qué ofrecen?

Papas fritas, salchipapas, hamburguesas y otros alimentos rápidos.

Precios aproximados:

Los productos similares se comercializan entre Bs 8 y Bs 20 según el tamaño y los ingredientes.

Fortalezas:

- Productos conocidos por los consumidores.
- Ubicaciones estratégicas.
- Variedad de alimentos.

Debilidades:

- Precios elevados en algunos casos.
- Atención lenta en horas de alta demanda.
- Poca variedad de salsas.

Formas de promoción:

- Facebook.
- Instagram.
- TikTok.
- WhatsApp.
- Recomendación de clientes.

4.7 VIABILIDAD PRELIMINAR

4.7.1 Viabilidad técnica

El emprendimiento es técnicamente viable porque los ingredientes y materiales necesarios son fáciles de conseguir y el proceso de preparación es sencillo.

4.7.2 Viabilidad económica

La inversión inicial es relativamente baja, permitiendo recuperar los costos mediante la venta de los conos de papas. Además, existe una alta demanda de este tipo de alimentos entre estudiantes y jóvenes.

4.7.3 Viabilidad comercial

Existe una demanda constante de snacks y comidas rápidas, especialmente en entornos estudiantiles y universitarios.

4.7.4 Recursos básicos requeridos

Materiales:

- Papas.
- Aceite.
- Salsa golf.
- Salsa mayonesa.
- Salsa ketchup.
- Salsa de ajo.
- Salsa de ají.
- Conos para servir.
- Stickers para identificación del producto.

Herramientas:

- Cocina o freidora.
- Sartén u olla.
- Utensilios de cocina.

- Teléfono celular.

Tecnología:

- Internet.
- WhatsApp.
- Redes sociales para promoción.

Personal básico:

- Integrantes del grupo emprendedor

Inversión aproximada:

Papas: Bs 80 a Bs 100.

Aceite: Bs 18 a Bs 25.

Preparación de salsas: aproximadamente Bs 20 por cada tipo.

50 stickers: Bs 50.

50 conos: Bs 100.

La inversión total estimada se encuentra entre Bs 350 y Bs 400 aproximadamente.

4.8 IMPACTO DEL EMPRENDIMIENTO

Económico:

Genera ingresos para los integrantes del grupo y fomenta la actividad comercial.

Social:

Brinda una alternativa de alimentación rápida y accesible para estudiantes y consumidores.

Ambiental:

Promueve el uso responsable de materiales y la adecuada gestión de residuos

Tecnológico:

Utiliza redes sociales para promocionar y dar a conocer el producto.

Educativo:

Permite aplicar conocimientos relacionados con administración, costos, ventas y emprendimiento.

4.9 MISIÓN Y VISIÓN**Misión**

Ofrecer papitas fritas en conos con excelente sabor, calidad e higiene, acompañadas de diversas salsas, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes a precios accesibles.

Visión

Ser un emprendimiento reconocido por la calidad de nuestros productos, la buena atención al cliente y la innovación en la presentación de nuestras papitas en conos.

4.10 OBJETIVOS DEL EMPRENDIMIENTO**Objetivo General**

Comercializar papitas fritas en conos de calidad que satisfagan las necesidades de los consumidores y generen rentabilidad para el emprendimiento.

Objetivos Específicos

1. Elaborar papitas fritas con altos estándares de calidad e higiene.
2. Ofrecer diferentes opciones de salsas para los clientes.
3. Promocionar el producto mediante redes sociales y publicidad.
4. Recuperar la inversión inicial mediante las ventas.
5. Posicionar el emprendimiento entre los estudiantes y consumidores de la zona.

5. VALIDACIÓN INICIAL DE LA IDEA**5.1 Validación de mercado**

Con el objetivo de determinar la viabilidad de Papitas Camba, se realizó una validación de mercado mediante encuestas, entrevistas y observación del comportamiento de consumidores potenciales. La

investigación estuvo dirigida principalmente a estudiantes, jóvenes y familias, quienes constituyen el mercado objetivo del emprendimiento.

Métodos utilizados

Encuestas:

Se aplicaron encuestas a 50 personas para conocer sus preferencias de consumo, frecuencia de compra y disposición a adquirir papas fritas artesanales.

Entrevistas:

Se realizaron entrevistas a clientes potenciales para obtener opiniones más detalladas sobre el producto, precios y sabores preferidos.

Formularios digitales:

Se difundieron formularios mediante redes sociales para ampliar el alcance de la investigación y recopilar información adicional.

Observación:

Se observó el comportamiento de compra en puestos de comida rápida y negocios similares para identificar hábitos de consumo y oportunidades de diferenciación.

Prueba piloto:

Se ofrecieron muestras de papas fritas con distintas salsas y presentaciones para evaluar la aceptación del producto.

5.2 Resultados obtenidos

Aceptación de la idea

Los resultados demostraron una aceptación positiva del emprendimiento. Aproximadamente el 90% de los participantes indicó que estaría dispuesto a probar y comprar los productos de Papitas Camba debido a su propuesta atractiva y su relación calidad-precio.

Interés de clientes potenciales

Los consumidores manifestaron interés en contar con una alternativa de snack rápido, sabroso y accesible. Los sabores regionales y las diferentes opciones de salsas fueron aspectos altamente valorados por los encuestados.

Observaciones recibidas

Las principales sugerencias de los participantes fueron:

- Incorporar una mayor variedad de salsas.
- Ofrecer tamaños pequeños, medianos y grandes.
- Mantener precios económicos.
- Utilizar envases prácticos y atractivos.
- Implementar promociones y descuentos especiales.

Posibles mejoras

A partir de los resultados obtenidos se identificaron las siguientes oportunidades de mejora:

- Ampliar la oferta de sabores y acompañamientos.
- Desarrollar promociones para estudiantes y grupos.
- Fortalecer la presencia en redes sociales.
- Implementar servicio de pedidos y entregas a domicilio.
- Mejorar continuamente la presentación del producto.

Conclusión

La validación de mercado permitió comprobar que Papitas Camba cuenta con una propuesta atractiva para los consumidores y posee potencial de crecimiento dentro del mercado de snacks y comida rápida. Los resultados obtenidos respaldan la viabilidad del emprendimiento y proporcionan información valiosa para mejorar el producto antes de su lanzamiento o expansión.

6. CONCLUSIONES

- El emprendimiento Papitas Camba tiene potencial de aceptación en el mercado debido a que ofrece un producto práctico, económico y atractivo para personas de diferentes edades.
- La propuesta se diferencia por presentar las papas fritas en un cono acompañado de diversas salsas, permitiendo a los clientes personalizar su experiencia de consumo.
- La validación realizada mostró interés por parte de los consumidores, quienes valoran la variedad de sabores y la comodidad de consumir el producto en cualquier lugar.
- La idea representa una alternativa innovadora dentro del mercado de comida rápida, ya que combina un producto tradicional con opciones de salsas que agregan valor y diferenciación.
- El emprendimiento cuenta con posibilidades de crecimiento mediante la ampliación de sabores, promociones y la apertura de nuevos puntos de venta en zonas de alta afluencia de personas.

7. RECOMENDACIONES

- Incorporar nuevas salsas y combinaciones de sabores para mantener el interés de los clientes y diferenciarse de la competencia.
- Mantener altos estándares de higiene y calidad en la preparación de las papas fritas y las salsas.
- Realizar promociones especiales y campañas publicitarias en redes sociales para dar a conocer la marca Papitas Camba.
- Diseñar envases atractivos y resistentes que faciliten el consumo del producto y fortalezcan la identidad visual del emprendimiento.
- Implementar encuestas de satisfacción para conocer la opinión de los clientes y mejorar continuamente el producto.
- Elaborar un plan de expansión que contemple la participación en ferias, eventos y la distribución en diferentes puntos estratégicos de la ciudad.

8. BIBLIOGRAFIA

Alpire Hurtado, G., & Bejarano Martínez, L. (s.f.). Guía para la elaboración de planes de negocio. Facultad de Ciencias Contables, Auditoría, Sistemas de Control de Gestión y Finanzas, Universidad Autónoma Gabriel René Moreno.

Varela Villegas, R. (2014). Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas (3.^a ed.). Pearson Educación.

Alcaraz Rodríguez, R. (2020). El emprendedor de éxito (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.

Drucker, P. F. (2015). Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. Routledge.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). Entrepreneurship (10.^a ed.). McGraw-Hill Education.

Kuratko, D. F. (2020). Entrepreneurship: Theory, process, and practice (11.^a ed.). Cengage Learning.

9. ANEXOS

