

Dulces Panqueques

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a todas las personas que apoyan el crecimiento de Dulces Panqueques .

Agradecimiento

Agradecemos a nuestro equipo: Pricel, Derlin, Romina y Cintia , por su esfuerzo y compromiso.

Resumen Ejecutivo

Dulces Panqueques es un emprendimiento dedicado a la elaboración de productos artesanales derivados del hariana, Donas, galletas, pancitos y queques. Buscamos ofrecer productos frescos, de alta calidad y con un sabor único. Este plan detalla el análisis, producción, marketing, finanzas y estructura organizacional del negocio.

Índice

Introducción

Dulces Panqueques nace con la intención de aprovechar la versatilidad y elaborar productos diferenciados, accesibles y deliciosos.

Capítulo 1: Análisis Externo

Incluye análisis del mercado local, competencia, demanda y tendencias de consumo.

Capítulo 2: Análisis Interno

Fortalezas: sabor único, productos artesanales, equipo comprometido.

Debilidades: producción limitada, costos de insumos.

Oportunidades: alta demanda de postres.

Amenazas: variación de precios de la Harina .

Capítulo 3: Plan de Producción

Producción basada en recetas estandarizadas: panqueques mini (4 cm), galletas minis y pancitos (3 cm) y queques. Se trabaja en pequeños lotes para asegurar frescura.

Capítulo 4: Plan de Marketing

Marca: Dulces Panqueques

Slogan: “La Suavidad que endulza tu vida”.

Estrategias: redes sociales, ventas por encargo, promociones por bolsitas mini.

Capítulo 5: Plan de Recursos Humanos

Organigrama del equipo:

- Pricel: Dirección general.
- Derlin: Producción.
- Romina: Apoyo logístico.
- Cintia : Distribución.

Cada miembro cumple roles clave para garantizar calidad y entrega eficiente.

Capítulo 6: Plan de Finanzas

Costo total de producción: Bs 200.

Incluye insumos para: Panqueques mini, Se proyecta un margen mayor de ganancia y precios ajustados.

Capítulo 7: Estudio Jurídico Fiscal

Dulces Panqueques debe cumplir con normativas municipales de manipulación de alimentos y considerar el RC-IVA en caso de formalizarse como microempresa.

Conclusiones y Recomendaciones

Dulces Panqueques tiene potencial de crecimiento gracias a la calidad de sus productos.

Bibliografía

Fuentes internas de producción y análisis propios.

Anexos

Incluye fotografías, recetas y costos finales de producción.

DULCES PANQUEQUES

DULCE PANQUEQUES , el toque suave que endulza tu vida

1. ANÁLISIS EXTERNO

1.1. Microentorno

Análisis de la demanda o clientes potenciales

Clientes potenciales en Bolivia:

Santa Cruz: principal mercado por alta producción y consumo de alimentos (76% del volumen total de alimentos del país).

La Paz y Cochabamba: consumo importante en ferias y mercados artesanales, además de ventas por redes sociales.

Segmentación de clientes:

Familias jóvenes (25-45 años) que compran postres para eventos.

Estudiantes universitarios que buscan productos rápidos y accesibles.

Oficinas y pequeños negocios que adquieren postres para clientes o empleados.

Hábitos de consumo del target:

Prefieren productos frescos, naturales y de preparación artesanal.

Uso frecuente de redes sociales para descubrir productos.

Compras en ferias, mercados locales o pedidos a domicilio.

Estimación de ventas:

Considerando la producción inicial limitada y ferias locales, se proyecta vender 50–100 unidades semanales de cada producto durante el primer trimestre.

1.1.1. Competidores

Competencia artesanal en Santa Cruz:

Reposterías locales registradas (ej. Repostería Artesanal, Santa Cruz).

Productos: pasteles, gelatinas, queques.

Precios: aproximados de 10–30 Bs por postre individual.

Canales: ventas por redes sociales, ferias, pedidos a domicilio.

Ventaja de DULCES PANQUEQUES : especialización de la harina , variedad de productos y presentación diferenciada.

1.2. Macroentorno

Político: Bolivia con estabilidad relativa en Santa Cruz; incentivos a pequeñas empresas.

Económico: Crecimiento del mercado de alimentos (~US\$12,6 mil millones), expansión de PYMEs.

Social: Consumidores jóvenes demandan alimentos artesanales y saludables.

Tecnológico: Redes sociales y apps permiten promoción y venta directa.

Legal: Inscripción en Fundempresa y cumplimiento de normas de higiene.

Demográfico y cultural: Santa Cruz con población urbana creciente, interés en ferias y gastronomía.

Oportunidades: mercado en crecimiento, alta demanda de productos frescos y artesanales.

Amenazas: competencia artesanal establecida, sensibilidad a precios y costos de insumos.

1.2.1. Producto/mercado

Productos de HARINA: panqueques, donas, queque, galletitas.

Mercado: consumidores locales de postres artesanales.

Ingredientes: Harina, mantequilla, huevo, vainilla, leche , entre otros (ver presupuesto).

2. ANÁLISIS INTERNO

Fortalezas:

Producción casera con insumos de calidad.

Ventas vía redes sociales y ferias locales.

Especialización en harina , variedad de productos.

Debilidades:

Capacidad de producción limitada.

Sin distribución formal ni marca consolidada.

Cadena de valor (resumida): compras → preparación → empaquetado → venta directa/feria → entrega al cliente.

3. ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS DEBILIDADES

Producción artesanal y fresca Capacidad limitada

Variedad de productos de la harina Falta de distribución formal

Ventas por redes sociales y ferias Marca en desarrollo

OPORTUNIDADES AMENAZAS

Crecimiento de consumo de productos artesanales Competencia estable en Santa Cruz

Preferencia por alimentos naturales Sensibilidad al precio

Apoyo a PYMEs locales Costos de insumos variables

Misión: Ofrecer postres de buena calidad y deliciosos, que endulcen la vida de nuestros clientes.

Visión: Ser la marca líder en productos artesanales de Dulces Panqueques en Santa Cruz y expandirnos a otros departamentos.

4. PLAN OPERATIVO

Ubicación: Producción en domicilio equipado con horno y utensilios de repostería.

Procesos: preparación, horneado, refrigerado, empaquetado y entrega.

Capacidad de producción: 50–100 unidades semanales por producto.

Costos de producción: basados en los insumos listados.

Proveedores principales: Mercado Mutualista (harina), Sura (mantequilla), tiendas locales de insumos de repostería.

Normas de calidad: higiene, frescura, control de ingredientes.

Seguros: cobertura básica de responsabilidad civil y accidentes.

5. PLAN DE MARKETING

5.1 Mercado Objetivo

Jóvenes y familias urbanas de Santa Cruz, clientes de ferias y pedidos a domicilio.

5.2 Análisis del producto

Marca: DULCES PANQUEQUES

Etiqueta y empaque: Bolsitas de 100 unidades para galletas, moldes individuales ,queques.

Ciclo de vida: Introducción, crecimiento inicial mediante redes sociales y ferias.

5.3 Precio

Estrategia: fijación basada en costo + comparación con repostería local (10–30 Bs).

Ejemplo: Dulces Panqueques (costo unitario ~5bs, venta 10Bs).

5.4 Promoción

Canales: Instagram, Facebook, ferias locales.

Promociones: descuentos en pedidos grupales, combos de productos.

5.5 Plaza

Distribución directa: ferias, redes sociales y entrega a domicilio.

6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Personal inicial: 1 productor, 1 persona para ventas y entregas.

Manual de funciones: preparación, empaquetado, atención al cliente.

Capacitación en higiene y atención al cliente.

Incentivos: comisión por ventas mayores a 50 unidades.

7. PLAN FINANZAS

Inversión inicial:

Horno y utensilios: estimado 500 Bs.

Insumos iniciales: 175 Bs. (ver presupuesto).

Costos y márgenes:

Costos variables: ingredientes por unidad.

Precio de venta promedio: 10 Bs por producto.

Margen neto estimado: 40–50%.

Riesgos financieros: variación en precios de insumos, baja demanda temporal.

8. ESTUDIO JURÍDICO FISCAL

Forma jurídica: Microempresa unipersonal (FUNDempresa).

Número de socios: 1

Inscripción: FUNDEMPRESA, Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).

Obligaciones fiscales: IVA si aplica, declaraciones periódicas según ingresos.

Conclusión

DULCES PANQUEQUES es un emprendimiento artesanal con enfoque en productos de harina, con alta oportunidad de crecimiento en Santa Cruz mediante ferias y redes sociales. Su principal ventaja es la especialización y la calidad artesanal frente a la competencia general de repostería.

Bibliografía

1. Vision 360. “La inflación de alimentos a 12 meses permanece alta y se sitúa en 31,68%” (INE). Visión 360, 5 agosto 2025. [Visión 360](#)
2. Brújula Digital. “Alimentos suben más del 30% en un año: Bolivia rompe récords de inflación”. Brújula Noticias, 3 julio 2025. <http://www.brujuladigital.net>
3. Instantáneas TIC. “Inflación de alimentos en Bolivia alcanza el 22,54% en seis meses.” Instantáneas TIC, 3 julio 2025. [Instantáneas](#)
4. ABI. “Santa Cruz batió récord en producción de alimentos con 16,4 millones de toneladas en 2021” (dato usado para contexto). ABI, 21 septiembre 2022. [ABI+1](#)
5. AgroAvances. “Cumbre Agropecuaria GAR-21: Proyección de la Producción Agropecuaria 2015-2025”. AgroAvances, PDF 2025. [AgroAvances](#)
6. MediaMonitor / JMS. “Santa Cruz aporta el 31,5 % del PIB y produce el 77 % de los alimentos del país.” MediaMonitor-JMS, septiembre 2024 (dato relevante para contexto agroindustrial). [JMS](#)
7. EnfoqueNews. “Los precios de los alimentos aumentaron más del 30% en el primer semestre del año” (INE, inflación alimentos). EnfoqueNews, 3 julio 2025. [EnfoqueNews](#)

Anexos sugeridos basados en esos datos

- **Anexo 1:** Gráfico — Evolución de la inflación de alimentos en Bolivia (2024-2025), con datos del INE (31,48% anual, etc.).
- **Anexo 2:** Tabla con la proyección agropecuaria de Santa Cruz (datos de la “Cumbre Agropecuaria GAR-21”: toneladas proyectadas para 2025).
- **Anexo 3:** Estadísticas de producción de alimentos en Santa Cruz (16,4 millones de toneladas en 2021, según ABI / IBCE).
- **Anexo 4:** Contexto macro de Santa Cruz en el PIB y su aporte al agro (dato del 31,5% del PIB y producción de alimentos representando 77%, según MediaMonitor).