



INSTITUTO DE INVESTIGACION  
CIENTIFICA, CONTABLE Y FINANCIERA  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORIA  
SISTEMAS DE CONTROL Y GESTION Y FINANZAS  
Universidad Autónoma Gabriel Rene Moreno

# XVI FERIA FACULTATIVA

DE EMPREDEDURISMO INNOVACION  
Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA

GRUPO N°

**51**

## PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

### NOMBRE DEL TEMA:

“CHOCO BOOM”

### INTEGRANTES:

- |                              |           |
|------------------------------|-----------|
| ➤ Anelis Andrade Claros      | 223037257 |
| ➤ Natalia Galarza Vasquez    | 223080411 |
| ➤ Rosmerly Yufra Maturano    | 222058994 |
| ➤ Alfredo Junior Cano Villca | 223094579 |
| ➤ José Antonio Lima Bernal   | 223038555 |
| ➤ Jessica Estrada Montaña    | 223080306 |

### DOCENTE GUÍA:

LIC. FAUSTO MENDOZA IRIARTE

ORGANIZA:



APOYAN:



## **DEDICATORIA**

Nos complace presentarle este informe sobre nuestro emprendimiento de elaboración de productos gourmet de chocolate y fresa. Queremos dedicar este proyecto a todos nuestros clientes fieles por confiar en nuestra capacidad de poder satisfacerlos con el producto, hecho con amor y dedicación. Gracias por ser parte de nuestra familia y permitirnos servirles con lo mejor de nuestra entrega y dedicación. ¡Que disfruten cada bocado de esta delicia!

## **AGRADECIMIENTO**

Desde el equipo de CHOCO BOOM queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento por su continua preferencia y apoyo. Somos conscientes de que, sin su confianza y lealtad, no seríamos lo que somos hoy.

Nos sentimos muy afortunados de contar con clientes tan maravillosos como ustedes, que disfrutan de nuestro delicioso chocolate con fresa y nos motivan a seguir mejorando en cada aspecto de nuestro negocio. Su retroalimentación y comentarios nos ayudan a crecer y a ofrecer un producto de calidad que cumpla con sus expectativas.

Gracias una vez más por confiar en nosotros y por ser parte de la familia de CHOCO BOOM. Esperamos seguir contando con su preferencia y poder seguir compartiendo nuestro amor por el chocolate con fresa con ustedes.

Con todo nuestro cariño y gratitud

El equipo de **CHOCO BOOM**.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

### **Problema**

La comercialización del chocolate con fresa, enfrenta varios desafíos. A pesar de que el producto presente antioxidantes, vitaminas c que nos proporciona la fresa y minerales, además de los beneficios del cacao, que puede ayudar al corazón y al estado de ánimo.

Tiene como significado cultural que el chocolate ha sido considerado un alimento especial desde tiempos antiguos, especialmente en culturas como la mesoamericana. Puede también que exista problemas a la hora de la distribución por motivo que tiene que mantenerse en un lugar fresco y estable.

La competencia con otros productos gourmet más comerciales y de fácil acceso también representa un obstáculo, ya que esos productos suelen ser más conocidos y tienen una presencia más fuerte en los puntos de venta.

### **Justificación**

El chocolate con fresa desde el punto de vista nutricional, el chocolate con fresa combina antioxidantes, vitaminas y minerales ofreciendo un dulce que no solo es delicioso, sino que también aporta beneficios para la salud. En cuanto oportunidades de trabajo, este emprendimiento puede generar empleos locales, desde la producción hasta la distribución, fomentando el desarrollo económico en la comunidad. Desde el punto de vista económico, la combinación de ingredientes innovadores puede atraer a un mercado dispuesto a pagar un poco más por productos gourmet, lo que impulsa la rentabilidad del emprendimiento.

En cuanto a la producción y popularización, se puede aprovechar la tendencia de consumir productos más naturales y únicos, lo que facilita su entrega en el mercado. Y por supuesto al centrarse en los gustos y preferencias de los consumidores, se crea una conexión especial que fomenta la lealtad y el crecimiento del negocio.

## **Objetivos**

**1. Objetivo General:** Centrarse en crear y ofrecer un producto innovador y delicioso, con un enfoque en la calidad, la nutrición y la satisfacción del consumidor. También podría incluir promover un impacto positivo en la economía local y satisfaciendo las preferencias del consumidor.

### **2. Objetivos Específicos:**

- Desarrollar una línea de productos que combine chocolate con fresa de manera innovadora y artesanal.
- Orientar al consumidor sobre el producto y sus beneficios, generando así una mayor demanda

## **Metodología**

### **1. Investigación de Mercado:**

- Realizar encuestas y estudios de mercado para entender las preferencias y comportamientos de los consumidores.

### **2. Optimización de Producción:**

- Colaborar con expertos en tecnología de alimentos para mejorar el proceso de producción, garantizando la calidad y la seguridad del producto.

- Implementar prácticas de producción sostenible y eficiente que reduzcan costos y aumenten la vida útil del producto.

### **3. Desarrollo de Marca:**

- Crear una identidad de marca fuerte que resalte la autenticidad, los beneficios y el valor cultural del producto gourmet de chocolate con fresa.

- Diseñar un empaque que proteja el producto y atraiga a los consumidores.

### **4. Estrategias de publicidad:**

- **Publicidad en redes:** Utilizar redes sociales para mostrar nuestro producto y atraer a consumidores potenciales.

Crear contenido visual atractivo, como fotos y videos de alta calidad que muestren el proceso de elaboración.

- **Eventos y Ferias:** Participar en ferias de alimentos y eventos culturales para dar a conocer el producto y permitir que los consumidores lo prueben.

### **5. Establecimiento de Canales de Distribución:**

- Colaborar con snacks, mercados, restaurantes o tiendas de barrio, punto de venta en eventos, escuela, universidad para asegurar que el producto esté disponible para todo consumidor.

-Distribuir nuestro producto que garantice la frescura del producto y minimice los costos de transporte utilizando aplicaciones de envíos: yango, pedidos ya o indrive.

## **Resultados Esperados**

**1. Aumento en Ventas:** Se espera un incremento significativo en las ventas del producto gourmet de chocolate con fresa, en mercados locales debido a una mayor visibilidad y accesibilidad del producto.

**2. Reconocimiento de Marca:** Mayor reconocimiento y aceptación de nuestra marca de chocolate con fresa en las tiendas, snacks, como un producto bien elaborado y accesible.

**3. Mejor Calidad del Producto:** Mejoras en el proceso de producción resultarán en un producto de mayor calidad con una vida útil prolongada, lo cual facilitará su distribución y venta.

**4. Beneficios Económicos para Productores:** Mejora en las condiciones económicas de los productores locales, con mayores ingresos y oportunidades de crecimiento, lo cual contribuirá al desarrollo sostenible de las comunidades.

**5. Conservación Cultural:** A través de la promoción y venta del producto, se espera una mayor apreciación y preservación de las tradiciones culturales, enfocándonos utilizando envases herméticos y almacenamiento en un lugar fresco y seco para prolongar la vida útil del chocolate, también conservar y adecuar el lugar de venta a un ambiente que sea acorde a la ciudad o lugar donde se encuentra situada.

# ÍNDICE

|                                                |  |
|------------------------------------------------|--|
| INTRODUCCIÓN .....                             |  |
| MISIÓN: .....                                  |  |
| VISIÓN: .....                                  |  |
| PROPÓSITO: .....                               |  |
| VENTAJA COMPETITIVA: .....                     |  |
| CAPITULO 1: ANÁLISIS EXTERNO.....              |  |
| ◦ MICROENTORNO .....                           |  |
| • MACROENTORNO:.....                           |  |
| • PRODUCTO/ MERCADO: .....                     |  |
| CAPÍTULO 2: ANÁLISIS INTERNO.....              |  |
| ANALISIS FODA: .....                           |  |
| CAPITULO 3: PLAN OPERATIVO O PRODUCCIÓN: ..... |  |
| CAPITULO 4: PLAN DE PUBLICIDAD: .....          |  |
| CAPITULO 5: RECURSOS HUMANOS.....              |  |
| CAPITULO 6: PLAN DE FINANZAS .....             |  |
| CAPITULO 7: ESTUDIO JURÍDICO FISCAL .....      |  |
| Organismos públicos a inscribirse: .....       |  |
| OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.....                  |  |
| CONCLUSIONES: .....                            |  |
| RECOMENDACIONES: .....                         |  |
| BIBLIOGRAFÍA.....                              |  |

## INTRODUCCIÓN

En este emprendimiento, presentamos la elaboración y comercialización de Frutillas bañadas en chocolate semi-amargo, con leche y blanco, con el objetivo de llegar a un público más amplio y poder ofrecer una alternativa de postre elegante, delicioso y personalizable a los consumidores.

La frutilla (fresa) es rica en vitamina C, una excelente fuente de antioxidantes y fibra dietética. Contiene vitaminas del grupo B, como la B6, y minerales como el manganeso y el potasio, que ayudan al buen funcionamiento del organismo. Su consumo contribuye a la salud cardiovascular y refuerza el sistema inmunológico.

El chocolate negro (semi-amargo) tiene un alto contenido en antioxidantes (flavanoles), que pueden mejorar el flujo sanguíneo, proteger la piel y tienen un efecto positivo en el estado de ánimo. El consumo moderado de chocolate con alto porcentaje de cacao cuida el corazón y mejora la función cerebral.

Ambos ingredientes son representantes de una joya de la repostería fina que va más allá de su exquisito sabor, despertando la admiración en muchos por sus beneficios nutricionales combinados y la manera versátil de consumirlos, ya sea como un detalle, postre o una golosina indulgente.

A lo largo de esta propuesta emprendedora esperamos que nuestras Frutillas bañadas en chocolate se consuman en muchas celebraciones y momentos especiales, ya que la preparación dura poco tiempo y puede ser consumido como un regalo, postre o una indulgencia de media tarde.

Este postre es muy popular en celebraciones y como regalo especial a nivel mundial, aunque su preparación artesanal y cuidadosa selección de ingredientes es lo que lo diferencia. Es un símbolo de delicadeza y celebración. Las frutillas son cuidadosamente seleccionadas, lavadas y secadas antes de sumergirse en chocolate fundido y luego decorarse con *toppings* adicionales, creando una experiencia *gourmet*.

El platillo es muy popular en eventos como bodas, cumpleaños y fechas especiales como San Valentín o el Día de la Madre, donde se comercializan en tiendas de repostería *gourmet*, pastelerías finas y mediante pedidos personalizados en línea. También se desarrollan mercados y ferias de emprendedores donde se presentan variedades con decoraciones creativas e innovadoras.

En Santa Cruz, la mayor parte de la producción de frutilla se concentra en el municipio de Comarapa, conocido como la "Capital Nacional del Cultivo de la Frutilla", lo que asegura el acceso a un fruto fresco y de alta calidad para nuestros productos.

### **MISIÓN:**

Brindar experiencias deliciosas y memorables a través de productos artesanales que combinen calidad innovación y un sabor excepcional, enriqueciendo la experiencia de nuestros clientes al poder entregarles el producto de chocolate y fresa.

### **VISIÓN:**

Llegar a ser reconocidas por referentes en la innovación y calidad de productos de chocolate con fresa expandiéndose a nuevos mercados o habilitando nuevas sucursales.

**PROPÓSITO:**

Lograr establecernos como una empresa de producción de producto gourmet de chocolate con fresa en el departamento, con capacitación y mejoras en la atención con innovación en el ambiente y servicio. Con la búsqueda de satisfacción de nuestros clientes con calidad y prestigio.

**VENTAJA COMPETITIVA:**

Elaboramos nuestros productos con la fruta fresca (fresa)

Precio accesible al cualquier tipo de bolsillo

Promociones o combos

Buena ubicación, con ambiente en exteriores e interiores

Somos emprendedoras con ganas de hacer conocer nuestras tradiciones

Buena atención al cliente.

## CAPITULO 1: ANÁLISIS EXTERNO

### ◦ MICROENTORNO

Análisis de la demanda o clientes potenciales:

Nuestros clientes serán del departamento de Santa Cruz, ya que nuestro emprendimiento se establece en este lugar, seleccionamos a nuestros consumidores de la siguiente manera:

| Segmento                     | Perfil del segmento                                                                                                                                                                                |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Consumidor final             | Personas con poder adquisitivo, entre los 18 años en adelante, como profesionales, estudiantes, trabajadores de oficina, vecinos de la zona que se encuentren por la facultad de ciencia contables |
| Eventos y fiestas infantiles | Fechas festivas, reuniones familiares o ejecutivas                                                                                                                                                 |

#### **Competencia:**

#### **Competidores Directos:**

**K´ Fresa:** Es un negocio de postres especializado en productos a base de frutillas (fresas). Su especialidad y su producto principal son las conocidas “Fresas con Crema” y también sus postres derivados. Conocida por la calidad de su producto se enfoca en ser una opción dulce y refrescante utilizando fruta fresca y de alta calidad.

**El Chico Fresa:** Otro negocio de Postres especializados en las “Fresas con Crema”. Este negocio es conocido por ofrecer un producto de calidad y tener un precio competitivo con respecto a los demás negocios, sumado a un marketing bien ejecutado por parte del dueño.

### Competidores Indirectos:

**Tortas Dolly:** Es una pastelería y repostería más reconocida y tradicional en la ciudad. Se consolidó como un referente local en la elaboración de Tortas y Postres para toda ocasión. Tiene un amplio catálogo en el cual se incluyen productos que combinan chocolate y frutillas.

**Manjar De Oro:** Es una de las marcas de confitería y chocolatería más tradicionales y prestigiosas de Bolivia, es una marca reconocida por la calidad de sus productos de alta calidad en chocolates finos y bombones. Tiene un formato de tiendas elegantes que en algunos casos funcionan como cafeterías y con una múltiple presencia en la ciudad de Santa Cruz.

### Análisis de la competencia

| Criterio para evaluar | K´ Fresa                                            | El Chico Fresa              | Chocoboom                                     |
|-----------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------|
| Precio                | 40 bs                                               | 30bs                        | 30bs                                          |
| Atención al cliente   | 8/10                                                | 9/10                        | 10/10                                         |
| Calidad de insumos    | 9/10                                                | 9/10                        | 10/10                                         |
| Variedad de productos | Postre de “Fresas con crema” y productos derivados. | Postres de Fresa con crema. | Postres de frutilla con chocolate y derivados |
| Promociones           | Ninguna                                             | Ninguna                     | Jueves de 2x1                                 |
| Redes sociales        | Si                                                  | Si                          | Si                                            |
| Ubicación de venta    | 3er Anillo externo entre Av. Alemana y Av. Beni.    | Av. San Martin.             | Módulos de la facultad de contaduría publica  |

Analizar a estos competidores nos permite identificar oportunidades de negocio, como la diferenciación de nuestro producto a través de la calidad, sabor o la ampliación de nuestra

estrategia de distribución. También nos permite entender las diferentes estrategias de mercado que se están utilizando y adaptarlas a nuestras necesidades.

### **MACROENTORNO:**

Las frutillas bañadas en chocolate son un postre considerado elegante y gourmet, con una demanda estable y creciente en el mercado local para celebraciones, regalos y consumo personal. Además, existe una gran tendencia hacia los alimentos indulgentes, de alta calidad y personalizables, lo que podría favorecer la aceptación y popularidad de este postre entre consumidores que buscan una experiencia dulce premium y de impacto visual.

Sin embargo, en Bolivia hay altas y bajas en los precios de mercado sobre la canasta familiar debido a la escasez de diésel, falta de dólares y a la deuda pública que, en el año 2022, fue de 33.642 millones de euros (35.455 millones de dólares), con una deuda del 80,01% del PIB. Su deuda per cápita es de 2.785 € euros por habitante (2.935 \$ dólares por habitante). Esto afecta indirectamente los costos logísticos para el traslado de materia prima (como el chocolate importado) y el poder adquisitivo del consumidor.

El Área de Estudios Económicos del BCP explicó que los precios de alimentos seguirán aumentando, aunque a un menor ritmo, como resultado del incremento de las cotizaciones internacionales de alimentos importados registrado en los últimos meses, así como por el riesgo de menor oferta agrícola nacional de algunos productos por problemas climatológicos, como sequías en las zonas norte y centro del país. Esto subraya el riesgo en la estabilidad del precio de la frutilla local (Comarapa) y el chocolate importado, dos de nuestros principales insumos.

**Competencias o Amenazas:** En el sector de la repostería y dulces de Bolivia, existen otras opciones tradicionales y modernas como pasteles, cupcakes, bombones artesanales y

helados. Por esta razón, es importante el análisis detallado de la competencia para diferenciarnos en el mercado, haciendo énfasis en la frescura de la frutilla, la calidad del chocolate y la creatividad de las decoraciones y empaques premium.

**Oportunidades:** Expandir la oferta del postre, como la implementación de variedades con diferentes toppings (nueces, coco, sprinkles de oro), chocolates de origen boliviano (como el de Alto Beni o Beni) y cajas de regalo temáticas para fechas especiales, para así poder contribuir al crecimiento de nuestro emprendimiento.

## **PRODUCTO / MERCADO**

Las frutillas frescas son la base de nuestro producto. Se diferencian por su color, dulzor y firmeza. Las frutillas son consideradas un alimento completo porque además de aportar fibra, vitaminas A, C y B-6, y de los minerales magnesio y potasio. También destaca por su alto contenido en ácido fólico y antioxidantes. Su cosechada se realiza principalmente en los departamentos de Santa Cruz (especialmente Comarapa), Cochabamba y La Paz.

La elaboración de frutillas bañadas en chocolate se fundamenta en la técnica chocolatera artesanal, requiriendo precisión en el temperado del chocolate para garantizar un acabado brillante y un snap perfecto, permitiéndonos ofrecer un producto de alta calidad y atractivo visual.

### **Equipos y herramientas:**

**Ollas:** para derretir el chocolate a baño maría

**Plato hondo:** para poner el chocolate derretido caliente

**Cuchillos:** se utilizará para cortar la fresa

**Bandejas o moldes:** para colocar el producto terminado a reposar

**Cocina:** para llevar a cabo el proceso de cocción

**Recipientes de almacenamiento:** para conservar los ingredientes y el chocolate con fresa terminado

**Vasos y fuentes:** para colocar el producto terminado y que tenga una buena presentacion

### **Ingredientes**

#### **FRUTILLAS BAÑADAS EN CHOCOLATE**

| <b>Materia prima</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Precio</b> |
|----------------------|-----------------|---------------|
| Frutilla             | 1 kilo          | 42 bs         |
| Chocolate            | 1 kilo          | 85 bs         |
| <b>TOTALES</b>       |                 | 127 bs        |

**Preparación:** Lavar las frutillas, quitarles las hojas y separarlas en un plato.

Poner a hervir agua en una olla y poner otra olla más pequeña dentro, picar el chocolate y ponerlo en la segunda olla, revolviendo para evitar que se queme, apagar el fuego para evitar exceso de vapor, lo que cambia el sabor del chocolate.

Una vez derretido el chocolate pasarlo a un plato y empezar a bañar las frutillas, decorar de distintas formas, una vez decorados pasamos a los recipientes donde se los venderá, vasos para precios más accesibles a los clientes y platos que tienen un valor más alto.

## INSUMOS COMPLEMENTARIOS

| Nombre         | Cantidad    | Precio |
|----------------|-------------|--------|
| Gas            | 1 unidad    | 30 bs  |
| Vasos          | 50 unidades | 20 bs  |
| Platillos      | 30 unidades | 20 bs  |
| Palillos       | 30 unidades | 5 bs   |
| Manga          | 2 unidades  | 40 bs  |
| Cajas          | 50 unidades | 100 bs |
| <b>TOTALES</b> |             | 215 bs |

## CAPÍTULO: ANÁLISIS INTERNO

### Análisis FODA:

#### Fortalezas:

Producto Premium y de Impacto Visual: Apariencia elegante ideal para regalos y eventos

Elaboración Artesanal y Control de Calidad: Énfasis en el temperado perfecto del chocolate y la selección de la frutilla

Materia Prima Local y Fresca: Acceso a frutillas de alta calidad provenientes de Comarapa

Personalización y Variedad de Toppings: Potencial para ofrecer múltiples combinaciones de chocolate (semi-amargo, leche, blanco) y decoraciones

#### Oportunidades:

Aumento de la Demanda de Regalos Gourmet: Crecimiento del mercado para detalles comestibles de lujo y personalizados

Tendencia en Redes Sociales: Alta visibilidad del producto en plataformas digitales facilitando la promoción orgánica

Alianzas estratégicas: Colaboración con florerías, organizadores de eventos (bodas, baby shower) tiendas de regalos finos

Participación en Ferias Gourmet: Eventos de repostería para promocionar la marca a un público objetivo de alto poder adquisitivo

### **Debilidades:**

Perecebilidad del Producto: Vida útil corta de la frutilla fresca, lo que requiere una gestión estricta de inventarios y producción diaria

Alto Costo de Materia Prima: Dependencia de chocolate de alta calidad y frutillas frescas lo que incrementa el costo de producción

Requerimiento de Cadena de Frío: Necesidad de refrigeración constante para mantener la frescura y la textura del chocolate

Limitación en la Capacidad de Producción Artesanal: El proceso de bañado y decoración puede ser lento si no se cuenta con el equipo y personal suficiente.

### **Amenazas:**

Competencia en Repostería Fina: Marcas establecidas que ofrecen bombones, pasteles personalizados y otros postres de lujo

Fluctuaciones de Precios en el Mercado Agrícola: Variaciones en el precio de la frutilla fresca, especialmente fuera de la temporada alta de cosecha

Factores Climáticos: Sequías o lluvias excesivas que podrían afectar la calidad y el suministro de frutillas de Comarapa.

Riesgo Económico: La inestabilidad económica podría disminuir el poder adquisitivo del segmento premium, afectando la venta de artículos de lujo.

En base a este análisis **FODA**, nuestro negocio de “**Choco Boom**” podríamos desarrollar estrategias para potenciar nuestras fortalezas, aprovechar las oportunidades, abordar las debilidades y mitigar las amenazas. Podríamos enfocarnos en invertir en equipos de refrigeración y transporte, diversificar la línea de productos con bouquets de frutillas, fortalecer la presencia digital con contenido visual atractivo y establecer contratos a largo plazo con productores de Comarapa para asegurar precios y calidad de la materia prima.

### **CAPITULO 3: PLAN OPERATIVO O PRODUCCIÓN:**

**Ubicación de planta de producción:** en la zona universitaria (UAGRM) de santa cruz de la sierra, Bolivia.

#### **Principales Procesos de Producción:**

Los procesos de elaboración de nuestras frutillas bañadas en chocolate serán de la siguiente manera:

**Recepción de Materia Prima:** Compra de frutillas frescas de Comarapa y recepción de chocolate premium (barras o callets).

**Limpieza y Selección de Frutillas:** Lavado cuidadoso y selección de las mejores frutillas por tamaño y firmeza.

**Secado:** Secado completo de las frutillas para garantizar la adherencia y brillo del chocolate.

**Temperado del Chocolate:** Proceso crucial para fundir y enfriar el chocolate a temperaturas específicas, asegurando su brillo, snap (crujido) y estabilidad.

**Bañado y Decoración:** Inmersión individual de cada frutilla en el chocolate temperado y aplicación inmediata de toppings o diseños.

**Enfriamiento Rápido:** Colocación del producto en bandejas refrigeradas para fijar el chocolate rápidamente.

**Empaque Gourmet:** Empaque cuidadoso en cajas personalizadas, diseñadas para preservar la calidad y la estética del producto.

**Almacenamiento y Conservación:** Almacenar el producto en refrigeración controlada (cadena de frío) para alargar su vida útil y mantener la textura del chocolate.

**• Distribución Interna:**

El Layout de la planta de producción de "Choco Boom" estará diseñado en forma de línea recta para maximizar la eficiencia y mantener la cadena de frío:

Área de Recepción y Control de Calidad de Frutillas

Área de Limpieza y Secado

Área de Temperado de Chocolate y Bañado

Área de Decoración y Enfriamiento Rápido

Área de Empaque Gourmet y Etiquetado

Área de Almacenamiento Final (Cámara Frigorífica) y Despacho.

- **Estrategia Óptima de Producción:**

Nuestra estrategia de producción será justo a tiempo (JIT) con enfoque en la frescura, para minimizar la perecibilidad del producto y los costos de almacenamiento. Esto implica producir las frutillas bañadas según la demanda diaria y los pedidos programados (especialmente para eventos), evitando grandes acumulaciones de stock de producto terminado.

- **Capacidad y Programa de Producción:**

La capacidad de producción inicial programada será de 500 unidades (frutillas bañadas) por día. Esta cantidad se determinó mediante un estudio de tiempo y movimientos, evaluando la capacidad del personal disponible para el temperado y bañado artesanal, trabajando de lunes a sábado, 8 horas por día.

- **Costos Unitarios y Totales de Producción:**

**Costos Unitarios:** Incluyen materia prima directa (frutilla fresca de Comarapa, chocolate premium, toppings), mano de obra directa (personal de bañado), energía y empaques gourmet.

**Costos Totales:** Se calculan sumando los costos fijos (alquiler de planta, depreciación de equipos de refrigeración) y los costos variables.

- **Principales Proveedores:**

Nuestros principales proveedores serán agricultores locales de la región de Santa Cruz (Comarapa) para las frutillas, y distribuidores especializados para el chocolate de alta calidad y los empaques de diseño.

**Estabilidad del Proveedor:** Analizaremos la trayectoria de nuestros proveedores de frutillas y chocolate, su reputación y experiencia. Esto nos garantizará que el proveedor sea confiable y pueda cumplir con los requerimientos de abastecimiento de manera consistente, minimizando la volatilidad de la oferta.

**Capacidad de Producción y Suministro:** Tendremos conocimiento de la capacidad de producción de los agricultores de Comarapa y el stock de nuestros distribuidores de chocolate. El proveedor debe contar con la capacidad necesaria para satisfacer la demanda de insumos premium de manera oportuna y eficiente.

**Condiciones Comerciales:** Analizaremos las condiciones comerciales (precios, términos de pago y plazos de entrega), buscando negociar condiciones favorables que permitan mantener la calidad sin elevar excesivamente los costos, favoreciendo una relación a largo plazo.

**• Norma de Calidad del Producto:**

El producto de "Choco Boom" debe cumplir rigurosamente con las normas de seguridad alimentaria y manipulación de alimentos establecidas por SENASAG. Controlaremos la calidad de la frutilla, el temperado correcto del chocolate y la homogeneidad del producto final para garantizar un postre gourmet y seguro.

**• Programas de Mantenimiento de Planta:**

**Mantenimiento Preventivo:** Se realizarán revisiones frecuentes de todos los equipos críticos, especialmente las neveras, cámaras frigoríficas y equipos de temperado, para asegurar la cadena de frío y la precisión del proceso.

**Mantenimiento Correctivo:** En caso de fallas, se realizarán reparaciones inmediatas (especialmente en equipos de frío) para minimizar el tiempo de inactividad y evitar la pérdida de materia prima perecedera.

• **Tipo de Seguros Requeridos:**

**Seguros de Propiedad y Contenido:** Para cubrir daños en la infraestructura, equipos de refrigeración y utensilios esenciales.

**Seguro de Responsabilidad Civil por Producto:** Fundamental para cubrir posibles reclamaciones relacionadas con la calidad o salubridad del producto comestible.

**Caja de Salud:** Seguro para el cuidado de la salud de los trabajadores.

#### **CAPITULO 4: PLAN DE PUBLICIDAD:**

##### **¿Cómo promocionar el producto o servicio al cliente?**

Trabajaremos con micro-influencers y figuras conocidas del ámbito gourmet, de eventos o de estilos de vida en Santa Cruz de la Sierra. Esto nos aportará principalmente a llegar a audiencias de poder adquisitivo medio-alto, generar más ventas, así como a aumentar el conocimiento de la marca como un producto de lujo accesible y estimular el deseo por los postres personalizados.

Crearemos contenido atractivo en Instagram, Facebook y TikTok con imágenes y videos de alta calidad que muestren el proceso de bañado y la elegancia del producto. Realizaremos sorteos y concursos de "La caja de regalo perfecta" para impulsar la interacción y el engagement.

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

Utilizaremos una mezcla comunicacional enfocada en el impacto visual y la experiencia del cliente:

**Publicidad (Digital):** Divulgaremos nuestro producto a través de anuncios segmentados en Instagram y Facebook, enfocados en usuarios interesados en repostería fina, regalos, bodas y eventos. El objetivo es incentivar la compra por impulso y reforzar nuestra imagen de marca premium.

**Promoción en Ventas:** Promoveremos su compra al hacer promociones de lanzamiento (ej. "Compra una docena y lleva media docena de mini-fresas de cortesía") o descuentos por volumen para pedidos grandes de eventos y corporativos.

**Relaciones Públicas (PR):** Atracteremos a distintos públicos de diferentes edades, especialmente a aquellos que buscan detalles de alto valor percibido. Envío de muestras a medios de comunicación o bloggers de gastronomía local para generar reseñas positivas.

**Marketing Directo:** Ofreceremos precios competitivos dentro del segmento gourmet. Utilizaremos el celular y plataformas como WhatsApp Business para la toma de pedidos personalizados, comunicación directa sobre nuevos toppings y el envío de catálogos exclusivos.

**Venta Personal:** Mantener una excelente relación cliente-vendedor es crucial. Nos enfocaremos en una atención personalizada al momento de la entrega o en eventos, ya que la fidelidad del cliente en el segmento premium depende de una experiencia de compra impecable.

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

El mensaje principal será: "**Choco Boom: El Detalle Perfecto para Endulzar tus Momentos Especiales en Santa Cruz. Frescura de Comarapa con el Arte del Chocolate Gourmet.**" Comunicaremos valor, frescura local y exclusividad.

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

Principalmente a través de Instagram y WhatsApp Business, utilizando el celular como centro de operaciones para mostrar nuestro catálogo, recibir pedidos personalizados y gestionar entregas. Daremos un número específico para que puedan hacer los pedidos rápidos y directos.

### **Presupuesto de Comunicación**

Como somos un emprendimiento en proceso, utilizaremos el celular y las redes sociales orgánicas como base inicial de publicidad, presupuestando el uso de datos o wifi. A corto plazo, destinaremos una pequeña inversión mensual a campañas de pago (Ads) en Instagram y Facebook para segmentar mejor al público de Santa Cruz con interés en postres gourmet.

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

La evaluación se realizará mediante métricas claras:

**Interacción en Redes Sociales:** Aumento en el número de seguidores y engagement (likes, comentarios, compartidos).

**Conversión:** La cantidad de clientes potenciales que, a través de las redes sociales, llegan a contactar por WhatsApp para realizar un pedido.

**Ventas Atribuidas:** Monitorear el incremento en las ventas directas y el crecimiento de pedidos para eventos especiales.

## **CAPITULO 5: RECURSOS HUMANOS**

Personal Clave en el Área de Operaciones para Iniciar el Negocio

### **Personal de Dirección:**

**Director General:** Responsable de la gestión global de "**Choco Boom**", la toma de decisiones estratégicas y la supervisión de todas las áreas (producción, ventas, finanzas).

**Gerente de Producción Gourmet:** Encargado de planificar, coordinar y controlar el proceso de temperado, bañado y empaque de las frutillas.

**Gerente de Finanzas:** Responsable de la gestión financiera, presupuestos, análisis de costos de materia prima (frutillas y chocolate) y rentabilidad.

**Gerente de Marketing y Ventas (E-commerce):** Encargado de diseñar e implementar estrategias de marketing digital y ventas en línea para posicionar la marca en el mercado de regalos de Santa Cruz.

### **Personal de Ejecución:**

**Supervisor de Control de Calidad:** Monitorea y supervisa el proceso de producción, asegurando la frescura de la frutilla y la calidad del temperado del chocolate.

**Analista de Stock y Logística:** Encargado de gestionar el inventario de insumos perecederos y coordinar la logística de entrega con cadena de frío.

### **Personal de Operación:**

Especialistas en Bañado y Decoración: Encargados de la elaboración artesanal de las frutillas bañadas, siguiendo los procedimientos de temperado y decoración.

**Técnico de Mantenimiento (Frío):** Responsable del mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos de refrigeración y temperado.

### **Otros:**

Personal de Limpieza y Sanitización: Asegura que las áreas de producción y manipulación de alimentos se mantengan higienizadas y ordenadas.

Personal de Reparto: Encargado de la entrega segura y puntual de los pedidos a los clientes finales.

### **Organigrama**

Organigrama de "Choco Boom" Este es de tipo funcional y jerárquico:



## **Manual de Funciones del Personal Clave**

### **Director General:**

Funciones: Definir y dirigir la estrategia general del negocio, gestionar relaciones clave con proveedores (frutillas de Comarapa) e inversores, y monitorear el desempeño financiero general.

### **Gerente de Producción Gourmet:**

Funciones: Coordinar el flujo de producción (desde la recepción de la frutilla hasta el empaque), implementar mejoras en las técnicas de temperado e higiene, y supervisar al personal de bañado y decoración.

### **Supervisor de Control de Calidad:**

Funciones: Supervisar y verificar cada proceso de producción (limpieza, secado, temperado), asegurar que el producto final cumpla con los estándares de gourmet y las normas de SENASAG.

## **Desarrollo y Gestión de Personal**

### **Plan de Carrera y Desarrollo**

Todo el personal que trabaje en "Choco Boom" tiene el derecho de:

Desarrollar sus conocimientos técnicos en chocolatería y manipulación de alimentos.

Implementar estrategias creativas para mejorar el producto o el proceso de ventas.

Crear promociones y sugerencias de surtidos de cajas (bouquets), debidamente revisados y aprobados por la gerencia.

Guiar con conocimiento de primera mano al gerente de Producción o Ventas para la toma de decisiones que beneficien al emprendimiento.

Capacitaciones continuas en nuevas técnicas de decoración, packaging y servicio al cliente premium.

Disciplina y cumplimiento de los rigurosos estándares de higiene y producción.

Motivar al personal con bonos por desempeño en producción o primas por cumplimiento de pedidos grandes.

### **Reclutamiento y Selección**

**Reclutamiento:** Desarrollar una estrategia que incluya la publicación de vacantes en redes sociales (Instagram, TikTok) buscando habilidades artísticas y manuales, además de experiencia en cocina. Participar en ferias de empleo para encontrar Especialistas en Bañado.

**Selección:** Implementar un proceso que incluya entrevistas estructuradas y pruebas técnicas prácticas (ej. prueba de temperado básico) para evaluar las habilidades específicas en chocolatería y agilidad manual.

### **Capacitación e Inducción**

**Capacitación:** Desarrollar programas enfocados en Capacitación Técnica (uso y calibración de equipos de temperado y refrigeración) y Desarrollo de Habilidades Blandas (atención al cliente gourmet y trabajo en equipo bajo presión).

**Inducción:** Incluir un Recorrido por las Instalaciones con énfasis en las Políticas de Higiene y Cadena de Frío como prioridad.

### **Motivación, Sueldos y Seguridad**

**Motivación al Personal (Incentivos y Comisiones):** Desarrollar un sistema de incentivos que incluya Bonos por Desempeño basados en la eficiencia (número de frutillas bañadas por hora) y el cumplimiento de pedidos sin defectos.

**Sueldos y Salarios:** Se definirán a partir del salario mínimo nacional, con un sobresueldo por el nivel de especialización y el cuidado del producto perecedero y gourmet.

### **Seguridad e Higiene Personal:**

Implementar un programa que cumpla estrictamente las normas de SENASAG.

**Equipos de Protección Personal (EPP):** Gorros, guantes, delantales o mandiles, y calzado antideslizante, especialmente en las áreas húmedas y refrigeradas.

**Medidas de Seguridad:** Detectores de humo, extintores y cámaras de seguridad para vigilar la manipulación correcta de los alimentos y el cumplimiento de los procesos de calidad.

### **Evaluación de Desempeño**

Desarrollar un sistema que incluya Revisiones Trimestrales del rendimiento y Feedback Continuo centrado en la calidad visual y la velocidad de producción de los Especialistas en Bañado y Decoración.

## CAPITULO 6: PLAN DE FINANZAS

### BALANCE DE APERTURA AL 03/JUNIO/2026 (EXPRESADO EN BOLIVIANOS)

|                          |                 |
|--------------------------|-----------------|
| <b>ACTIVOS</b>           | <b>6.000 Bs</b> |
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>  | <b>6.000 Bs</b> |
| <b>ACTIVO DISPONIBLE</b> | <b>6.000 Bs</b> |
| CAJA                     | 3.000 Bs        |
| BANCO                    | 3.000 Bs        |
| <b>PATRIMONIO</b>        | <b>6.000 Bs</b> |
| <b>CAPITAL SOCIAL</b>    | <b>6.000 Bs</b> |
| SOCIO ROSMERLY YUFRA     | 1.000 Bs        |
| SOCIO JUNIOR CANO        | 1.000 Bs        |
| SOCIO GALARZA NATALIA    | 1.000 Bs        |
| SOCIO JESSICA ESTRADA    | 1.000 Bs        |
| SOCIO JOSE ANTONIO LIMA  | 1.000 Bs        |
| SOCIO ANELIS ANDRADE     | 1.000 Bs        |

**FIRMA DE SOCIOS**

**CONSULTORA**

## CAPITULO 7: ESTUDIO JURÍDICO FISCAL

"Choco Boom" tomará la forma jurídica de Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) o Sociedad Anónima (S.A.) si el capital es significativo.

Se elegirá esta sociedad porque estará representada por las socias que contribuyen con trabajo y capital, limitando la responsabilidad personal de los miembros al capital aportado. Esto proporciona mayor seguridad legal y permite una estructura formal adecuada para un negocio con aspiración gourmet.

**Nombre y Valor de la Marca**

La sociedad toma el nombre de "Choco Boom".

Si bien el emprendimiento es moderno, su valor se basa en la calidad de los ingredientes cruceños (frutillas de Comarapa). Buscamos apelar al gusto del mercado de Santa Cruz por los productos de alta calidad, frescos y locales, que son presentados de forma innovadora y elegante, representando la sofisticación del gusto cruceño contemporáneo.

**Organismos Públicos a Inscribirse:**

Nuestra empresa deberá realizar y dirigirse a los siguientes organismos públicos para establecerse de manera legal en Santa Cruz de la Sierra:

**SEPREC:** Obtención y Mantenimiento de la Matrícula de Comercio.

**SIN (Servicio de Impuestos Nacionales):** Obtención del Número de Identificación Tributaria (NIT) bajo el régimen correspondiente (General).

**HONORABLE ALCALDÍA MUNICIPAL (GAMSC):** Obtención de la Licencia de Funcionamiento y del Afiche Ambiental (por manipulación de alimentos).

**GESTORA PÚBLICA:** Trámite de afiliación de Empresas y Trabajadores para realizar los aportes para la vejez.

**CAJA DE SALUD (CNS):** Afiliación de los empleados y trabajadores de la empresa para seguro médico.

**MINISTERIO DE TRABAJO:** Trámite de Registro Obligatorio de Empleadores (ROE).

**CAINCO (Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz):**

La afiliación nos permitirá acceder a servicios, capacitación empresarial y networking para impulsar el negocio.

### **Obligaciones Tributarias**

Inscripción en el SIN en el Régimen General.

Actualización periódica en el Padrón de Contribuyentes.

Declaración y pagos de impuestos (IVA, IT, IUE, etc.) en los plazos establecidos.

Llevar una contabilidad completa y cumplir con las normas de facturación electrónica.

Expedición de facturas por la venta de bienes o servicios.

Guardar toda la información financiera y contable durante al menos 8 años.

### **Conclusiones y Recomendaciones Finales**

#### **Conclusiones:**

En este proyecto de emprendimiento se ha desarrollado un análisis exhaustivo sobre la elaboración y venta de Frutillas Bañadas en Chocolate ("Choco Boom"), buscando la rentabilidad y el posicionamiento de esta propuesta gourmet en Santa Cruz de la Sierra.

El análisis de la cadena de frío, el riguroso proceso de temperado del chocolate y la selección de frutillas frescas de Comarapa nos permitió comprender la relevancia de la calidad y

la logística, lo que aporta un valor superior y autenticidad al producto, atrayendo a consumidores que buscan exclusividad y sabor premium.

El análisis de costos unitarios indica que, dado el uso de chocolate premium y empaques gourmet, el precio de venta por unidad o por caja debe reflejar esta calidad para garantizar la rentabilidad, estimando un costo significativamente mayor que un postre tradicional, acorde al segmento de mercado objetivo.

### **Recomendaciones:**

**Enfoque en la Calidad:** No comprometer la calidad de la materia prima. Mantener la frescura de la frutilla y usar únicamente chocolate de alta gama para justificar el precio premium.

**Innovar en el Packaging:** Buscar formas creativas y elegantes de empaque (cajas personalizadas, bouquets de frutillas) que refuercen la imagen de regalo o detalle de lujo.

**Gestión de Inventario (JIT):** Implementar estrictamente la estrategia de producción justo a tiempo para minimizar la pérdida de frutillas por perecibilidad.

**Marketing Visual:** Realizar promociones constantes en redes sociales con fotografías y videos profesionales que destaquen el atractivo visual de las frutillas, impulsando las ventas en fechas clave (San Valentín, Día de la Madre, etc.).

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **WIKIPEDIA**

[https://www.senasag.gob.bo/phocadownload/RESOLUCIONES\\_ADMINISTRATIVAS/INOCUIDAD\\_ALIMENTARIA/ResAdms2017/RA\\_072\\_2017.pdf](https://www.senasag.gob.bo/phocadownload/RESOLUCIONES_ADMINISTRATIVAS/INOCUIDAD_ALIMENTARIA/ResAdms2017/RA_072_2017.pdf)

[https://www.senasag.gob.bo/contacto/consul\\_inocuidad/2.%20Manual%20BPA%20PARA%20REGLAMENTO%20OPERADORES.pdf](https://www.senasag.gob.bo/contacto/consul_inocuidad/2.%20Manual%20BPA%20PARA%20REGLAMENTO%20OPERADORES.pdf)

<https://es.scribd.com/document/167065235/Origen-Normativa-y-Validez-de-las-Empresas-Unipersonales-en-Bolivia-Leonardo-Morales-Nogales>

<https://noticias.unitel.bo/opinion/la-empresa-unipersonal-de-responsabilidad-limitada-en-el-anteproyecto-del-nuevo-codigo-de-comercio-DH9966324>

<https://www.laregion.bo/comarapa-produce-mas-de-la-mitad-de-la-frutilla-de-bolivia/>

<https://diputados.gob.bo/wp-content/uploads/2023/05/PL-355-2022-2023.pdf>

<https://publiagro.com.bo/2025/09/comarapa-celebra-la-xviii-feria-nacional-de-la-frutilla-promoviendo-su-produccion/>

[https://acceso.prochile.cl/wp-content/uploads/2018/10/tendencias\\_gourmet\\_bolivia.pdf](https://acceso.prochile.cl/wp-content/uploads/2018/10/tendencias_gourmet_bolivia.pdf)

<https://valoresquemarcan.com/mercado-el-negocio-de-la-reposteria-es-estable-en-el-oriente-del-pais/>