

# **UNIDAD EDUCATIVA SANTA TERESITA 3 "FE Y ALEGRÍA"**



## **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO**

### **RICAS DELICIA: PARA CADA ANTOJITO EN ASCENSION DE GUARAYOS**

Para la obtención del Título de Técnico Medio  
Otorgado por el Ministerio del Estado Plurinacional de Bolivia

|                     |                                                     |
|---------------------|-----------------------------------------------------|
| <b>ESTUDIANTES:</b> | Helen Maziar Herbas<br>Sara Ariana Urape Oquendaqui |
| <b>DIRECTORA:</b>   | Lic. Gladys Esmeralda Tangara                       |
| <b>TUTOR:</b>       | Lic. Rodrigo Solis Carballo                         |
| <b>MAESTRA BTH:</b> | Lic. Georgina Flores Rengifo                        |
| <b>ÁREA:</b>        | Gastronomía                                         |

Ascensión de Guarayos, junio de 2024  
Santa Cruz - Bolivia

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos agradecer en primer lugar a Dios por darnos el privilegio de avanzar en este proceso importante en nuestras vidas.

A nuestros padres por el apoyo brindado durante todo el desarrollo y formación de nuestra vida, ya que sin ellos hubiese sido imposible poder cumplir nuestros sueños, agradecerles por los consejos y valores inculcados, por infundir en nosotras la perseverancia para alcanzar cada una de nuestras metas.

Agradecemos de manera especial a la maestra de BTH la Lic. Georgina flores por los conocimientos impartidos a lo largo de este proceso, a nuestro tutor guía el profesor Rodrigo Soliz gracias por guiarnos con paciencia en este proyecto.

## **DEDICATORIA**

Este proyecto está dedicado en primer lugar a Dios por darnos las fuerzas necesarias para seguir este proceso y lograr una de nuestras metas.

Además, queremos dedicarlo especialmente a nuestros padres, ya que ellos han sido quienes nos han inculcado los valores esenciales para nuestra vida, haciendo de nosotras personas de bien para nuestro futuro.

## **INDICE**

### **CONTENIDO**

### **PÁGINA**

- 1. INTRODUCCION**
- 2. PLANTAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO**
  - 2.1. Diagnóstico del contexto productivo**
    - 2.1.1. Diagnóstico de necesidad**
    - 2.1.2. Planteamiento del problema**
    - 2.1.3. Denominación del proyecto**
  - 2.2. Objetivos del emprendimiento productivo**
    - 2.2.1. Objetivos generales**
    - 2.2.2. Objetivos específicos**
    - 2.2.3. Misión**
    - 2.2.4. Visión**
  - 2.3. Justificación**
- 3. DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO**
  - 3.1. Localización del emprendimiento**
  - 3.2. Análisis del mercado**
    - 3.2.1. Oferta**
    - 3.2.2. Demanda**
    - 3.2.3. Público objetivo**
    - 3.2.4. Entorno y competencia**
    - 3.2.5. ventaja competitiva del emprendimiento**
  - 3.3. Estrategia de promoción y distribución**
  - 3.4. Estructura organizacional**
  - 3.5 Características del producto o servicio**
- 4. VIABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD**
  - 4.1. Calculo de inversión**
    - 4.1.1. Capital de inversión**
    - 4.1.2. Capital de operación**
  - 4.2. Costo de producción**
    - 4.2.1. Cálculo de costo variables**

#### **4.2.2. Calculo de costo fijo**

### **5.RESULTADOS**

#### **5.1. Beneficios e impacto**

### **6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **BIBLIOGRAFIA**

### **ANEXOS**

## RESUMEN

Ricas Delicias se centró en la creación y comercialización de un postre fresco y delicioso el cual tiene una presentación de menor tamaño, que combina la jugosidad de las fresas con la suavidad de la crema. Iniciado con la investigación de mercado, el emprendimiento buscó satisfacer la demanda de postres de menor tamaño y accesible, utilizando ingredientes de calidad. La cuidadosa selección de fresas frescas y la elaboración de una receta de crema equilibrada fueron fundamentales para garantizar un producto atractivo para los consumidores.

Durante el desarrollo del proyecto, se implementaron diversas estrategias de marketing para aumentar la visibilidad del producto, utilizando las redes sociales. A pesar de algunos desafíos, como la estacionalidad de las fresas y la gestión de la cadena de suministro, el emprendimiento logró establecer una base de clientes leales y recibir comentarios positivos sobre la calidad y el sabor del producto. Estos resultados validaron la propuesta de valor del proyecto y demostraron la viabilidad del negocio.

Este proyecto tiene como objetivo satisfacer la falta de postres de menor tamaño, proporcionando un producto que no solo es sabroso, sino también atractivo visualmente y elaborado con ingredientes frescos, buscando educar a los consumidores sobre la importancia de elegir opciones más saludables, creando un impacto positivo en la comunidad.

Los objetivos del proyecto incluyen establecer una sólida presencia en el mercado de postres, logrando un crecimiento del 15% en las ventas durante los primeros meses y aumentando la base de clientes mediante la fidelización y el excelente servicio al cliente. Las metas específicas abarcan la diversificación de la oferta con nuevas variantes de productos, ofreciendo una variedad de sabores combinando topping y opciones de postres personalizables al gusto, el proyecto busca generar empleo en la comunidad, contribuyendo así al desarrollo económico regional y consolidando la marca como una opción sostenible y reconocida en el sector alimentario.

En resumen, la importancia de este proyecto radica en su capacidad para transformar, no solo el paladar de la comunidad, sino también su necesidad, el proyecto no solo logró cumplir con su objetivo de ofrecer un postre delicioso y de menor tamaño, sino que también generó un impacto positivo en la comunidad. se vislumbran nuevas oportunidades para diversificar y expandir el negocio, lo que podría llevar a un crecimiento sostenible en el futuro.

## RESUMEN EN GUARAYU

Ko poravikisa yaposa va'e chi pare imovendesa postre aviyeimiete va'e, a'e taimikatu siru iyavei vireko mbae 'a serer va'e fresa chi pare crema. Yipindarte yaposa investigación, chi pare yaposa postre taimikatu va'eite sepia a'e ipotapri katu iyavei ndaei sepiite va'e. Sepiasa tupriite fresa aviyekatuva'e iyavei yaposa tupriite sepia egwë'eise virokuaitera yuvireko.

Yaposase ko poravikisa, seka sekasaite marieira imovendesa katu ayeve iporusa redes sociales. Oime ñoite mba'e naporäiva'e mbae 'a fresa ndipoiñoangai yande rekwa ve, inungar ñoite rumo serasosa tenonde koti ko poravikisa, orosendu avei ñe'esa ikatupri va'e ko orerembiapo upe. Ko resultado oime va'e omovalida ore poravikisa iyavei omoyekwa aviyeitese ko negocio gwä.

Ko poravikisa yaposa ndipoietese postre taimikatu va'e, kamonse ko orerembiapo aviyeimiete iyavei ikatuprai ete sepiaka, inungar avei yaposa ingrediente aviyeite va'e pipe, a'e memeve serokwasar imoarakwasa yiro'u va'ërä tembiu nomo ma'asii va'e yuvireko.

Ipotasa ko poravikisa imovendesaño va'egwäite, egwë'eise okwakwara'oso 15% yipindar yasi chi pare kute seta setaitera serokwasar yuvireko. Ipare katumi ipotasa yaposara ambue ambuemi va'e ko producto, isabor oyeaviratira imoyeseasase topping, ipotasa avei oimera mboraviki tekwave, egwë'eise tekwa oyemouvichara oso.

Aviyeite ko poravikisa, sepia oikatura omotransforma tembi'u tekwave, iyavei oime katura gwarepochi, kamonse ko proyecto oseyaita mbae aviyeite va'e ko yande rekwave. Nonaeise ko moraviki tenonde koti aviyeitera oso oyembo'uvichakatuitera ipare katu.

## **SUMMARY**

Ricas Delicias focused on the creation and marketing of a fresh and delicious dessert which has a smaller presentation, combining the juiciness of strawberries with the softness of cream. Started with market research, the venture sought to satisfy the demand for smaller and more accessible desserts, using quality ingredients. The careful selection of fresh strawberries and the preparation of a balanced cream recipe were essential to ensure an attractive product for consumers.

During the development of the project, various marketing strategies were implemented to increase the visibility of the product, using social networks. Despite some challenges, such as the seasonality of strawberries and supply chain management, the venture managed to establish a loyal customer base and receive positive feedback on the quality and taste of the product. These results validated the project's value proposition and demonstrated the viability of the business.

This project aims to satisfy the lack of smaller desserts, providing a product that is not only tasty, but also visually attractive and made with fresh ingredients, seeking to educate consumers about the importance of choosing healthier options, creating a positive impact in the community.

The project objectives include establishing a strong presence in the dessert market, achieving 15% growth in sales during the first few months and increasing the customer base through loyalty and excellent customer service. The specific goals include the diversification of the offer with new product variants, offering a variety of flavors combining topping and dessert options customizable to taste. The project seeks to generate employment in the community, thus contributing to economic development. regional and consolidating the brand as a sustainable and recognized option in the food sector.

In summary, the importance of this project lies in its ability to transform, not only the palate of the community, but also its needs. The project not only managed to meet its objective of offering a delicious and smaller dessert, but also generated a positive impact on the community. There are new opportunities to diversify and expand the business, which could lead to sustainable growth in the future.

## 1. INTRODUCCIÓN:

En el mundo actual, la industria de alimentos y bebidas los postres juegan un papel importante en la satisfacción de las necesidades y deseos de los consumidores. Con el ritmo acelerado de vida y el creciente interés por experiencias gastronómicas únicas y convenientes, los negocios dedicados a ofrecer productos alimenticios han evolucionado para atender una diversidad de gustos y preferencias. En este contexto, **surge "Ricas Delicias: Para Cada Antojo"**, un proyecto orientado a ofrecer un postre que da una variedad de opciones de topping deliciosas y accesibles para satisfacer los antojos en cualquier momento del día.

Ricas delicias nace como un proyecto de emprendimiento productivo que se enfocara en la oferta de un postre basado en crema, servido en vasos en la provincia de Ascensión de Guarayos. Tomando como punto de partida el sector de alimentos específicamente el de repostería, el cual según investigaciones muestra una tendencia de crecimiento debido a un mundo cada vez más globalizado, por lo cual las personas desean vivencia y experimentar tendencia.

La población de Ascensión de Guarayos se caracteriza por ofrecer satisfacer las necesidades de la comunidad, ofreciendo servicios al cliente, como una iniciativa que busca no solo deleitar el paladar de sus clientes, sino también establecer un modelo de negocio sostenible y competitivo en el mercado local de alimentos.

El objetivo del proyecto "Ricas Delicias" es desarrollar un postre envasado que combine fresas frescas y una crema suave, presentado en un vaso plástico que facilite su consumo en cualquier momento y lugar. Este proyecto busca ofrecer una opción de postre premium que no solo garantice la frescura y calidad de los ingredientes, sino que también proporcione una experiencia de consumo conveniente y elegante. La meta es destacar en el mercado mediante un producto que combine sabor excepcional y presentación atractiva.

Adicionalmente, se pretende posicionar el " Ricas Delicias " como una opción de postre preferida mediante estrategias de marketing efectivas y una distribución eficiente. El objetivo es captar una base de clientes leales que valore la calidad del producto y la conveniencia del envase.

La relevancia de este proyecto radica en la capacidad de las dos estudiantes de gastronomía para ofrecer un mercado que valora tanto la calidad como la accesibilidad de los productos alimenticios. En un entorno donde la competencia es intensa y las expectativas de los consumidores son altas, "Ricas Delicias: Para Cada Antojo" busca diferenciarse ofreciendo una experiencia gastronómica memorable y conveniente.

## **2. PLANTEAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO**

### **2.1. Diagnóstico del contexto productivo:**

Ascensión de Guarayos fue fundada en el año 1826 por el padre Gregorio Salvatierra, se encuentra a 300 km de la capital de Santa Cruz de la Sierra y está ubicada en la parte noreste del departamento de Santa Cruz, con una extensión de 29,450 km<sup>2</sup> que congrega una población de 27,070 habitantes (según el censo del año 2012); limita al Norte y al Oeste con el departamento del Beni, al Sur con el municipio de El Puente, y al Este con el municipio de Urubichá y la provincia de Ñuflo de Chávez. (Ver

Esta localidad, actualmente cuenta con servicios básicos en la zona concentrada, como ser energía eléctrica, agua potable, gas domiciliario, avenidas principales asfaltadas, alumbrado público, servicio de recolección de residuos sólidos, asistencia médica, establecimientos educativos, seguridad pública, servicio de abastos, medios de transporte aéreos y terrestres, entre ellos transporte pesado y transporte público permanente. Cabe recalcar que la mayoría de los servicios básicos no están disponibles para toda la población, especialmente para las zonas más alejadas.

Ascensión de Guarayos políticamente es administrada por el Gobierno Autónomo Municipal presidida por el Honorable Alcalde Ing. Pablo Eddie Guaristi, por la Sub Gobernación presidida por el Lic. Santiago Chinchí Urañavi, por el Cabildo Indígena presidida por el cacique Ascensio Arapuca, la Coordinadora de Pueblos Nativos Guarayos (COPNAG) presidida por la señora Cirila Tapendava Urapiri. Cuenta con diferentes centros de ayuda social como: Coordinadora de Pueblos Nativos Guarayos (COPNAG), Pro Mujer, la Defensoría de la Niñez y Adolescencia del Gobierno Autónomo Municipal, hospitales públicos y privados, Comando Policial, Federación de Juntas Vecinales (Fejuve), el Cabildo Indígena, Cooperativa de Servicios Públicos de Ascensión de Guarayos (COSPAS) y Cooperativa Rural de Electrificación (CRE), Comité Cívico Provincial.

La comunidad tiene variedad de centros culturales entre los cuales podemos mencionar a la casa de la cultura, la misma promueve la música, la pintura, la danza y la artesanía, cabe resaltar que cuenta con un pequeño museo histórico de la cultura guaraya. La feria artesanal que promociona artesanías guarayas, así como las hamacas, tejidos en hojas de Cusi, jasaye, panacú, sombrero, urupé y productos derivados de la piña como licores, mermeladas, golosinas, así como productos a base de miel de abeja extranjera y señorita.

La feria ganadera desarrolla actividades culturales de la región a tiempo de realizar el remate de ganado en la fiesta patronal, como la cabalgata, rodeo de toros, riña de gallos, carrera de caballos. Algunas unidades educativas realizan campeonatos deportivos, festivales de danza, música y teatro entre otros.

La iglesia incentiva el aprendizaje de instrumentos musicales como el violín, la guitarra, los tambores, manteniendo activo un grupo de canto dominical, a la par que realiza diferentes actividades en todas las fiestas religiosas del año, así como las misas diarias y dominicales. En esta localidad la mayoría de los guarayos profesa la religión católica y en la convivencia diaria los pobladores denotan valores como la fe, el respeto, la reciprocidad, la responsabilidad y la honestidad. Estos valores han ido pasando de generación en generación por los nativos guarayos, quien desde tiempos pasados se han caracterizados por ser gente bondadosa, pues incluso antes de la llegada de los franciscanos a esta región, los ciudadanos guarayos se mostraban como un pueblo solidario y generoso.

En Ascensión de Guarayos se presentan diversas actividades económicas que se constituyen en pilares la economía de la región, como ser el sector maderero, la ganadería y la agricultura. Aunque en menor proporción, las actividades que también aportan a la economía local es la caza de subsistencia y la piscicultura. Por otro lado, están los Bancos como entidades de intermediación financiera, las empresas madereras, las cooperativas de servicios básicos, los mercados, los hoteles, residenciales y alojamientos, los restaurantes, las heladerías, las panaderías, los centros de salud privados, las farmacias, los surtidores, los friales, las distribuidoras de gas, las librerías, las ferreterías, las discotecas, las gomerías, los talleres mecánicos, los talleres y tornerías automotriz y ferias temporales; todas ellas sustentan la economía de la región e impulsan el desarrollo de la población y de la región.

En el año 2008 el nivel secundario de la U.E. “Santa Teresita 3” inicia el camino hacia la formación técnica enseñando tallado en madera, agroecología, sistemas informáticos y gastronomía, analizando que muchos de nuestros estudiantes son de pocos recursos y aprender algo práctico les ayudara en su vida futura. Este paso se dio gracias al proyecto de la CEE, que impulsaba la enseñanza de materias técnicas, estando como la directora la Hna. Martina Tacohoo Pels.

En el 2009 se realiza una solicitud al señor Wualdo Marca Barrientos, secretario ejecutivo de la Conferencia Episcopal Boliviana, La Paz-Bolivia, para participar del programa de capacitación laboral (PROCAP), este apoyo para las materias técnicas. En el año 2010 entra

como directora a Nivel Secundario la Prof. Maritza Pérez Moirenda que continuando con este sueño de consolidar las carreras técnicas fortaleció la producción educativa bajo la nueva ley de educación Avelino Siñani-Elizardo Pérez y el lineamiento de promover vocaciones socio productivo de la región.

Desde la gestión 2010 la formación técnica profesional se desarrolló hoy llamado Bachillerato Técnico-Humanístico y para el 2014 egresan el primer bachiller técnico Humanístico en carpintería, tallado, gastronomía, agro-ecología y sistemas informáticos consolidándose definitivamente el nuevo modelo de formación. Acontecimiento que constituye un gran pasó para el futuro de nuevas generaciones y un orgullo para nuestro pueblo.

En la actualidad la Unidad Educativa Santa Teresita 3 tiene un total de 592 estudiantes. Dentro de la infraestructura de la unidad educativa cuenta con 26 aulas funcionales, 18 usadas por estudiantes del nivel primario y secundario, 3 del nivel inicial, 3 de ramas técnicas, con un amplio salón, dos direcciones, una secretaría, biblioteca, sala de maestros, capillas múltiples ambientes recreativos, dos canchas poli funcionales, baños separados para varones, mujeres y docentes, un laboratorio semifunconal, basureros ubicados en lugares estratégicos. La infraestructura de la Unidad Educativa es de forma imperial, los materiales con los que está construido son en mayor parte adobe, calamina, cerámica, madera, algunas construcciones de ladrillo y cemento.

#### **2.1.1. DIAGNOSTICO DE NECESIDADES**

El diagnóstico de necesidades para el producto "fresas con crema" revela varias áreas clave que requieren atención. En primer lugar, es fundamental garantizar la calidad y frescura constante de las fresas y la crema. Esto no solo impacta directamente en la satisfacción del cliente, la cadena de suministro y el control de calidad deben ser rigurosos para asegurar que cada vaso entregue de una experiencia consistente y deliciosa. Por lo tanto, identificar y satisfacer estas demandas emergentes puede ofrecer una ventaja competitiva significativa.

Para recaudar información, se realizaron entrevistas con las personas de la comunidad, así como los consumidores y emprendedores, dado a conocer que no ofrecen ese tipo de servicio. A continuación, se aplicará el análisis FODA para evaluar la situación interna y externa del proyecto.

## FODA

| FORTALEZAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | OPORTUNIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento adecuado para la realización del producto</li> <li>• Acceso de delivery.</li> <li>• Capital suficiente para iniciar un emprendimiento.</li> <li>• Conocimientos de formación técnica en el área de gastronomía por parte de los estudiantes</li> <li>• Precios accesibles</li> </ul>                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de las redes sociales(para ofrecer el emprendimiento)</li> <li>• Producción de postres de excelente calidad y buen sabor.</li> <li>• Entrega a domicilió de manera ágil y segura.</li> <li>• Empezar como jóvenes capacitados en el área de gastronomía</li> <li>• Ser reconocido por nuestros productos en la población</li> </ul> |
| DEBILIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | AMENAZAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitaciones de insumos para el producto.</li> <li>• No tiene mucha demanda (por miedo a las condiciones en las que llega el producto).</li> <li>• Alto precio de los insumos (obligándonos a subir el precio del producto).</li> <li>• <b>Poca comercialización de postre de menor tamaño y de precios accesibles</b></li> <li>• Poco conocimiento de la presentación servido en vaso</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios en las preferencia del consumidor.</li> <li>• Escasez de insumos en el mercado</li> <li>• Posibles pérdidas del capital</li> <li>• Cambios en las preferencias del consumidor</li> <li>• Futura competencia (nuevos emprendedores)</li> </ul>                                                                                   |

### **2.1.2. PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA**

En Ascensión de Guarayos existe **poca comercialización de postres de menor tamaño, a un costo accesible para las personas** y que de igual manera tenga una presentación diferente y creativa para los clientes.

Es por ello que la implementación de un emprendimiento de postres artesanales en vaso “ricas delicias” para cada antojito busca satisfacer la demanda y paladar de las personas, ofreciendo una variedad de postres deliciosos, de calidad y asequible que se puedan consumir en cualquier momento del día.

### **2.1.3. DENOMINACIÓN DE PROYECTO**

En relación a lo expuesto anteriormente se ha priorizado como problemática sobresaliente la poca comercialización de postres de menor tamaño y aún costo accesible para las personas. Como respuesta al problema planteamos el siguiente título: **“Ricas Delicias: Para cada Antojito “**

El proyecto surge de la necesidad que tienen las personas para saciar su paladar sin afectar su bolsillo.

## **2.2. OBJETIVOS DEL EMPRENDIMIENTO PRUDUNTIVO**

### **2.2.1. OBJETIVO GENERAL:**

Ofrecer postres presentados en vasos, para el deleite de las personas en Ascensión de Guarayos. Asi como también ofrecer una experiencia premium y conveniente al consumidor, proporcionando un postre fresco y delicioso que combine la calidad superior de las fresas con una crema suave y sabrosa, todo en un formato práctico y listo para disfrutar. Este objetivo busca posicionar al producto como una opción preferida en el mercado de postres destacando por su sabor excepcional, presentación atractiva y compromiso con la frescura y la calidad.

### **2.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Elaborar postres presentado en vaso para el consumo de la comunidad, que se basa en experimentar sabor, textura y una nueva tendencia.
- Contar con proveedores locales para obtener ingredientes frescos y de alta calidad para la elaboración de postres
- Realizar entregas a domicilio de manera ágil y segura.
- Promocionar los postres a través de estrategias de marketing digital, como redes sociales y publicidad en línea, para aumentar su visibilidad y atraer a nuevos clientes.

- Realizar degustaciones y recibir retroalimentación de los clientes para innovar constantemente en la producción de postre.

### **2.2.3. MISION**

Tiene como misión producir y comercializar postres en porciones presentados en vasos, para la comunidad.

### **2.2.4. VISION**

La visión es ser a largo plazo reconocido por la calidad de su producto, resaltando la forma en la que lo presenta, logrando la satisfacción del cliente, buscando posicionar el producto como un símbolo de indulgencia accesible, ofreciendo una experiencia gourmet en cada vaso.

## **2.5. JUSTIFICACIÓN**

Este proyecto se sustenta por la Ley N°070 Educativa Avelino Siñani y Elizardo Pérez, la cual establece que el Bachillerato Técnico Humanístico debe aplicarse en todas las Unidades Educativas de Educación Secundaria Comunitaria Productiva del Subsistema de Educación Regular, lo cual busca mejorar la formación de los estudiantes de acuerdo con las potencialidades y vocaciones productivas de cada región.

Lo cual reconoce la educación como un derecho fundamental, en la que todas las personas tienen derecho a recibir educación en todos los niveles de manera universal, productiva gratuita, integral e intercultural sin ningún tipo de discriminación. Tomando en cuenta esta ley con gran importancia para todos los estudiantes del nivel secundario y da un beneficio para la sociedad.

Este emprendimiento tiene un beneficio para la sociedad, en la que el consumidor estará indirectamente beneficiado por lo que obtará por este delicioso producto, presentado en vaso, lo cual es garantizado, elaborado higiénicamente de buena calidad y al gusto del cliente, por la falta de postres en porciones servidos en vasos, considerando este un buen servicio de calidad.

Así como también el consumidor estará directamente beneficiado por este delicioso producto, el cual garantiza satisfacer sus deseos, el emprendimiento de postres servidos en vasos para la población es una oportunidad en la que las personas pueden introducir este tipo de presentación de postres servidos en vasos en eventos especiales u otras ocasiones

Es una excelente oportunidad para crecer como futuras profesionales, ya que nos da una gran oportunidad y muchos beneficios para nosotras como futuras emprendedoras, nos construye económicamente, así mismo adquirimos conocimientos para poder construir buenos negocios, fortaleciendo el valor de la responsabilidad laboral para nuestro futuro, ejerciendo nuestro deber en el desarrollo de nuestro emprendimiento.

Como estudiantes del área gastronomía, resulta muy beneficioso llevar a practica el emprendimiento productivo, para adquirir experiencias y conocimientos sobre la importancia de trabajar en equipo para así poder sobre salir en el ámbito laboral, el cual con esfuerzo y dedicación se logra buenos resultado. La formación como estudiantes de gastronomía fue de vital importancia, porque permitió demostrar las habilidades y capacidades propias del arte culinario y además impulso a sacar adelante el mini emprendimiento.

### **3. DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO**

#### **3.1. LOCALIZACION DEL EMPRENDIMIENTO**

El emprendimiento está ubicado en Ascensión de Guarayos, a media cuadra de la plaza principal Gregorio Salvatierra, avenida Santa Cruz, al frente de la óptica enzina. El entorno en el que se encuentra este es un lugar estratégico, ya que es un lugar demasiado transitado por niños, jóvenes, escolares y personas adultas que día a día pasan por el lugar.

El establecimiento es un domicilio propio que cuenta con los servicios básicos de agua y electricidad, el emprendimiento también cuenta con otros beneficios como bancos, cajeros automáticos, ferreterías, librerías e instituciones que están cercanas al lugar.

#### **3.2. ANÁLISIS DEL MERCADO**

Este emprendimiento ofrece al mercado deliciosos postres en vasos, el cual según el tipo del producto la clasificación que este pertenece es al mercado de bienes perecedero, porque los ingredientes que se utilizan para la preparación del producto tiene fecha de caducidad, así mismo como segunda clasificación según el área geográfica este pertenece al mercado local, porque este emprendimiento está cercano al comprador.

El cual lleva a la tercera clasificación según el tipo de comprador esté pertenece al mercado de consumidor ya que los clientes son ciudadanos comunes hombres y mujeres, niño, jóvenes y adultos, como última clasificación según la producción pertenece al mercado minorista ya que al ser postres artesanales este se vende en cantidad pequeñas.

### **3.2.1. OFERTA**

Este es un producto que ofrece al mercado postres en vaso, el cual este pertenece al área de repostería, este postre tiene como base cremas combinadas con galletas y fresas de buena calidad para asegurar un sabor excepcional. En la que esta cubre como problemática la poca comercialización de postres de menor tamaño, a un costo accesible para las personas.

Por eso se decidió atender a esta necesidad a través de la oferta de postres en vaso, así mismo esta oferta pertenece a la oferta competitiva porque este producto no es único en el mercado, ya que existen otros emprendedores que ofrecen el mismo producto al mercado debido a que es un producto accesible y tiene mucha demanda en el mercado debido a su presentación.

### **3.2.2 DEMANDA**

Los postres en vasos han demostrado una buena aceptación gracias a las encuestas realizada a la población, con su presentación en pequeñas porciones y su envase, tienen una alta demanda dentro del mercado de postres y pasteles, porque es dulce y viene combinado con fruta y cremas. Este diseño novedoso ha captado el interés y curiosidad de los consumidores, quienes valoran el estilo moderno del producto en su presentación en pequeñas porciones.

El producto es importante porque ahora la población pide postres en pequeñas porciones, algo que pueda ser al paso así evita comprar postres enteros y de mayor cantidad para después desperdiciarlo, cuando solo tiene un antojo pequeño y está de paso, es necesario para cubrir la demanda de la población que quieren postres en porciones para probar al momento y de paso

Este producto pertenece a la demanda elástica porque es sensible ante cambios de precios de los insumos, pero la demanda se mantiene estable, a pesar de los altos precios de los insumos los consumidores parecen estar dispuestos a pagar precios modificables, lo que indica que tiene una alta demanda en el mercado por la presentación y sabor de los postres en pequeñas porciones

### **3.2.3 PUBLICO OBJETIVO (CLIENTE O USUARIO)**

Este emprendimiento atiende a la población joven, niños y también adultos, según la encuesta el público que más demanda esta oferta son niños y jóvenes, entre los niños

tenemos de 5 años en adelante, son de ambos sexos y tiene la ocupación de estudiantes, que sus colegios están cerca del emprendimiento, y le facilita la compra del producto en cualquier momento

También hay jóvenes que mayormente son de 12 a 18 años que vienen y compran en ocasiones, el público de adultos de 30 a 50 años, la mayoría son mujeres, dentro de ellas son maestras o ama de casa o tienen otra ocupación, el tipo de público de este emprendimiento son compradores ocasionales que surgen en algunas veces al día.

### **3.2.4 ENTORNO Y COMPETENCIA**

El emprendimiento de postres en vasos si tiene competencia dentro del mercado de postres y pastelería, dentro del municipio de Ascensión de Guarayos existen dos mercados grandes ,dentro de esos dos mercados existen emprendimiento que también ofertan el mismo producto del presente emprendimiento ,pero no hay demasiada competencia porque cada emprendimiento tiene algo positivo y negativo dentro del producto

Estos emprendedores son adultos, que mayormente ofrecen fresas con crema, estos competidores se encuentran en las áreas estratégica como los dos mercados que cuentan el municipio, los precios oscilan entre los 10bs a 30, también ofertan y mediante las redes sociales, ofrecen también otros productos como desayuno y algunos postres más los puntos fuertes que tienen es que se encuentran en un área muy transitada

Este emprendimiento es una competencia perfecta, los postres en vaso tienden a subir de precio pero también tienden a bajar de acuerdo al precio de la materia prima o los insumos básicos que se necesitan sin embargo nuestros clientes y la población en general si aceptan al precio que se le ofertan por la presencia del producto

### **3.2.5. VENTAJAS COMPETITIVA DEL EMPRENDIMIENTO**

Ricas Delicias es un postre delicioso que tiene una combinación de dulce y amargo , este emprendimiento de fresas con crema puede obtener una ventaja competitiva significativa al enfocarse en la calidad y frescura de sus ingredientes. Al utilizar fresas de origen local y crema de alta calidad, el emprendimiento no solo mejora el sabor del producto, sino que también apela a los consumidores que valoran los alimentos frescos y naturales. Esta atención al detalle en la selección de ingredientes puede diferenciar al negocio de competidores que utilicen productos procesados o menos frescos, estableciendo una reputación de autenticidad y excelencia.

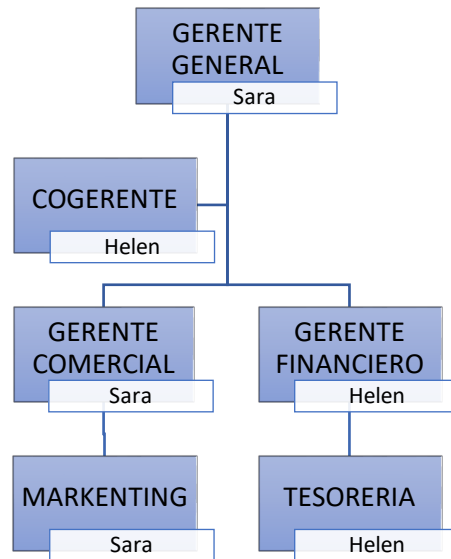
Otra ventaja competitiva clave es la capacidad de ofrecer una experiencia personalizada y adaptada a las preferencias del cliente. Mediante la implementación de opciones de personalización, como diferentes tipos de cremas y toppings, el emprendimiento puede satisfacer una variedad de gustos y necesidades dietéticas. Además, la presencia en redes sociales y la creación de un programa de fidelización pueden fortalecer la conexión con los clientes, incentivando la repetición de compras y generando una base de clientes leales. Estas estrategias no solo aumentan la visibilidad del negocio, sino que también fomentan una relación más cercana con el público, impulsando el crecimiento sostenido y la lealtad a la marca.

### **3.3. ESTRATEGIA DE PROMOCION Y DISTRIBUCION**

Para promover las fresas con crema, la estrategia se centra en resaltar la frescura y el sabor natural del producto, utilizando una combinación de marketing digital y tradicional. En redes sociales y plataformas digitales, se desarrollan campañas visuales que muestran el atractivo del plato con imágenes de alta calidad y videos que destacan su preparación, para crear contenido que refuerce la imagen de frescura y sofisticación del producto. Además, se implementan promociones y descuentos especiales en fechas clave, como festividades o eventos locales, para atraer la atención de nuevos clientes y estimular la prueba del producto.

En cuanto a la distribución, se opta por una estrategia multicanal que incluye tanto puntos de venta físicos como digitales. Se establecen alianzas con tiendas especializadas en productos frescos y mercados locales para garantizar la disponibilidad en lugares frecuentados por el público objetivo. Paralelamente, se desarrolla una tienda en línea que permite a los clientes hacer pedidos directos y recibir el producto en su hogar, optimizando así la comodidad y accesibilidad. Esta combinación de canales de distribución busca maximizar el alcance y satisfacer las preferencias de los consumidores, asegurando una presencia consistente en el mercado.

### 3.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



### 3.5. DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO

El diseño del producto de ``Ricas Delicia: para cada antojito`` combina elegancia y frescura en un empaque atractivo y funcional. El envase, de forma redonda y transparente, permite una vista clara del producto, destacando las fresas frescas y la crema suave en su interior. El diseño incorpora un tapón de fácil apertura y cierre, garantizando la frescura del contenido mientras facilita su uso.

En cuanto al etiquetado, se emplea una paleta de colores vivos como el rojo de las fresas y el blanco cremoso de la crema, junto con elementos gráficos que evocan la naturalidad y calidad del producto. La tipografía es moderna y legible, con un toque artesanal que resalta la autenticidad del producto. Este enfoque no solo atrae visualmente, sino que también sugiere una experiencia deliciosa y refrescante al consumidor.

#### 3.5.1. CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO

El postre en vaso presenta una apariencia atractiva y moderna. Está compuesto por capas de crema, frutas frescas y diferentes topping por encima del producto, cada vaso tiene un tamaño pequeño que resulta ideal para una porción individual, y el peso suficiente para ofrecer una experiencia satisfactoria al paladar del cliente, la combinación de la crema blanca con los colores vibrantes de las frutas y galletas crean una presentación visual apetecible

El postre se presenta en envases plásticos pequeños que aseguran una adecuada conservación y facilidad de manejarlo, el diseño del envase permite ver claramente las

distintas capas en el postre, lo que resalta la presentación, el etiquetado es claro e informativo , proporcionando sobre los ingredientes y la fecha de vencimiento, la duración del producto es de un día a dos días, después lo cual podría comenzar a perder ese sabor que tenía al principio.

El mantenimiento del postres es sencillo, ya que requiere una refrigeración mínima para conservar su calidad y sabor, la alta demanda del producto indicada que el servicio funciona en un buen estado, manteniendo la frescura y el sabor en cada entrega a los clientes, la marca destaca por su enfoque en la calidad, sabor y la presentación, lo que contribuye una experiencia de consumo positiva y consistente

### 3. VIABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD

#### 4.1.CÀPITAL DE INVERSIONES

Para materializar el proyecto el capital de inversión es fundamental porque establece la infraestructura básica sobre la cual el proyecto operará y garantiza que se cuente con todos los recursos físicos y tecnológicos necesarios desde el inicio. El capital de operación cubre los gastos recurrentes necesario para mantener el proyecto en funcionamiento día a día, incluyendo los costos de inventario como sueldos, alquileres y suministros es necesario para asegurar la continuidad del proyecto, mientras se generan los ingresos.

| HERRAMIENTAS | CANTIDAD | COSTO POR UNIDAD (Bs) | COSTO TOTAL (Bs) | VIDA UTIL (Años) |
|--------------|----------|-----------------------|------------------|------------------|
| Batidora     | 1        | 150                   | 150              | 2                |
| Heladera     | 1        | 3000                  | 3000             | 5                |
| TOTAL        |          |                       | 3150             |                  |

#### 4.2.CÀPITAL DE OPERACIÒN

| DETALLES                    | CANTIDAD | COSTO POR UNIDAD (Bs) | COSTO TOTAL (Bs) |
|-----------------------------|----------|-----------------------|------------------|
| Materia prima o insumo      |          |                       |                  |
| Galletas oreo               | 1U       | 10                    | 10               |
| Crema de leche              | 1lt      | 35                    | 70               |
| Leche condensada            | 790gr    | 10                    | 20               |
| Fresas                      | 3kl      | 20                    | 60               |
| Vasos de plástico           | 1U       | 50                    | 50               |
| Servilletas                 | 1U       | 5                     | 5                |
| Cucharilla de plástico      | 1U       | 5                     | 5                |
| Gomitas                     | 300gr    | 20                    | 20               |
| Chubis                      | 1k       | 15                    | 15               |
| Glaxiado de chocolate       | 400gr    | 18                    | 18               |
| Leche en polvo              | 1kl      | 25                    | 25               |
| Chispitas                   | 400gr    | 10                    | 10               |
| TOTAL                       |          |                       | 323              |
| Servicios básicos           |          |                       |                  |
| Kiosco                      | 1        | 40                    | 40               |
| Servicio de electricidad    | 1        | 20                    | 20               |
| Servicio de agua            | 1        | 20                    | 20               |
| TOTAL                       |          |                       | 80               |
| Mano de obra                |          |                       |                  |
| cocinero                    | 2        | 10,42                 | 20,84            |
| TOTAL                       |          |                       | 41,68            |
| TOTAL, CAPITAL DE OPERACIÒN |          |                       | 417,68           |

#### 4.2. COSTO DE PRODUCCION

Para materializar el proyecto, los costos variables incluyen las materias primas necesarias para la elaboración del producto, estos costos están en función del volumen de producción, se requiere una mayor cantidad de materias primas, lo que incrementa el costo total. Los costos fijos son aquellos que no cambian con el volumen de producción y son necesarios para mantener el funcionamiento general del proyecto. Ambos tipos de costos son necesarios para la planificación financiera adecuada.

#### 4.2.1. CÀLCULO DE COSTO VARIABLE

| DETALLES                   | CANTIDAD UTILIZADA | COSTO UNITARIO EN (Bs) | TOTAL EN (Bs) |
|----------------------------|--------------------|------------------------|---------------|
| Fresas                     | 3Kilo              | 20                     | 60            |
| Crema de leche             | 2Litros            | 35                     | 70            |
| Galletas oreo              | 1Unidad            | 10                     | 10            |
| Leche condensada           | 790gramos          | 10                     | 20            |
| Gomitas                    | 300gramos          | 20                     | 20            |
| Chubis                     | 1kilo              | 15                     | 15            |
| Glaxiado de chocolate      | 400gramos          | 18                     | 18            |
| Leche en polvo             | 1lkilo             | 25                     | 25            |
| Vasos de plástico          | 1Unidad            | 50                     | 50            |
| Servilletas                | 1Unidad            | 5                      | 5             |
| Cucharilla de plástico     | 1Unidad            | 5                      | 5             |
| Chispitas                  | 400gramos          | 10                     | 10            |
| TOTAL, costo Variable (Bs) |                    |                        | 323           |

#### CÀLCULO DE COSTO FIJOS

| DETALLES                 | CANTIDAD | COSTO MANUAL (Bs) | COSTO ANUAL (Bs) |
|--------------------------|----------|-------------------|------------------|
| Alquiler del kiosco      | 1        | 40                | 40               |
| Servicio de electricidad | 1        | 20                | 20               |
| Servicio de agua         | 1        | 20                | 20               |
| TOTAL                    |          |                   | 80               |

#### COSTO UNITARIO

|                                |          |
|--------------------------------|----------|
| Cantidad total a producir      | 50       |
| TOTAL, costo variable (Bs)     | 323      |
| TOTAL, personal (Bs)           | 41,68    |
| Costo unitario variable (Bs)   | 6        |
| TOTAL, costo fijos             | 80       |
| TOTAL, depreciación (Bs)       | 6        |
| Costo Unitario fijo (Bs)       | 1        |
| <b>En total costo unitario</b> | <b>7</b> |

## PRECIO DE VENTA UNITARIA

| COSTO UNITARIO (Bs) | MARGEN DE GANANCIA ( ) | PRECIO DE VENTA (Bs) | GANANCIA (Bs) |
|---------------------|------------------------|----------------------|---------------|
| 7                   | 30                     | 10                   | 3             |

## CUANDRO NUTRICIONAL

| DECLARACIÓN NUTRICIONAL         |                            |                            |
|---------------------------------|----------------------------|----------------------------|
|                                 | Por 100g                   | Por porción<br>(50 g)      |
| Contenido energético            | 0,34 kcal<br><br>(1,42 kJ) | 0,21_kcal<br><br>(0,88_kJ) |
| Proteínas                       | 0,01gr                     | 0,005gr                    |
| Grasas totales                  | 0,02gr                     | 0,01gr                     |
| Grasas saturadas                | 0,01gr                     | 0,005gr                    |
| Grasas trans                    | 0                          | 0,00                       |
| Hidratos de carbono disponibles | 0,03gr                     | 0,015gr                    |
| Azucares                        | 0,03gr                     | 0,015gr                    |
| Fibra dietética                 | 0                          | 0,00                       |
| Sodio                           | 0,07mg                     | 0,035mg                    |
| Contenido energético            |                            |                            |
| Envase                          | 0,2__kcal (1,0_kJ)         |                            |
| Contenido Neto 70gr             |                            |                            |

## 5. RESULTADOS

El proceso para obtener una deliciosa fresa con crema comienza con la selección de fresas frescas, que deben estar maduras, de color rojo brillante y libre de imperfecciones. Luego, se lavan cuidadosamente para eliminar impurezas, se escurren y se retira el tallo. Posteriormente, con una batidora se prepara la crema con leche condensada. Las fresas se colocan en un recipiente y se sirven de forma individual en su envase y se cubren con la crema, añadiendo un toque final con ingredientes opcional como leche en polvo o diferentes topping que lo acompaña con glaseado de chocolate para realzar el sabor. El producto tangible resultante es un postre fresco y delicioso, con un equilibrio entre la acidez natural de

las fresas y la suavidad cremosa de la crema. Visualmente, destaca por sus colores contrastantes (rojo de las fresas y blanco de la crema), y su textura es una combinación entre la jugosidad de la fruta y la suavidad aterciopelada de la crema.

El objetivo del proyecto se logró exitosamente al ofrecer un producto final que combina frescura, sabor y presentación atractiva, cumpliendo con las expectativas de los consumidores. Desde el inicio, las acciones realizadas incluyeron la investigación para seleccionar proveedores confiables de fresas frescas, el desarrollo de una receta de crema que equilibrara lo dulce sin opacar el sabor natural de las fresas, y la planificación logística para mantener la calidad del producto durante la distribución. Sin embargo, una de las dificultades principales en este emprendimiento fue garantizar la consistencia en la frescura de las fresas, dado que son un producto perecedero y muy susceptible a cambios climáticos. Para superar este desafío, se implementaron controles de calidad estrictos en la recepción de los ingredientes y se ajustaron los tiempos de entrega al cliente para asegurar que el producto llegara en su mejor estado.

A futuro, el emprendimiento tiene planos de expansión mediante la diversificación del menú, agregando una variantes de topping adicionales, Además, se plantea la posibilidad de ofrecer el producto en formatos para eventos, para aumentar la clientela. lo que lo posiciona como un postre accesible y popular en diferentes mercados. Sin embargo, los costos de insumos, especialmente las fresas, pueden variar estacionalmente, lo que podría impactar los márgenes de ganancia. En cuanto a las proyecciones financieras, se espera un crecimiento sostenido del 10-15% anual si se mantiene la calidad del producto y se amplía la oferta. Además, la inversión en marketing digital y asociaciones con restaurantes o tiendas especializadas puede aumentar la visibilidad.

### **5.1. Beneficios e impacto**

Los beneficiarios directos de este emprendimiento de fresas con crema son, en primer lugar, los clientes, quienes reciben un producto fresco, delicioso y accesible, adecuado tanto para ocasiones especiales como para el consumo cotidiano. También nos beneficiamos nosotras como emprendedoras y colaboradoras directas del negocio. Indirectamente, se benefician los proveedores de fresas y otros insumos, al contar con un canal de venta constante para sus productos.

El impacto generado de Ricas Delicias el cual ofrece al mercado, fresas con crema en la sociedad ha sido positivo, ya que ha contribuido a la promoción una opción de postre fresco

y natural, accesible y de rápida preparación. Por otro lado, el negocio ha demostrado ser una fuente de inspiración para otros pequeños emprendedores, incentivando a más personas a emprender en el sector alimentario, lo que fortalece el espíritu empresarial.

## **6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Al hacer realidad este emprendimiento, llamado Ricas Delicias: Para cada Antojitos, nuestra forma de ver la realidad ha cambiado al comprender de manera más profunda el impacto que puede tener un negocio en la comunidad y en el entorno económico local. Nos hemos dado cuenta de la interconexión entre los distintos actores, desde los productores hasta los consumidores finales, y cómo nuestras decisiones afectan tanto la calidad del producto como la estabilidad de nuestros proveedores. Además, hemos aprendido a valorar la importancia de la innovación y adaptación constante, ya que las necesidades del mercado y las preferencias de los clientes están en cambio permanente. Este proceso nos ha demostrado que emprender no solo es una forma de generar ingresos, sino también una oportunidad para contribuir positivamente a la economía local, fomentar el consumo consciente y promover la sostenibilidad en la cadena de valor.

Los resultados que hemos obtenido del emprendimiento son valiosos porque reflejan el éxito de un esfuerzo bien planificado y ejecutado, que hemos logrado satisfacer a los consumidores con un producto de calidad, fresco y accesible. Estos resultados validan la estrategia de ofrecer un postre que equilibra sabor y textura, generando una base de clientes leales. Además, puede permitir generar empleos y apoyar a los productores locales, lo que contribuye al desarrollo económico de la comunidad. El crecimiento sostenido del emprendimiento demuestra la viabilidad del negocio, lo que ofrece oportunidades para futuras expansiones y nuevas innovaciones. Estos logros confirman que el enfoque en la calidad, la sostenibilidad y la satisfacción del cliente es clave para el éxito a largo plazo.

Si tuviéramos que repetir el este proyecto de emprendimiento, una de las principales cosas que haríamos de manera diferente sería implementar un plan de contingencia más robusto para manejar la estacionalidad y disponibilidad de las fresas, ya que los problemas de suministro afectan la continuidad del negocio. en ciertos momentos. Además, optimizaremos la logística desde el principio para asegurar una distribución más eficiente, minimizando pérdidas por productos perecederos. También invertiríamos más temprano en marketing digital, aprovechando las redes sociales y plataformas de venta online para aumentar la visibilidad del producto desde el inicio, lo que hubiera acelerado el crecimiento. Finalmente, diversificaríamos antes la oferta, incorporando más opciones de topping que lo

acompañarían, con el fin de atraer a un público más amplio desde el lanzamiento. Estos ajustes habrían permitido un crecimiento más rápido y una mejor gestión de los recursos.

Uno de los aspectos del proyecto que presentó debilidades fue la gestión de la cadena de suministro, particularmente en la consistencia del abastecimiento de fresas frescas durante todo el tiempo que empezamos a emprender, lo que generó interrupciones en la producción y afectó la calidad del producto en momentos algunos. Para subsanar esta debilidad a futuro, sería esencial establecer relaciones más sólidas con varios proveedores, tanto locales como regionales, para diversificar las fuentes de abastecimiento y garantizar la disponibilidad constante de fresas. Además, se podría explorar la posibilidad de invertir en tecnologías de conservación, como refrigeración avanzada o métodos de congelado rápido, para mantener las fresas frescas fuera de temporada sin comprometer su calidad. Implementar un sistema de previsión de demanda también ayudaría a planificar mejor los pedidos y minimizar el riesgo de escasez o exceso de inventario.

Una vez ya observado los resultados del emprendimiento de fresas con crema, podríamos emprender nuevos proyectos que capitalicen el éxito y la aceptación del producto en el mercado. Una opción sería desarrollar una línea de productos derivados, como frapper de fresa entre una variedad de derivados, que aprovechen el uso de fresas en diversas presentaciones, ampliando así nuestra oferta y atrayendo a un público más amplio. Estos nuevos proyectos no solo diversificarían nuestras fuentes de ingresos, sino que también fortalecerían nuestra marca y presencia en el mercado.

## **BIBLIOGRAFIA**

J. P. P. (18 de diciembre de 20). Definición de la crema de leche . Obtenido de Definición de la crema de leche.

frutas.consumer.es. (s.f.). frutas.consumer.es. Obtenido de frutas.consumer.es. gijon, v. y. (s.f.). vegaygijon. Obtenido de vegaygijon.

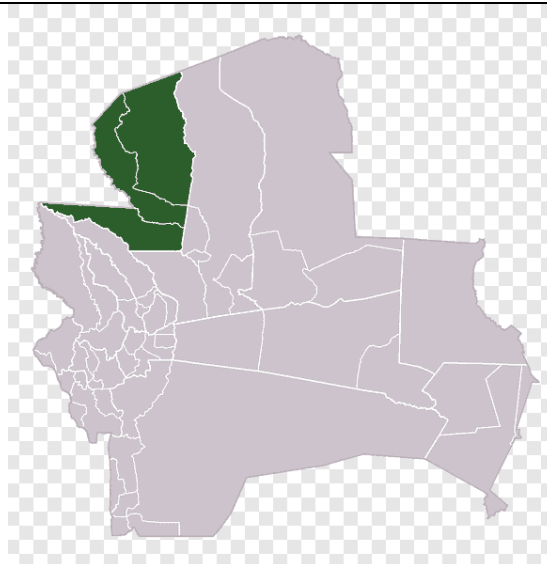
recetas, m. (12 de febrero de 2019). mamirecetas,com . Obtenido de mamirecetas,com.

Penelo, L. (10 de 05 de 2021). LA van guardia. Obtenido de LA van guardia.

## ANEXOS

### ANEXO N°1

Ubicación Geográfica (mapa de Bolivia, Santa Cruz y Ascension de Guarayos)



Fuente: Ascensión

ANEXO N°2

Organización pública (alcaldía)



ANEXO N°3

Organización pública (cabildo)



Fuente: Creación propia

#### ANEXO N°4

Organización pública (instalaciones de la policía)



#### ANEXO N°5

Organización pública (hospital)



Fuente: Creación propia

ANEXO N°6  
Centro cultural (casa de la cultura)



ANEXO N°7  
Centro cultural (feria artesanal)



Fuente: Creación propia

ANEXO N°8  
Centro cultural (iglesia)



ANEXO N°9  
Bancos públicos



Fuente: Creación propia

## ANEXO Nº10

Centro de manejo económico (Cooperativa de servicio básicos)



## ANEXO Nº11

Artesanía guayaya



Fuente: Creación propia

ANEXO N°12

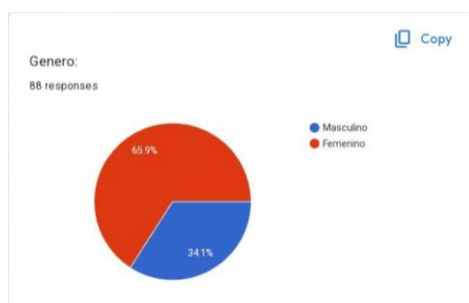
Unidad educativa santa teresita 3



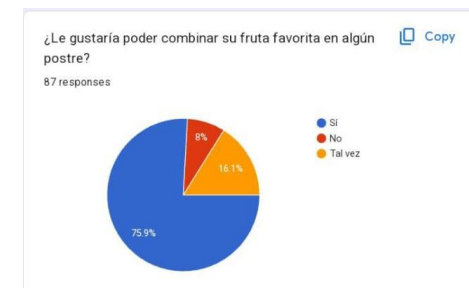
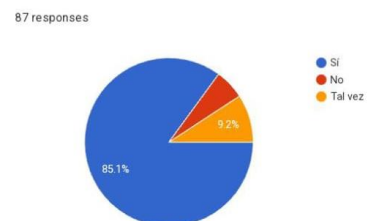
Fuente: Creación propia

## ANEXO N°13

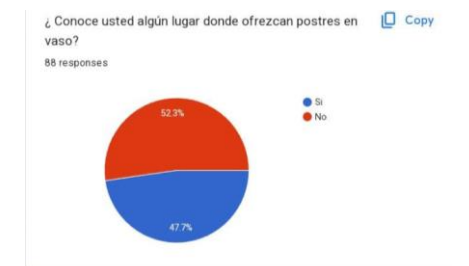
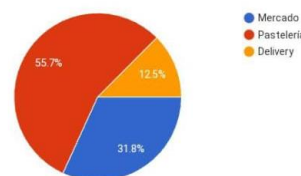
### Encuesta virtual y resultados



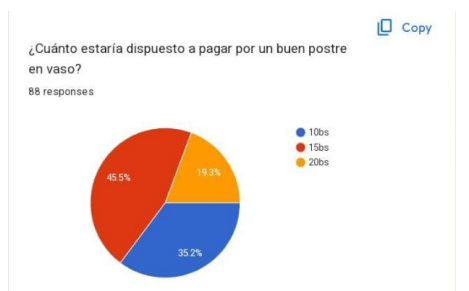
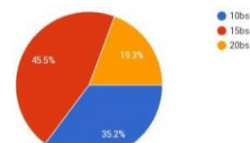
¿Usted en algunas ocasiones especiales suele comprar postres?



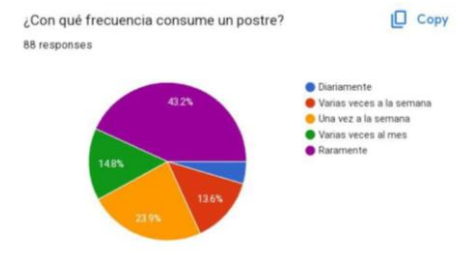
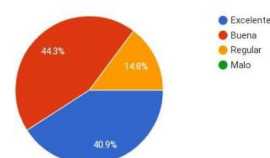
¿En dónde suele comprar sus postres?



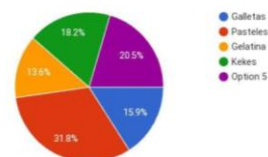
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un buen postre en vaso?



Los postres que usted consume son



¿Qué clase de postre consume?



Fuente: Creación propia

#### ANEXO N°14

entrevistas social (dirigida a los emprendedores)

##### ENTREVISTA DE PROYECTO

1. ¿Cree usted que en Ascensión de Guarayos hace falta postres en baso? ¿por qué?

R=

2. ¿Qué clase de postres le gustaría que se ofrezcan?

R=

3. ¿Compraría usted postres en vaso?

R=

4. ¿Conoce usted algún lugar que ofrezcan postres en vaso?

R=

5. Crees que esta clase de postres en vaso sería una buena oferta para el mercado?

R=

#### ANEXO N°15

Aplicación de la entrevista social



Fuente: Creación propia

ANEXO N°16

Elaboración del producto



ANEXO N°

Logo del emprendimiento



Fuente: Creación propia

## ANEXO N°

### Presentación para la validación del proyecto



## ANEXO N°

### Acta de la validación de proyecto



UNIDAD EDUCATIVA SANTA TERESITA 3

#### ACTA

#### VALIDACIÓN DE PROYECTO DE BTH GESTION 2024

En Ascensión de Guarayos siendo las horas 08:50 del día 24 de junio de 2024, se constituyó la comisión evaluadora en la Unidad Educativa Santa Teresita 3 Fe y Alegría para la validación de proyecto.

La validación de proyecto de técnica tecnológica especializada del área de  gastronomía , se realizó en presencia de la comisión evaluadora, enmarcado a los reglamentos de la Unidad Educativa.

El equipo socio comunitario se presentó y defendió el proyecto con el título:

Emprendimiento de productos... siendo aprobado por unanimidad de los jurados.

Finalizada la defensa de proyecto a hrs. 09:27 la comisión evaluadora deliberó en privado para sacar la nota de aprobación.

| N° | APELLIDOS Y NOMBRES         |
|----|-----------------------------|
| 1  | Sara Ariana Urape Cuencaqui |
| 2  | Helen María Herbas          |
| 3  |                             |
| 4  |                             |

| NOTA FINAL (NUMERAL) | NOTA LITERAL (LITERAL) | DESCRIPCIÓN DE DIMENSIONES                                 |
|----------------------|------------------------|------------------------------------------------------------|
| 76                   | Setenta y seis         | ED: HASTA 50<br>DA: 51 a 68<br>DO: 69 a 84<br>DP: 85 a 100 |

Para constancia sellan y firman los miembros de la comisión evaluadora.

Lic. Constantino Abba Yanci  
MINISTRO DE BIOLOGÍA - GEOGRAFÍA

Sello y firma

Lic. Paula Serrano Montalvo  
C.A. BIOLOGÍA - GEOGRAFÍA

Sello y firma

Sello y firma

Sello y firma

ANEXO N°  
Pre defensa del proyecto



Fuente: Creación propia

ANEXOS N°  
Compras para el producto



Fuente: Creación propia

ANEXO N°  
Ubicación del emprendimiento



Fuente: Creación propia

ANEXO N°  
Inauguración del emprendimiento



Fuente: Creación propia

ANEXO N°  
Nueva ubicación del emprendimiento



Fuente: Creación propia

ANEXO Nº  
Primer y segundo Catálogo del emprendimiento

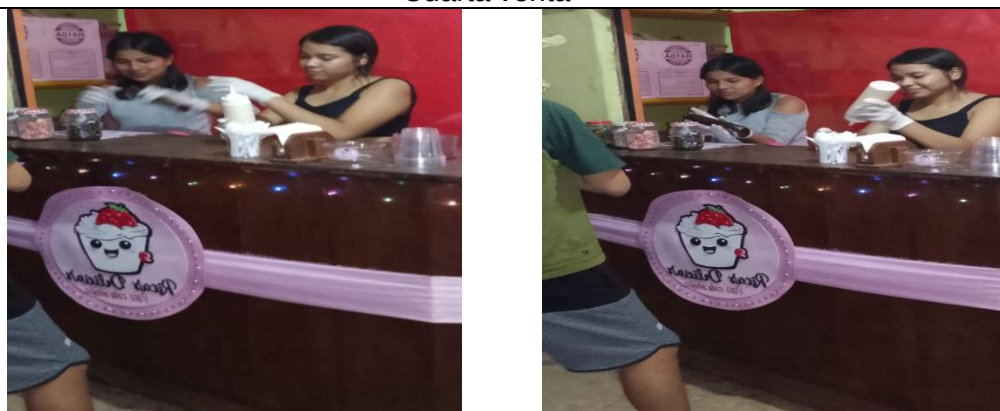


ANEXO Nº  
Tercera venda (en nueva ubicación)



Fuente: Creación propia

ANEXO N°  
Cuarta venta



ANEXO N°  
Quinta venta



Fuente: Creación propia