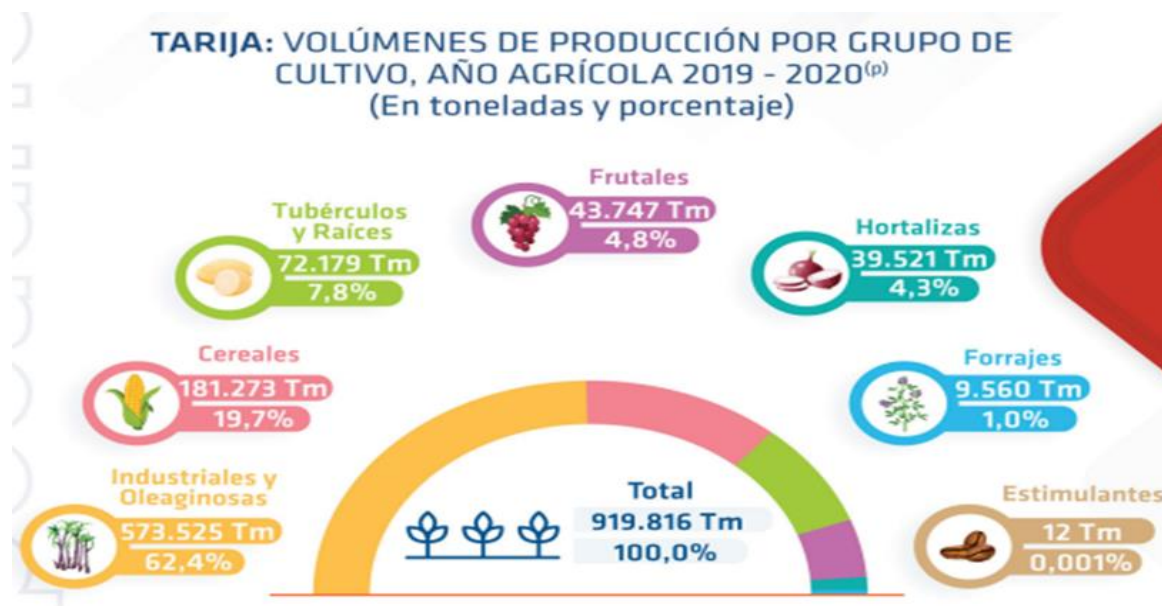


ANEXOS

ANEXO 1 Información de volúmenes de producción por grupo de cultivo, instituto nacional de estadística.



ANEXO 2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La presente investigación de mercados se realiza con la finalidad de identificar más concretamente nuestro mercado meta, además factores que puedan tener influencia, ya que sea como oportunidades y amenazas para la implementación de un nuevo negocio en este caso de la producción y comercialización de paletas de helado artesanal en el mercado tarijeño.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Es el proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una recolección de datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor.

PROBLEMA GERENCIAL

¿Tendrá aceptación la producción y comercialización de paletas de helado artesanales en la ciudad de Tarija?

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Según Ingredion, empresa global líder en soluciones de ingredientes a través de un estudio informa acerca de la ecuación de valor del consumidor. El 75% de los consumidores son más reflexivos a la hora de evaluar los productos e intentar elegir mejor cuando compran alimentos y bebidas. La cambiante ecuación del valor: A pesar de la inflación, los consumidores están dispuestos a pagar más por marcas que comparten sus ideales y expectativas respecto a lo "mejor".

Las personas toman decisiones de compra basadas en factores, que van desde la nutrición funcional hasta los valores personales y las opciones de estilo de vida, y están dispuestas a pagar más por lo que les importa más.

Los consumidores tienen en cuenta cada vez más la lista de ingredientes y la información nutricional que figuran en los envases de los alimentos y las bebidas.

Los beneficios por los que los consumidores están dispuestos a pagar más son por los productos naturales, los no transgénicos, los ricos en proteínas, los bajos en azúcar, los que no contiene ingredientes artificiales, etc.

El 78 % de los consumidores afirma que pagaría más por productos declarados como naturales, y un 56 % estaría dispuesto a pagar entre un 10 % y un 30 % más y un 33 % entre un 20 % y un 30 % más por productos naturales.

Según la Dirección Municipal de Turismo y Cultura de Tarija y sus alrededores atrajeron a 250 mil turistas en 2023, superando registros de años anteriores, según la Dirección Municipal de Turismo y Cultura. Del total, el 80% fueron visitantes nacionales y el 20% restante, internacionales. El director municipal de Turismo, Rolando Vacaflor, expresó con entusiasmo ante las cifras récord, destacando el aumento respecto a los años anteriores. La estadía de estos visitantes generó un impacto económico estimado de más de \$us 40 millones.

Tarija, Bolivia, atrae turistas por su gastronomía, que es variada, rica y diferenciada del resto del país, por su riqueza cultural, por su prodigioso valle, por su gente, etc.

PREGUNTA CIENTÍFICA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son los factores críticos que determinan la aceptación del mercado potencial en la ciudad de Tarija hacia las paletas de helado artesanal?

PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS

Planteamos la siguiente hipótesis para la pregunta de investigación:

Las personas en la ciudad de Tarija tienen una preferencia significativa por las paletas de helado artesanal que son saludables bajos en azúcares, con sabores naturales, diseños atractivos e innovadores.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar los factores más importantes que intervienen en la decisión del consumo de paletas de helado, por parte de las familias de la ciudad de Tarija.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Saber el nivel de consumo de paletas de helado en la ciudad de Tarija
- ✓ Describir los principales factores de las paletas de helado que influyen en la preferencia del mismo.
- ✓ Indicar la frecuencia y ocasiones del consumo de las paletas de helado.
- ✓ Determinar el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar.
- ✓ Conocer cuál es la empresa de paletas de helado más conocida en el mercado.
- ✓ Conocer el nivel de aceptación de las paletas de helado en el mercado Tarijeño
- ✓ Determinar los medios más adecuados mediante los cuales se distribuirá el producto que llegará a los clientes (tiendas y/o supermercados).

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La metodología se refiere principalmente al tipo de investigación que se aplicara, métodos y técnicas que se van a emplear en la investigación, como también las fuentes de donde se obtendrá información.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo la investigación de mercado se empleará la investigación exploratoria y descriptiva.

- Investigación Exploratoria: Es el primer paso que se da para buscar la información desconocida, utilizando también las entrevistas a profundidad para saber más acerca de

la aceptación o rechazo hacia el producto de las paletas de helado artesanal, la investigación exploratoria es uno de los métodos más apropiados en la primera etapa del proceso de la toma de decisiones para la empresa.

- **Investigación Descriptiva:** Se utilizó una investigación de tipo descriptiva, la misma es un tipo de investigación concluyente que tiene como principal objetivo la descripción de algo, por lo general, características o funciones de un determinado mercado. Pues de esta manera podemos determinar las percepciones de los consumidores con mayor confiabilidad este tipo de investigación tiene un propósito el cual es de cuantificar las variables de interés, para mejorar el tratamiento de los análisis de resultados lo que nos permitirá encontrar la solución del problema para la investigación.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- **Fuentes Primarias:** Se emplearon encuestas de manera directa a las personas que se seleccionaron para la venta del producto.
- **Fuentes Secundarias:** Se realizó la revisión de documentos con información y datos en relación a nuestro tema en particular. Se puede mencionar; Instituto Nacional de Estadística (INE), informes de investigación científica, páginas de internet, etc.

RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

En la investigación descriptiva se utilizó el método de la encuesta utilizando como instrumento de trabajo un cuestionario con el objetivo de contar con información más exacta, obtenida directamente por los clientes potenciales.

DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN META

La población objetivo son los habitantes de la provincia de Cercado Tarija que cuenta con 267.378 habitantes, el mercado objetivo entre el rango de edad de 18 a 59 años es de 136.363 habitantes y nuestro mercado meta conformado por habitantes en la zona urbana de Tarija es de 119.181 según datos del INE 2021, proyectado para personas de ambos sexos, datos que tomamos como base para la determinación de la muestra.



Cuadro N° 3

BOLIVIA: PROYECCIONES DE POBLACIÓN, SEGÚN DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO, 2012-2022

DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
BOLIVIA	10.356.378	10.521.247	10.685.994	10.851.103	11.016.438	11.181.861	11.347.241	11.512.468	11.677.406	11.841.955
TARIJA	503.886	513.923	523.910	533.840	543.689	553.471	563.182	572.823	582.376	591.828
Cercado										
Tarija	219.263	224.606	229.353	235.319	240.670	246.025	251.375	256.723	262.062	267.378
Aniceto Arce										
Podcayo	17.716	17.895	18.066	18.230	18.385	18.532	18.671	18.803	18.925	19.040
Bermejo	35.971	36.792	37.612	38.430	39.245	40.057	40.867	41.673	42.473	43.269
Gran Chaco										
Yacuiba	38.647	39.307	40.131	40.956	41.781	42.606	43.431	44.256	45.081	45.906



Cuadro N° 6

TARIJA: PROYECCIONES DE POBLACIÓN DE AMBOS SEXOS, SEGÚN EDAD, 2012-2022

Edad	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Total	503.886	513.923	523.910	533.840	543.689	553.471	563.182	572.823	582.376	591.828
15-19	49.086	49.729	50.373	50.933	51.380	51.770	52.227	52.760	53.369	54.055
15	10.034	10.132	10.216	10.293	10.356	10.421	10.587	10.750	10.902	11.047
16	3.348	10.071	10.169	10.253	10.331	10.393	10.458	10.623	10.785	10.937
17	3.810	3.386	10.107	10.209	10.291	10.363	10.432	10.496	10.662	10.823
18	3.673	3.843	10.019	10.140	10.242	10.326	10.403	10.467	10.530	10.695
19	3.615	3.637	3.862	10.038	10.160	10.261	10.347	10.424	10.490	10.553
20-24	46.121	46.722	47.270	47.862	48.513	49.175	49.845	50.522	51.101	51.577
20	3.517	3.609	3.633	3.861	10.036	10.161	10.261	10.351	10.428	10.435
21	3.380	3.433	3.588	3.673	3.844	10.019	10.146	10.247	10.340	10.418
22	3.235	3.349	3.465	3.563	3.649	3.823	10.001	10.129	10.230	10.327
23	3.077	3.209	3.327	3.447	3.545	3.633	3.809	3.989	10.117	10.221
24	3.312	3.062	3.197	3.318	3.439	3.539	3.628	3.806	3.986	10.116
25-29	42.215	42.967	43.733	44.497	45.229	45.934	46.578	47.164	47.791	48.474
25	3.748	3.906	3.058	3.195	3.317	3.440	3.541	3.632	3.810	3.931
26	3.591	3.746	3.906	3.060	3.197	3.321	3.444	3.547	3.638	3.818
27	3.438	3.590	3.745	3.907	3.062	3.199	3.325	3.443	3.554	3.645
28	3.291	3.436	3.590	3.745	3.908	3.065	3.202	3.330	3.455	3.559
29	3.147	3.289	3.434	3.590	3.745	3.909	3.066	3.206	3.334	3.461
30-34	38.167	39.028	39.860	40.669	41.445	42.200	42.974	43.764	44.547	45.297
30	3.006	3.145	3.289	3.435	3.591	3.748	3.913	3.070	3.212	3.340
31	7.818	8.002	8.143	8.288	8.435	8.592	8.749	8.916	9.073	9.214

► Chuquisaca | La Paz | Cochabamba | Oruro | Potosí | **Tarija** | Santa Cruz | Ber

Técnica de Muestreo Utilizado

Muestreo Aleatorio Simple

Previamente se realizó una encuesta piloto a 20 personas seleccionadas aleatoriamente comprendiendo la edad de 18 y 59 años, la cual se definió el porcentaje de probabilidad de éxito o fracaso. Donde la pregunta fue la siguiente:

¿Si usted tuviera la oportunidad de adquirir paletas de helado artesanal de mejor calidad, lo haría?

La encuesta piloto fue aplicada a veinte personas que se encuentran en la ciudad de Tarija. Se realizó con el propósito de facilitar la obtención de información necesaria para determinar las preferencias y expectativas de la población. Se evidencia que, de acuerdo a la tabulación realizada de las VEINTE personas, entrevistadas, DIECIOCHO personas encuestadas están de acuerdo con la adquisición de las paletas de helado artesanal de la mejor calidad, mientras DOS personas no estuvieron de acuerdo. Donde:

- P = Probabilidad de Éxito (De acuerdo para adquirir las paletas de helado artesanal es de un 90%).
- Q = Probabilidad de fracaso (En desacuerdo para adquirir las paletas de helado artesanal es de 10%).

$$P = 18/20 = 0,90 = 90\%$$

$$Q = 2/20 = 0,10 = 10\%$$

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra de la población se tomará un nivel de confianza del 95%.

Asumiendo un error máximo en el proceso de encuesta del 5%.

Entonces:

Nivel de Confianza = 95% = 1,96

Error = 5%

Tabla 7

Determinación de la muestra

SIMBOLOGÍA		DATOS PARA LA DETERMINACIÓN LA MUESTRA	
z^2	Nivel de confianza	95%	1,96
N	Tamaño de la población		119.181
P	Probabilidad de éxito	90%	0,90
Q	Probabilidad de fracaso	10%	0,10
e^2	Error asumido	5%	0.05
N	Tamaño de la muestra		?

Fuente: Elaboración propia

Formula:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 119.181 * 0,90 * 0,10}{(0,05)^2(119.181 - 1) + (1,96)^2 * 0,90 * 0,10} = 138.29 = 138$$

n = 138 Encuestas

El tamaño de la muestra es de 138 personas a tomar en cuenta que son de Tarija-Cercado del departamento de Tarija.

LA ENCUESTA

La encuesta se realizó de manera virtual a 138 personas, que a continuación mostramos las preguntas realizadas:

Preguntas Respuestas **138** Configuración



Plan de negocio para la producción y comercialización de Paletas de Helados Artesanales

B *I* U ↻ ✕

El presente cuestionario tiene como finalidad recabar datos para llevar a cabo un estudio de investigación estrictamente académico por la estudiante de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho. Sobre la producción y comercialización de "Paletas de helados artesanales" en la ciudad de Tarija. Los datos serán usados única y exclusivamente para propósitos académicos teniendo carácter confidencial. Por lo cual le pido y le agradezco de antemano su gentil colaboración brindada.

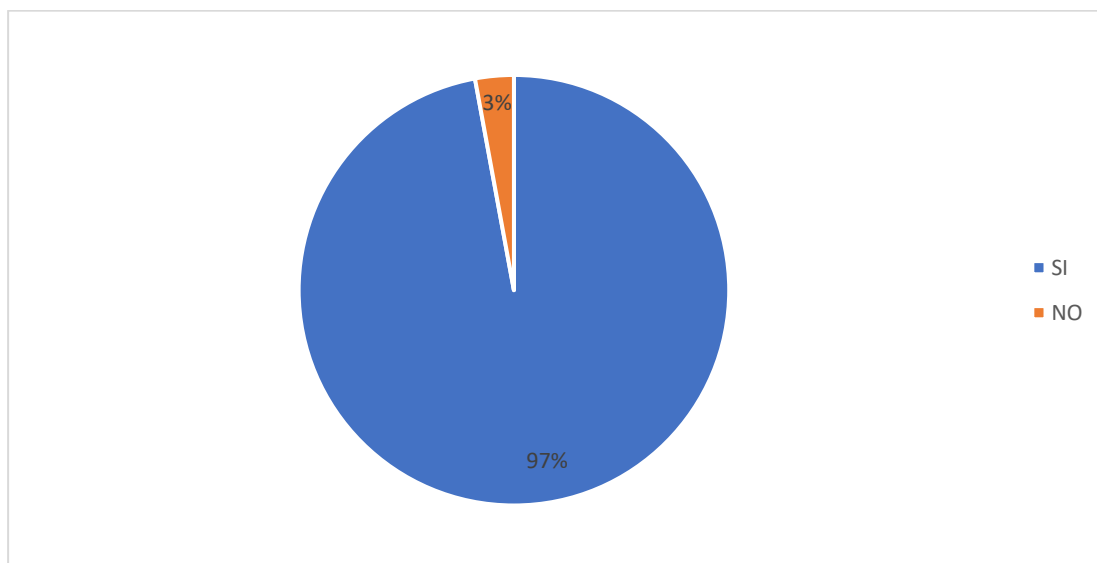
Genero

Edad

- ✓ ¿Usted consume paletas de helado?
- ✓ ¿Con que frecuencia consume usted dicho producto?
- ✓ ¿Cuál es la marca de helado que compra con mayor frecuencia
- ✓ ¿En qué lugar principalmente compra las paletas de helado?

- ✓ ¿Qué le atrae de una heladería?
- ✓ ¿Qué le parece la idea de un producto como las “Paletas de helados artesanales, “con sabores exóticos, ¿presentación innovadora?
- ✓ ¿Estaría dispuesto(a) a consumir paletas de helados artesanal?
- ✓ ¿Cuánto está dispuesto a cancelar por una paleta de helado artesanal de la mejor calidad?
- ✓ ¿De acuerdo a su preferencia, que red social considera la más importante para conocer más sobre el producto?
- ✓ Genero
- ✓ Edad

Pregunta 1 ¿Usted consume paletas de helado?



DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	134	97%
NO	4	3%
TOTAL	138	100%

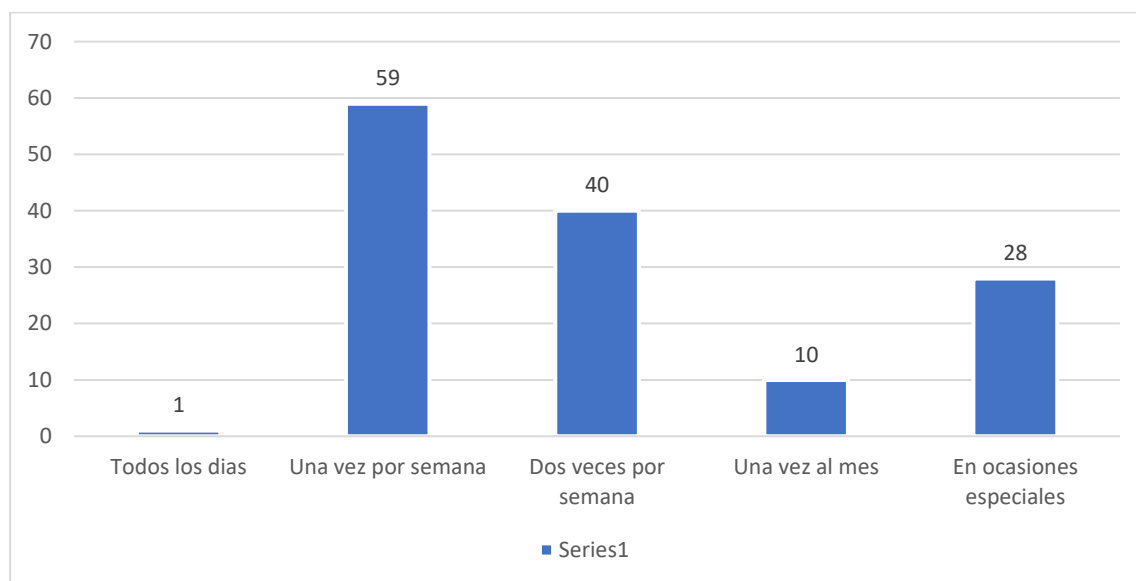
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El consumo de paletas helado es una de las preguntas más importantes para conocer la demanda del producto. Los datos que se nos proporciona son positivos el 97% respondió que sí y un porcentaje mínimo de 3% que no consume dicho producto.

Estos datos son favorables para nuestra paletería ya que existe gran consumo de este producto en la ciudad de Tarija.

Pregunta 2 ¿Con que frecuencia consume usted dicho producto?



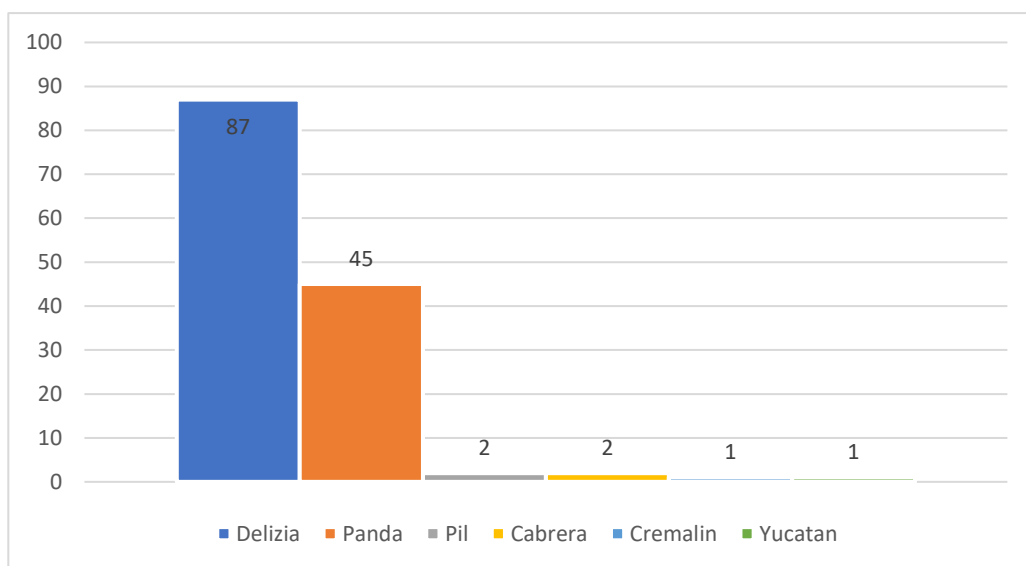
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todos los días	1	1%
Una vez por semana	59	42%
Dos veces por semana	40	29%
Una vez al mes	10	7%
En ocasiones especiales	28	21%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 42% de la población encuestada, indica que consume paletas de helado una vez por semana, el 29% indica que dos veces por semana, el 21% solo en ocasiones especiales, el 7% una vez al mes, el 1% todos los días. Estos datos son favorables para la idea de negocio ya que este producto es consumido frecuente mente, en su mayoría una vez por semana.

Pregunta 3 ¿Cuál es la marca de paletas de helado que compra con mayor frecuencia?



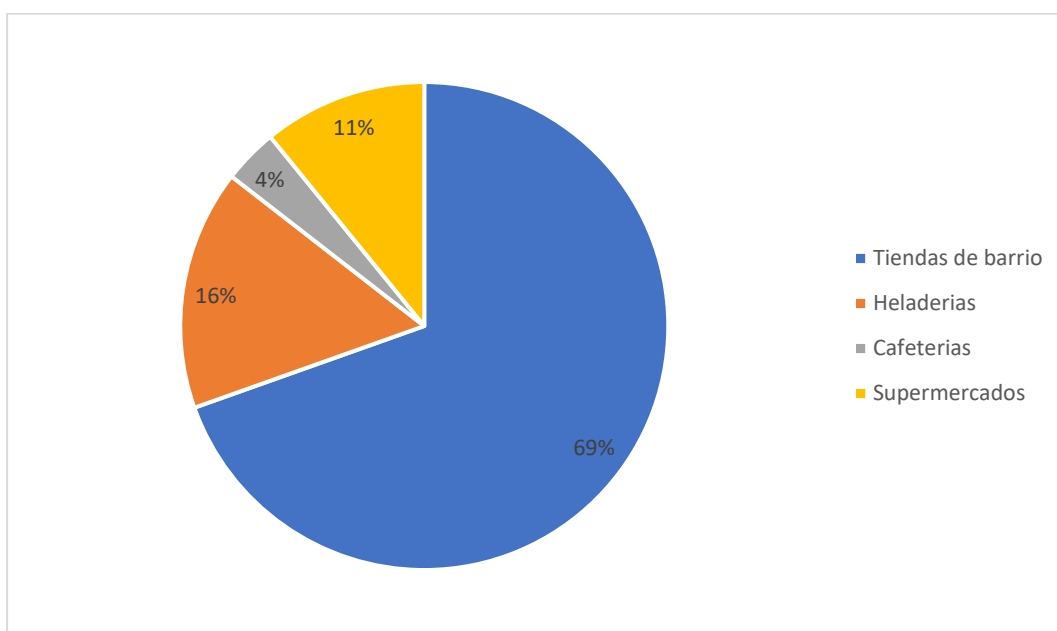
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Delizia	87	64%
Panda	45	33%
Pil	2	2%
Cabrera	2	2%
Cremalín	1	1%
Yucatán	1	1%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Con la respuesta de los encuestados obtenemos que el 64% compra paletas de helado de la empresa Delizia el 33% de la empresa Panda, el 2% de la empresa Pil y Cabrera. Estos datos nos ayudan a conocer la preferencia de la población en cuanto a paletas de helado.

Pregunta 4 ¿En qué lugar principalmente compra las paletas de helado?



DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas de barrio	96	69%
Heladerías	22	16%
Supermercados	15	11%
Cafeterías	5	4%
TOTAL	138	100%

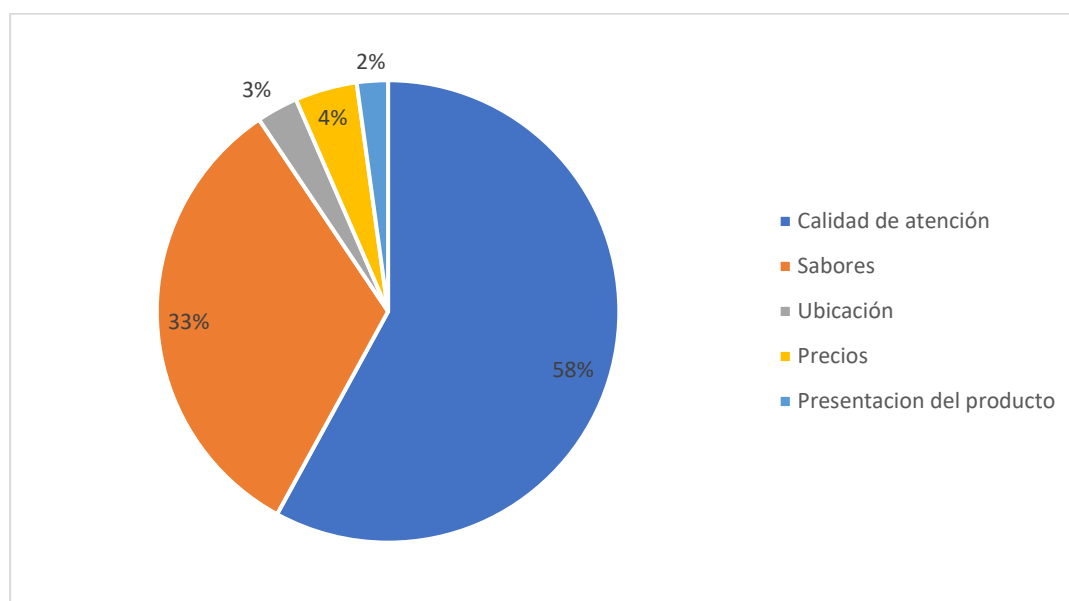
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 69% compra paletas de helado en tiendas de barrio, el 16% compra este producto en heladerías, el 11% en supermercados y el 4% en cafeterías.

Estos datos reflejan que las personas compran las paletas de helado más frecuentemente en tiendas de barrio y heladerías.

Pregunta 5 ¿Qué le atrae de una heladería?



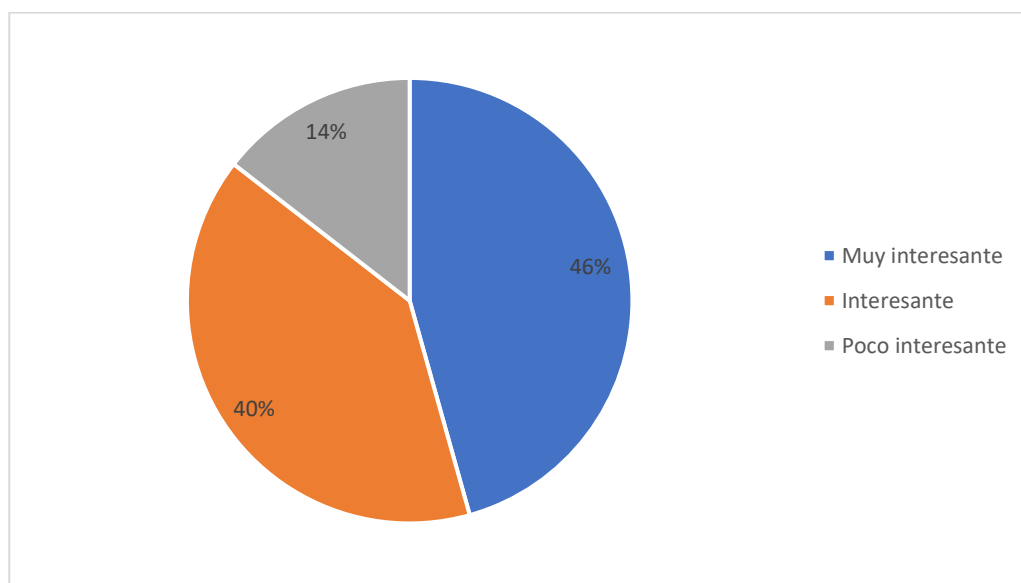
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La calidad de atención	80	58%
Sabores	45	32%
Los precios	6	5%
La ubicación	4	3%
Presentación del producto	3	2%
TOTAL	138%	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De las siete alternativas propuestas de lo que le atrae a la población de una heladería, la opción más considerada por la población el 58% es la calidad de atención y al 32% de la población le atrae una heladería por los sabores. Esta información nos es de gran utilidad conociendo lo que atrae de una heladería, la calidad de atención y los sabores al momento de elegirla por parte de la población.

Pregunta 6 ¿Qué le parece la idea de un producto como las paletas de helado artesanal con sabores exóticos y presentación innovadora?



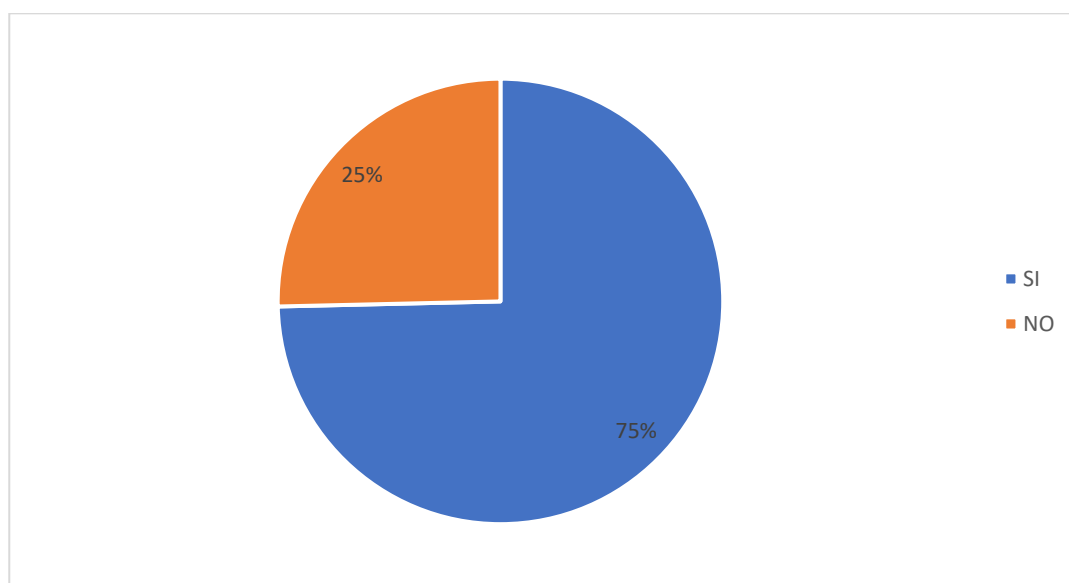
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy interesante	63	46%
Interesante	55	40%
Poco interesante	20	14%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De acuerdo con los encuestados el 45% de la población le parece muy interesante esta idea de negocio con sus características propuestas, al 39% le parece interesante y 16% poco interesante. Este resultado es muy relevante para la investigación de mercados ya que determina que el producto será aceptado en el mercado de Tarija Cercado.

Pregunta 7 ¿Estaría dispuesto(a) a consumir paletas de helado artesanal?



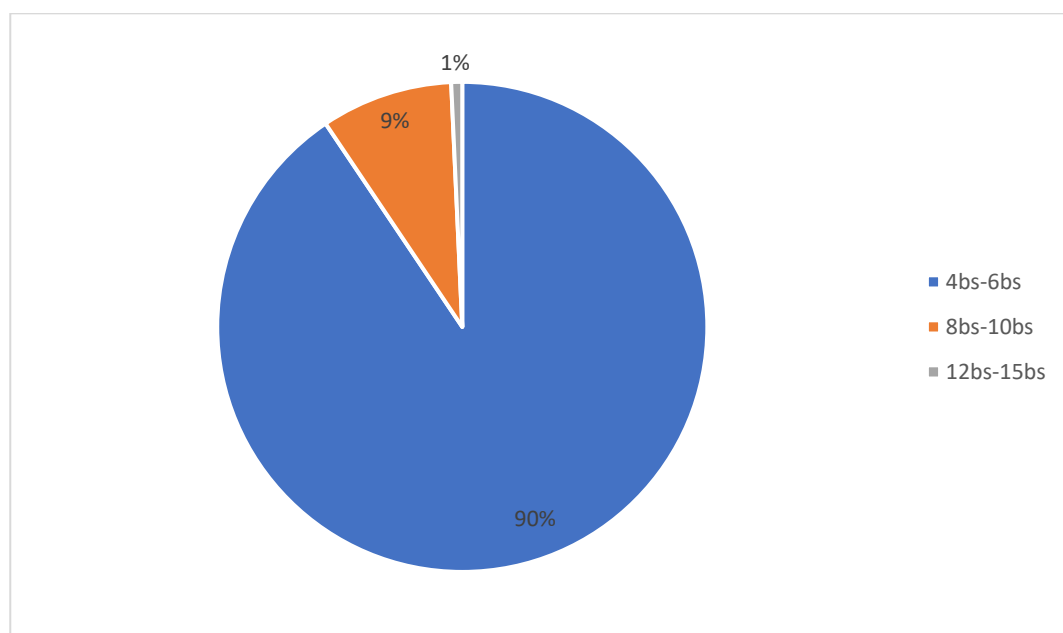
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	103	75%
NO	35	25%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 75% de la población está dispuesto a consumir paletas de helado artesanales y el 25% respondió que no. Esta información nos da a conocer que gran parte de las personas si consumirían nuestro producto.

Pregunta 8 ¿Cuánto está dispuesto a cancelar por una paleta de helado artesanal de la mejor calidad?



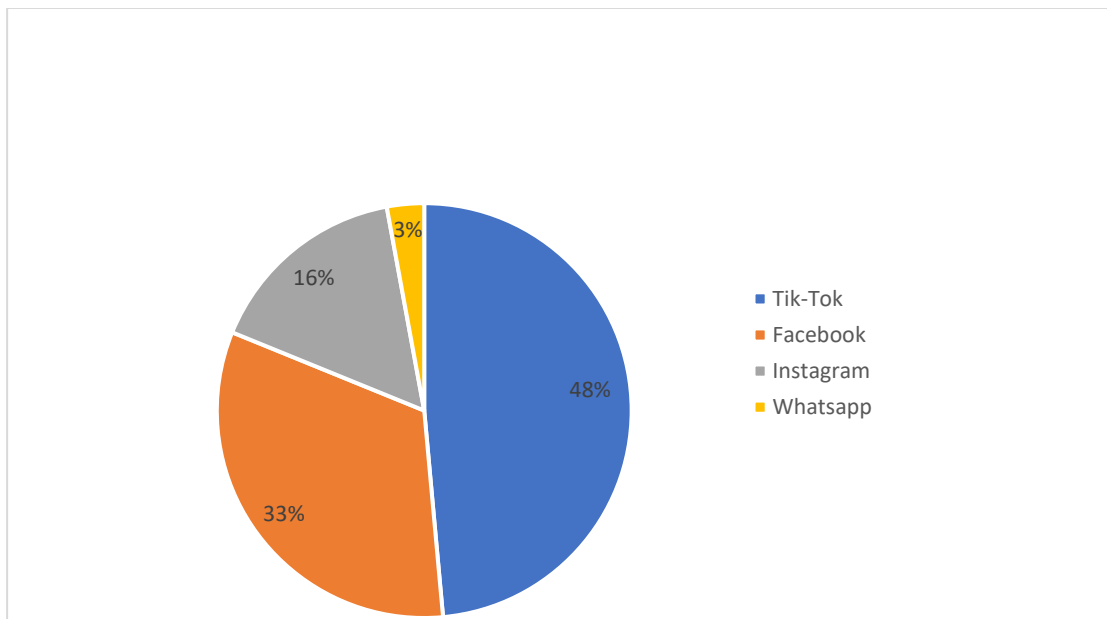
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4bs-6bs	125	90%
8bs-10bs	12	9%
12bs-15bs	1	1%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 90% de los encuestados estarían dispuestos a cancelar por una paleta de helado artesanal de la mejor calidad el monto de entre 4 a 6bs, el 9%, entre 8 a 10bs y el 1% estaría dispuesto a cancelar de 12 a 15bs. Datos que nos ayudan a poder definir el precio de venta de nuestro producto a la población Tarijeña.

Pregunta 9 ¿De acuerdo a su preferencia, que red social considera la más importante para conocer más sobre el producto?



DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	45	33%
Tik tok	67	48%
Instagram	22	16%
WhatsApp	4	3%
TOTAL	138	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 48% de la población encuesta consideran a la red social de Tik tok como la más importante para conocer acerca de nuestro producto, seguidamente el 33% Facebook, en tercer lugar, Instagram con un 16%. Esta información es muy importante ya que podemos conocer las redes sociales más importantes y de la preferencia de la población al momento de recibir información o conocer más acerca de nuestro producto.

ANEXO 3. Presupuesto de marketing

Facebook Ads Campaign Settings:

- Search: Buscar en Facebook
- Duration: 5 días, Fecha de finalización: 13 dic 2024
- Budget: Presupuesto (icono de ayuda)
- Country/Divisa: País, divisa BO, BOB (Cambiar)
- Reach: Alcance estimado: 1,7 mil - 4,9 mil cuentas del centro de cuentas por día
- Cost: Bs. 70,00 (icono de lápiz)

Tigo Mobile Plan Advertisement:

- Brand: tigo
- Service: MÓVIL (dropdown), TELE (dropdown)
- Plan Type: POSTPAGO
- Plan Name: Mega Plan 169 Ilimitado
- Price: Bs 169.00 (Valor final)
- Call to Action: PÍDELO AHORA (icono de WhatsApp)
- Footer: QUIERO QUE ME LLAMEN (icono de flecha hacia arriba)

ANEXO 4. Institución Publica

SEPREC

SEPREC > COSTOS DE SERVICIOS

Costos de Servicios

Buscar trámite

Ej. ACTUALIZACIÓN DE MATRÍCULA

N°	TRÁMITE	COSTO	PUBLICACIÓN EN GACETA ELECTRÓNICA DE REGISTRO DE COMERCIO
1	INSCRIPCIÓN DE COMERCIANTE INDIVIDUAL O EMPRESA UNIPERSONAL	Bs. 130 (Ciento treinta 00/100 bolivianos)	NO APLICA
2	INSCRIPCIÓN DE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.R.L.), SOCIEDAD COLECTIVA O SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE	S.R.L./Soc. Colectiva y en Comandita Simple: Bs. 455. (Cuatrocientos Cincuenta y Cinco 00/100 bolivianos)	Bs. 192 (Ciento noventa y dos 00/100 bolivianos)

SENAPI

Costo del Trámite

Concepto de pago: Solicitud de registro de signo distintivo y titulo de Concesión

Forma de pago: DEPOSITO

N° Cuenta Bancaria (Banco Unión): 1-4668220 (Banco Union)

Monto: 750 BS

Concepto de pago: Pago a Gaceta oficial de Bolivia

Forma de pago: DEPOSITO

N° Cuenta Bancaria (Banco Unión): 1-293633 (Banco Union)

Monto: 255 BS

ANEXO 5. Paginas en redes sociales

Facebook



Instagram



Tik tok



ANEXO 6. Producto

