



ESTUDIO DE MERCADO

Empresa “Nutrilife”

Docente: Lic. Monica Mendoza

Integrantes:

INTEGRANTES	Código SAGA	PARTICIPACIÓN
Cameo Tapia Oscar Gabriel	A25404-5	100%
Segales Sejas Andrew Eibar	A25692-7	100%
Cristian Fabian Vega Acarapi	A25050-3	100%
Keivi Remberto Veizan Pomacagua	A26161-0	100%

Semestre: Octavo Semestre

La Paz- Bolivia

2025

Índice:

1.	Introducción	4
2.	Antecedentes	5
2.1.	To Buy - Lista de Compras	5
2.2.	Casa Stok y Compra.....	5
2.3.	Grocy.....	5
3.	Descripción y Características del Producto o Servicio	6
3.1.	Características principales:	6
4.	Justificación de la Necesidad del Proyecto y Producto	7
5.	Alcance	7
6.	Diagnóstico de Mercado	8
6.1.	Diagnóstico y recopilación de información en los 5 submercados	8
6.1.1.	Proveedores.....	9
6.1.2.	Competencia	9
6.1.3.	Distribuidor	10
6.1.4.	Consumidor.....	10
6.1.5.	Externo? ‘Preguntar a alguien’	10
6.2.	Segmentación del Mercado	11
6.2.1.	Segmentación Demográfica	11
6.2.2.	Segmentación Psicográfica	12

6.2.3. Segmentación Geográfica	12
6.2.4. Segmentación Conductual	13
6.3. Tipificación de la Estructura de Mercado	15
6.3.1. Número de Vendedores	15
6.3.2. Diferencia del Producto	15
6.3.3. Existencia de barreras de entrada.....	15
6.3.4. Existencia de Información Perfecta	16
6.4. Estrategias y Oportunidades del Mercado	16
6.5. Identificación de las Variables que Afectan la Demanda de su Producto (Explicar su relación causa-efecto).....	17
6.6. Cuantificación de las Variables Identificadas en 6.5.....	18
6.6.1. Datos Históricos.....	20
6.6.2. Preferencias del Consumidor (encuesta).....	20
6.6.3. Información recopilada	21
6.7. Estimación de la Demanda (Interpretar sus resultados).....	22
6.8. Proyección de la demanda (Incluir escenarios optimista y pesimista, explicando su estimación) 23	

1. Introducción

En un mundo donde la alimentación saludable y la optimización del tiempo son cada vez más importantes, la tecnología se ha convertido en una herramienta clave para la mejora de los hábitos de consumo de las personas. Tomando en cuenta esos factores surgió “Nutrilife” con el principal propósito de brindar soluciones innovadoras en el ámbito de la nutrición, y con la ambición de ofrecer herramientas que faciliten la planificación de compras y la preparación de comidas equilibradas.

En la búsqueda de satisfacer estos objetivos la empresa desarrollara la aplicación llamada “Tu Despensa”, una plataforma creada para ayudar a los usuarios en la gestión de los víveres de manera eficiente y obtener recomendaciones de recetas basadas en los ingredientes disponibles. Este sistema buscara mejorar la calidad de la alimentación de los usuarios de la aplicación.

2. Antecedentes

En esta sección, se analizan proyectos y servicios existentes que abordan la gestión de inventarios y listas de compras, identificando sus características principales y cómo se comparan con nuestra propuesta.

2.1. To Buy - Lista de Compras

Aplicación enfocada en la creación y gestión de listas de compras.

Permite agregar productos con imágenes y categorizarlos.

No ofrece integración con recetas.

2.2. Casa Stok y Compra

Sistema diseñado para gestionar el inventario del hogar y facilitar la reposición de productos.

Proporciona alertas sobre productos que están por agotarse.

No cuenta con una integración profunda con recetas o sugerencias inteligentes de uso de ingredientes.

2.3. Grocy

Aplicación avanzada de gestión de despensa y planificación de comidas.

Permite escanear códigos de barras y llevar un control detallado del inventario.

Integración con recetas y planificación de comidas.

La interfaz puede ser compleja para usuarios que buscan una solución más sencilla.

Si bien existen diversas soluciones en el mercado, cada una presenta limitaciones en términos de integración, usabilidad o personalización. Nuestro proyecto busca combinar lo mejor

de estas soluciones, ofreciendo una herramienta intuitiva, flexible y optimizada para la planificación de comidas según los ingredientes disponibles en la despensa.

3. Descripción y Características del Producto o Servicio

Tu Despensa es un sistema multiplataforma, disponible tanto como aplicación móvil como en versión web, diseñado para optimizar el registro de los alimentos en el hogar. Su principal objetivo es ayudar a los usuarios para poder organizar los productos de su despensa de manera eficiente.

Tu Despensa ofrece un sistema inteligente de recomendaciones de recetas basado en los productos disponibles. De esta manera, los usuarios pueden descubrir nuevas opciones de comida sin necesidad de realizar compras adicionales, ayudando al usuario a lograr su objetivo.

3.1. Características principales:

- Registro de productos: Permite a los usuarios añadir artículos a su despensa de forma manual.
- Sugerencias de recetas personalizadas: Genera recomendaciones basadas en los productos disponibles en la despensa del usuario.
- Interfaz intuitiva y accesible: Diseñada para una navegación sencilla, permitiendo a cualquier persona gestionar su despensa sin complicaciones.
- Ayuda en bajar o subir de peso: Ofrece opciones de recetas ajustadas a los requerimientos calóricos y objetivos de salud del usuario.
- Plan premium y plan gratuito:
 - Plan gratuito: Acceso a las funciones básicas como registro de productos.

- Plan premium: Incluye funciones avanzadas como planificación de comidas personalizada, recomendaciones detalladas para pérdida o ganancia de peso.

4. Justificación de la Necesidad del Proyecto y Producto

Actualmente, la administración o control eficiente de la despensa y alimentarse de forma saludable son aspectos importantes para mejorar el bienestar de las personas. Sin embargo, algunas personas enfrentan dificultades para planificar sus comidas, ya sea por falta de tiempo, falta de conocimiento o no encuentran las herramientas adecuadas. Nuestro proyecto surge como una solución innovadora que combina la administración de la despensa con la generación de recetas personalizada según lo que tengas disponible en tu hogar y tus objetivos, ya sea perder o ganar peso.

Este producto será de apoyo para cualquier tipo de persona, ya que muchas personas buscan aplicaciones que les ayude a organizar su alimentación sin el desperdicio de ingredientes y sin la necesidad de tener un conocimiento pleno sobre nutrición. “Tu despensa” tendrá una tecnología avanzada, ya que para la generación de recetas se utilizará inteligencia artificial permitiendo analizar los ingredientes introducidos por el usuario. Para la mejora de la aplicación tendrá actualizaciones después de su primer lanzamiento. Otro de los objetivos de “Tu despensa” es reducir el desperdicio de alimentos, ya que los usuarios podrán aprovechar todo lo que tienen en su despensa.

5. Alcance

El público al que se dirige este proyecto está compuesto principalmente por personas que buscan optimizar su alimentación y el uso de los productos que tienen en casa. En este grupo se

encuentran los encargados del hogar, quienes gestionan la compra y el almacenamiento de alimentos, asegurándose de que nada se desperdicie y de que siempre haya opciones para cocinar. También están aquellas personas que, por falta de tiempo o planificación, a menudo se encuentran con la incertidumbre de qué preparar con lo que tienen disponible.

La idea es que la aplicación se convierta en una herramienta indispensable para ambos perfiles. Al registrar los alimentos almacenados, el usuario podrá recibir sugerencias de recetas basadas en lo que ya tiene, evitando así la necesidad de salir a comprar a última hora. Sin embargo, en caso de que una receta requiera un ingrediente extra, la app podrá recomendar su compra para que el usuario decida si quiere adquirirlo o buscar una alternativa con lo que tiene. Esto no solo mejora la eficiencia en la cocina, sino que también ayuda a reducir el desperdicio de alimentos al fomentar un consumo más consciente y planificado.

Además, se busca que el sistema sea flexible y se adapte a las preferencias individuales. Los usuarios podrán indicar si siguen una dieta específica, si tienen restricciones alimenticias o si prefieren ciertos tipos de platillos. Con el tiempo, la aplicación podrá aprender de sus hábitos y ofrecer recomendaciones más precisas.

En conclusión, no solo será una herramienta de gestión de despensa, sino una solución integral para quienes desean simplificar su día a día en la cocina, reducir desperdicios y descubrir nuevas maneras de aprovechar los ingredientes disponibles.

6. Diagnóstico de Mercado

6.1. Diagnóstico y recopilación de información en los 5 submercados

6.1.1. Proveedores

Los proveedores para nuestro proyecto son las fuentes desde donde los usuarios obtienen los productos que registran en su despensa, estos pueden ser:

Supermercados: Hipermaxi, Ketal

Productores locales: Mercados, tiendas de barrio

Aplicaciones de entrega de alimentos: Delivery, Pedidos ya!

6.1.2. Competencia

Las empresas que se enfocan en la misma necesidad que nosotros son:

6.1.2.1. Competencia Directa

Grocy: Aplicación completa para gestión de despensa e inventario con planificación de comidas.

To Buy - Lista de Compras: Se centra en listas de compras, pero no en la gestión de inventario.

Cookmate: Permite organizar recetas y gestionar ingredientes, aunque no tiene un control de despensa tan detallado.

6.1.2.2. Competencia Indirecta

MyFitnessPal: Ayuda a controlar la alimentación y la ingesta calórica, pero no gestiona la despensa.

Yuka: Escanea productos y evalúa su impacto en la salud, pero no tiene gestión de inventario ni recetas.

Amazon Dash Replenishment Service: Automatiza la compra de productos cuando detecta que se están agotando, pero solo dentro del ecosistema de Amazon.

6.1.3. Distribuidor

El propio usuario: cuando va al supermercado y compra sus alimentos.

Servicios de entrega de comida y/o alimentos: que llevan los productos al usuario.

6.1.4. Consumidor

Definimos a nuestros consumidores como usuarios interesados en la organización y usuarios sin un correcto orden y/o olvidadizos, así los dividimos en:

6.1.4.1. Usuarios Organizados

Personas que ya llevan un registro manual de su despensa y buscan una herramienta digital para poder manejar de manera sencilla y fácil.

6.1.4.2. Usuarios Olvidadizos

Personas que suelen olvidar los alimentos que tienen en su despensa y necesitan llevar un registro de su despensa para así no desperdiciar comida.

6.1.5. Externo

Existen factores fuera del control de la empresa que pueden influir en su desarrollo y crecimiento:

- Económicos: La inflación y el costo de los alimentos pueden afectar la forma en que los consumidores gestionan sus compras y la adopción de herramientas digitales.
- Sociales: Creciente interés por una alimentación saludable, reducción del desperdicio de alimentos y sostenibilidad pueden beneficiar la adopción de la aplicación.
- Tecnológicos: El desarrollo de inteligencia artificial y la automatización de procesos pueden mejorar las recomendaciones de recetas y la integración con supermercados.

- Legales: Regulaciones sobre privacidad y manejo de datos pueden influir en cómo la aplicación almacena información sobre los hábitos de compra y consumo de los usuarios.

6.2. Segmentación del Mercado

El mercado objetivo de Tu Despensa está compuesto por personas que buscan optimizar la gestión de sus alimentos y mejorar su alimentación.

6.2.1. Segmentación Demográfica

Este segmento analiza las características poblacionales de los usuarios potenciales:

- Edad: Principalmente adultos jóvenes y adultos entre 20 y 45 años, que buscan optimizar su alimentación y tiempo en la cocina. También incluye familias que desean organizar mejor su despensa.
- Sexo: Dirigido tanto a hombres como mujeres, aunque puede haber un mayor interés entre quienes tienen el rol de gestionar la compra de alimentos en el hogar.
- Ingresos y ocupación: Personas con ingresos medios y altos, que buscan optimizar su alimentación y reducir desperdicios. También puede incluir a estudiantes y jóvenes profesionales con un estilo de vida independiente.
- Nivel educativo: En su mayoría, personas con educación secundaria o superior, que valoran la tecnología para mejorar su organización personal.
- Región: Enfocado en la población de La Paz, Bolivia, donde existe un interés creciente en la planificación de comidas y una tendencia hacia un consumo más inteligente.

- Clase social: Clases media y alta que buscan herramientas digitales para facilitar su vida diaria.

6.2.2. *Segmentación Psicográfica*

Aquí se analiza el estilo de vida y los valores que pueden influir en el uso de la aplicación:

- Estilo de vida: Personas ocupadas que buscan optimizar su tiempo y reducir el estrés de planificar comidas. También incluye a quienes desean una alimentación más saludable y consciente.
- Valores y personalidad: Usuarios preocupados por la sostenibilidad y el desperdicio de alimentos.
- Personas interesadas en la alimentación saludable y la planificación nutricional.
- Individuos tecnológicamente adaptados, que prefieren soluciones digitales para mejorar su organización diaria.

6.2.3. *Segmentación Geográfica*

Dado que el proyecto está enfocado en La Paz, Bolivia, se consideran factores geográficos como:

- Ubicación urbana: Principalmente en la ciudad de La Paz, donde el acceso a supermercados y tecnología es mayor.
- Barrios con alto acceso a internet y celulares: Público objetivo con mayor facilidad para utilizar aplicaciones digitales.

6.2.4. Segmentación Conductual

La segmentación conductual divide el mercado según el comportamiento de los consumidores, considerando factores como la frecuencia de uso, lealtad a la marca y beneficios buscados.

6.2.4.1. Según la Frecuencia de Uso

Usuarios Frecuentes:

- Personas que utilizan la app regularmente para registrar productos y recibir sugerencias de recetas.
- Suelen planificar sus comidas y hacen compras organizadas.
- Son más propensos a suscribirse a un **plan premium** para obtener funciones avanzadas.

Usuarios Ocasionales:

- Personas que solo utilizan la app cuando necesitan organizar su despensa o planificar compras grandes.
- No dependen completamente de la app, pero la encuentran útil en situaciones específicas.
- Pueden convertirse en usuarios frecuentes con una buena estrategia de fidelización (notificaciones, consejos personalizados, etc.).

Usuarios Nuevos o Potenciales:

- Personas que descargan la app por curiosidad o tras ver una recomendación.
- Necesitan una **experiencia intuitiva** y una guía inicial para mantenerse activos.

- Las notificaciones y la educación sobre los beneficios del sistema pueden ayudar a retenerlos.

6.2.4.2. Según el Nivel de Lealtad

Usuarios Leales:

- Personas que confían en la app y la usan como su principal herramienta para la gestión de despensa.
- Son más propensos a recomendar la app y pagar por funciones adicionales.

Usuarios Exploradores:

- Personas que han probado la app, pero también usan otras opciones como Grocy o listas de compras tradicionales.

Usuarios Inactivos o en Riesgo de Abandono:

- Descargaron la app pero no la usan regularmente.

6.2.4.3. Según los Beneficios Buscados

Usuarios que buscan organización:

- Priorizan la facilidad de uso y la rapidez para ingresar productos.
- Quieren un sistema simple para recordar qué tienen en su despensa.

Usuarios que buscan mejorar su alimentación:

- Interesados en la planificación de comidas y recetas personalizadas.
- Pueden estar interesados en funciones avanzadas como seguimiento de calorías o recomendaciones para bajar o subir de peso.

Usuarios preocupados por el desperdicio de alimentos:

- Buscan reducir las pérdidas de comida y optimizar sus compras.
- Valoran las alertas de caducidad y sugerencias para aprovechar ingredientes antes de que se echen a perder.

6.3. Tipificación de la Estructura de Mercado

Para definir la estructura de mercado en la que se encuentra Tu Despensa, analizamos 4 variables:

6.3.1. *Número de Vendedores*

El mercado de aplicaciones para la gestión de despensa y planificación de comidas es competitivo, pero aún en desarrollo en Bolivia.

- Existen diversas aplicaciones internacionales como Grocy, Casa Stok y Compra, y To Buy que ofrecen soluciones similares.

6.3.2. *Diferencia del Producto*

Tu Despensa no solo permite listar productos de la despensa, sino que ofrece sugerencias personalizadas de recetas y ayuda a los usuarios a planificar su alimentación.

- A diferencia de otras apps, incorpora un enfoque en la nutrición y el control de peso.
 - Competidores como Grocy ofrecen gestión avanzada, pero su interfaz es más compleja.
- Tu Despensa apunta a una experiencia más intuitiva.

6.3.3. *Existencia de barreras de entrada*

En términos de barreras de entrada:

- Bajas barreras tecnológicas: Cualquiera con conocimientos en desarrollo de software puede crear una app similar.
- Baja inversión inicial: No se requiere infraestructura física, solo desarrollo y marketing digital.
- Fidelización como barrera: Una vez que los usuarios ingresan su inventario y recetas en una app, es menos probable que cambien a otra.

6.3.4. Existencia de Información Perfecta

Actualmente, la gestión de despensa digital no es ampliamente conocida en Bolivia.

- Falta de información: Muchos consumidores aún no están familiarizados con la idea de usar una app para administrar su despensa.
- Estrategia clave: Será necesario educar al usuario sobre los beneficios a través de marketing de contenido y campañas informativas.

6.4. Estrategias y Oportunidades del Mercado

Para posicionar Nutrilife y su aplicación "Tu Despensa" en el mercado, se implementarán estrategias enfocadas en la diferenciación y la accesibilidad. Una de las principales estrategias será la integración con inteligencia artificial para proporcionar recomendaciones personalizadas de recetas basadas en los ingredientes disponibles en la despensa del usuario.

Entre las oportunidades identificadas en el mercado, destaca el creciente interés por la alimentación saludable y la reducción del desperdicio de alimentos, lo que puede impulsar la adopción de la aplicación.

Finalmente, el desarrollo de modelos de negocio como suscripciones premium o publicidad de marcas de productos saludables permitirá la sostenibilidad y escalabilidad del proyecto.

6.5. Identificación de las Variables que Afectan la Demanda de su Producto (Explicar su relación causa-efecto)

VARIABLES	RELACIÓN	FUENTE	SECUNDARIA	PRIMARIA
Precio	Inversa	Primaria	Índices de precios de alimentos (INE, FMI) Encuesta a potenciales usuarios preguntando: <i>"¿Estarías dispuesto a pagar por una aplicación que te ayude a gestionar tu despensa? ¿Cuánto pagarías?"</i>	-
Ingresos	Directa	Secundaria	Datos de ingresos promedio en Bolivia del Instituto Nacional de Estadística (INE).	-
Bienes complementarios	Directa	Primaria	-	Hornos inteligentes
Bienes sustitutos	Inversa	Primarias	-	Freidoras de aire inteligentes

Tendencias de alimentación saludable	Directa	Secundaria	Reportes de tendencias de alimentación y nutrición	
--------------------------------------	---------	------------	--	--

6.6. Cuantificación de las Variables Identificadas en 6.5

- Precio vs. Demanda

Precio mensual del servicio (Bs)	Cantidad de personas dispuestas a suscribirse	% de aprobación
15	42	84%
25	37	74%
35	31	62%
45	23	46%
55	17	34%
65	9	18%

- Ingresos vs Demanda

Nivel de Ingreso Mensual (Bs)	Demanda mensual estimada (Bs)	% del Ingreso
2,500	20	1.6 %
5,000	28	1.44 %
7,500	35	1.27 %
10,00	45	1.15 %
12,500	59	1.04 %

15,000	70	0.97 %
--------	----	--------

- Bienes Complementarios

Posesión de hornos inteligentes	Disposición de usar nuestro Sistema
Si posee 12 personas	8.4
No posee 38 personas	5.7

- Bienes Sustitutos

Uso de servicios similares	Cambiar a Tu Despensa (escala 1 - 10)
Usa servicios similares = 18 personas	4.2
No usa servicios similares = 32 personas	7.8

- Tendencias de alimentación saludable

Interés en alimentación saludable	Disposición a usar Tu Despensa (escala 1 – 10)
Alto = 21 personas	8.7
Medio = 19 personas	6.3
Bajo = 10 personas	3.1

6.6.1. Datos Históricos

6.6.1.1. Uso de aplicaciones móviles relacionadas con la alimentación

En 2024, el mercado de aplicaciones móviles alcanzó un valor aproximado de 230.210 millones de dólares. Se proyecta que este mercado crezca a una tasa anual compuesta del 14,1% entre 2025 y 2034, llegando a 754.560 millones de dólares en 2034.

En Bolivia, el mercado de aplicaciones de entrega de alimentos ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años

- **PedidosYa:** La más popular, con una gran variedad de restaurantes.
- **Yango:** Expandiéndose rápidamente, con más de 450 establecimientos afiliados.
- **Yaigo:** Plataforma local que ofrece entrega de comida y otros productos.
- **Hugo App:** Proporciona servicios de entrega de comida, farmacia y más

6.6.1.2. Tendencias en alimentación saludable

La creciente preocupación por la salud y el bienestar ha impulsado la adopción de aplicaciones relacionadas con la alimentación saludable. Por ejemplo, aplicaciones como Too Good To Go han alcanzado hitos significativos al salvar alimentos del desperdicio, reflejando una tendencia hacia el consumo responsable.

6.6.2. Preferencias del Consumidor (encuesta)

Edad:

18 – 25

26 - 45

Bienes complementarios (Hornos inteligentes)

¿Tienes algún electrodoméstico inteligente en tu cocina?

☐ Sí

☐ No

¿Si tuvieras un horno inteligente, te gustaría que la aplicación sugiriera recetas basadas en su configuración y funciones?

☐ Sí

☐ No

Bienes sustitutos (Freidoras de aire inteligentes)

¿Usas una freidora de aire para cocinar frecuentemente?

☐ Sí

☐ No

¿Preferirías una aplicación que se enfoque solo en recetas para freidoras de aire o que contemple todo tipo de cocina?

☐ Solo freidoras de aire

☐ Todo tipo de cocina

6.6.3. Información recopilada

6.6.3.1. Fuentes de informacion

Datos recopilados del INE: [Inicio - CENSO BOLIVIA](#)

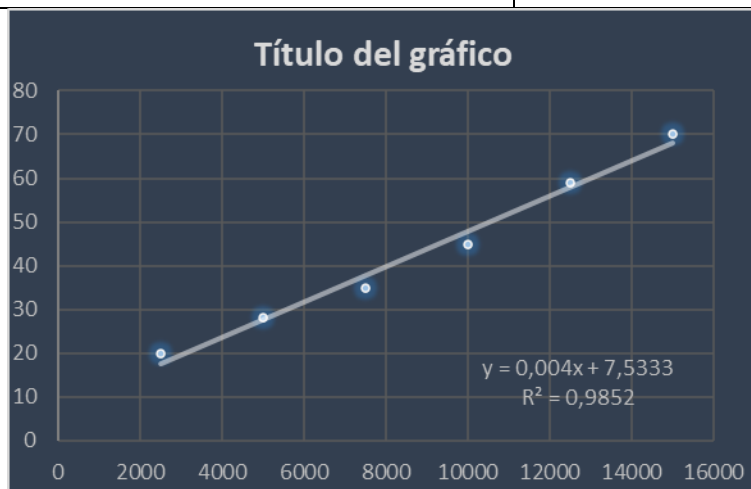
Datos de aplicaciones mobiles utilizadas: [Mercado de Aplicaciones Móviles, Estudio, Informe 2025-2034](#)

Los resultados de los datos mencionados se verán a continuación.

6.7. Estimacion de la Demanda (Interpretar sus resultados)

En la siguiente tabla se muestra los ingresos promedio mensual de una perosna boliviana desde un salario mínimo y la demanda mensual estimada de lo que una persona puede llegar a pagar por la suscripción mensual de la aplicación dependiendo del salario que tenga.

Ingreso promedio mensual	Demanda mensual estimada
(Bs)	(Bs)
2500	20
5000	28
7500	35
10000	45
12500	59
15000	70



$$\text{Demanda mensual estimada} = 0,004 * (\text{Ingresos promedio mensual}) + 7,5333$$

Donde:

Demanda mensual estimada sin ingresos = 7,5333 Bs (Costo mensual del plan premium) de la aplicación).

Demanda mensual estimada con ingresos del sueldo mínimo (2500bs) = 17,5333 Bs. (Costo mensual del plan premium) de la aplicación).

Se realizó la estimación de mercado con el salario mínimo para que la app pueda ser accesible para la mayoría de nuestro mercado. Ya que si bien existe un 7,8% de la población boliviana que gana menos del salario mínimo, existe un 32,2% de la población que gana el salario mínimo y superior al salario mínimo.

6.8. Proyección de la demanda (Incluir escenarios optimista y pesimista, explicando su estimación)

Para sacar la proyección de la demanda sacamos el error de la estimación hallada.

Donde:

Error = ERROR.TIPICO.XY(Demanda mensual estimada; Ingreso promedio mensual)

Error = 2,5838

Sacamos el escenario optimista y pesimista donde necesitaremos nuestro nivel de confianza el cual es:

$$R^2 = 0,9852$$

Para sacar el escenario optimista tenemos que sumar nuestra estimación de la demanda obtenida con nuestro nivel de confianza y multiplicarlo por el error obtenido.

$$\text{Escenario optimista} = 17,5333 + 0,98 * 2,58 = 20,065\text{Bs}$$

Si nos basamos en el salario mínimo con ingreso nuestro escenario optimista es que el precio de la suscripción de la aplicación sea de 20bs mensualmente.

Para sacar el escenario pesimista tenemos que restar la estimación de la demanda con nuestro nivel de confianza y multiplicarlo por el error obtenido.

$$\text{Escenario pesimista} = > 17,5333 - 0,98 * 2,58 = \mathbf{15,001Bs}$$

Si nos basamos en el salario mínimo con ingreso nuestro escenario pesimista es que el precio de la suscripción de la aplicación sea de 15bs mensualmente.