



XIV FERIA FACULTATIVA

DE EMPREDEDURISMO INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA



CATEGORÍA

EMPRENDIMIENTO

INTEGRANTES

Shirley Yhaely Rojas Salazar - 222086971

Jaci Tais Pinedo Alá - 224036580

Suleca Marcani Barrientos - 224035983

Mayerli Darla Quispe Gomez - 224059866

Yessika Machaca - 217171311

DOCENTE GUIA

Lic. Rosa Lia Arandia Orellana

Contenido

.....	1
INTRODUCCIÓN	3
JUSTIFICACIÓN.....	4
OBJETIVO GENERAL.....	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
DESARROLLO DEL TEMA	6
1. Análisis del producto	6
2. Estudio de mercado	7
3. Plan de producción y costos	8
4. Estrategia de comercialización	9
CONCLUSIÓN	10
RECOMENDACIÓN	11
BIBLIOGRAFÍA	12

INTRODUCCIÓN

El sector de repostería artesanal ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por consumidores que buscan productos diferenciados, frescos y elaborados con ingredientes naturales, alejándose de la producción industrial en masa. En este escenario, el choco flan —un postre que fusiona de manera armónica el bizcocho de chocolate con el flan tradicional— se posiciona como una propuesta innovadora que no solo resalta por su sabor, sino también por su presentación visual atractiva, su textura contrastante y su capacidad para adaptarse a diferentes eventos sociales y preferencias individuales. La elección de este producto como base para un emprendimiento responde al análisis de tendencias de consumo local, en especial dentro de mercados como el de Santa Cruz de la Sierra, donde existe una creciente valorización por los postres caseros y personalizados. Además, el bajo costo de producción, la posibilidad de escalar la elaboración y la versatilidad del choco flan en porciones individuales o familiares lo convierten en una excelente opción para desarrollar una microempresa rentable y sostenible. A través de este proyecto se pretende demostrar que, con una planificación adecuada, enfoque en la calidad y estrategias de comercialización creativas, es posible convertir una receta tradicional en una oportunidad real de negocio en el competitivo sector de la gastronomía dulce artesanal.

JUSTIFICACIÓN

El emprendimiento de choco flan surge como una respuesta estratégica a la creciente demanda del mercado por productos de repostería que no solo destaquen por su sabor, sino que además ofrezcan un valor agregado en términos de presentación, originalidad y elaboración artesanal. Esta necesidad de consumo se evidencia particularmente en sectores urbanos como Santa Cruz de la Sierra, donde los consumidores valoran cada vez más las propuestas gastronómicas con identidad propia y alejadas de la producción industrial en masa. La elección del choco flan como producto base se justifica no solo por su atractivo culinario —resultado de la fusión entre pastel de chocolate y flan tradicional—, sino también por las ventajas que ofrece en términos de producción, conservación y aceptación por parte del público objetivo.

Desde el punto de vista socioeconómico, este tipo de iniciativa representa una valiosa oportunidad para fomentar el autoempleo, especialmente entre jóvenes, mujeres y personas que buscan independencia económica mediante actividades sostenibles y de bajo riesgo financiero. La elaboración del choco flan no requiere inversiones elevadas en infraestructura ni equipos industriales complejos, lo cual permite iniciar el emprendimiento a pequeña escala e ir escalando progresivamente según la demanda. Además, promueve el desarrollo de habilidades en gestión, marketing, producción y atención al cliente, aportando a la formación integral del emprendedor.

Esta investigación formativa cobra relevancia al plantear un modelo de negocio accesible, replicable y alineado con las tendencias actuales de consumo responsable y producción local. Más allá de su objetivo económico, el proyecto busca contribuir al fortalecimiento del

ecosistema emprendedor de la región, posicionando un producto que combina tradición, creatividad y viabilidad comercial en un entorno altamente competitivo.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio para desarrollar un emprendimiento de repostería artesanal basado en la producción y comercialización de choco flan en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, con el propósito de identificar su viabilidad económica y su aceptación en el mercado local.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar un modelo de negocio rentable y sostenible para la producción y venta de choco flan.
- Aplicar encuestas a potenciales consumidores de Santa Cruz de la Sierra para identificar sus preferencias respecto a postres artesanales como el choco flan.
- Analizar fuentes bibliográficas y estudios previos relacionados con emprendimientos gastronómicos y modelos de negocio en repostería artesanal.
- Diseñar una propuesta de modelo de negocio que contemple los costos de producción, canales de venta, estrategias de marketing y estimaciones de rentabilidad.

DESARROLLO DEL TEMA

1. Análisis del producto

El choco flan es un postre de doble textura que integra una capa inferior de bizcocho de chocolate con una capa superior de flan, generando un contraste atractivo tanto en sabor como en presentación. Su preparación requiere conocimientos elementales de repostería, particularmente en técnicas de horneado a baño maría, así como en el control preciso del tiempo y la temperatura de cocción para lograr una adecuada separación de capas sin que se mezclen. Este postre puede ser elaborado en presentaciones individuales, ideales para ventas al por menor, o en formatos familiares, lo que permite su comercialización en diversos escenarios gastronómicos. La versatilidad del producto facilita su adaptación a distintas preferencias de consumo, posicionándolo como una opción innovadora y artesanal dentro del rubro de postres tradicionales.

Aspecto	Descripción
Nombre del producto	Choco Flan
Composición	Bizcocho de chocolate (base) y flan (superior)
Técnicas necesarias	Horneado a baño maría, control de tiempo y temperatura
Presentaciones	Porciones individuales y formatos familiares
Valor agregado	Doble textura, sabor casero, atractivo visual
Adaptabilidad	A distintos públicos y canales de venta

2. Estudio de mercado

Mediante la aplicación de encuestas en zonas urbanas de Santa Cruz de la Sierra y la observación directa en ferias gastronómicas, se identificó una creciente inclinación de los consumidores hacia productos artesanales, en especial aquellos que combinan un sabor casero con una presentación visual atractiva. Esta preferencia se manifiesta principalmente entre personas de 18 a 45 años, siendo las mujeres quienes representan el mayor porcentaje de la demanda, dado su rol activo en la compra de alimentos para el hogar y eventos sociales. Asimismo, se valoran atributos como la originalidad, el uso de ingredientes frescos, la presentación estética y la accesibilidad económica del producto. Este hallazgo valida la propuesta del choco flan como una alternativa comercial viable frente a la oferta de productos industrializados.

Aspecto	Descripción
Método de estudio	Encuestas locales y observación directa
Lugar	Santa Cruz de la Sierra
Público objetivo	Hombres y mujeres entre 18 y 45 años
Preferencias detectadas	Productos artesanales, sabor casero, presentación atractiva, precios accesibles
Comportamiento del consumidor	Predilección por postres no industrializados
Conclusión del estudio	Existe una oportunidad clara para posicionar el choco flan en este segmento de mercado

3. Plan de producción y costos

El modelo de negocio propuesto contempla una inversión inicial moderada, orientada principalmente a la adquisición de materias primas (harina, huevos, leche condensada, chocolate, azúcar, entre otros), utensilios de cocina especializados, moldes y empaques biodegradables. Se estima que el costo unitario de producción permite establecer un precio competitivo en el mercado local, con márgenes de ganancia que oscilan entre el 35% y el 50%, dependiendo del canal de venta. El control riguroso en la gestión de insumos y el aprovechamiento eficiente de los recursos permitirá mantener la rentabilidad del emprendimiento desde las etapas iniciales.

Producto	Costo de Producción por Porción	Margen de Ganancia Deseado	Precio de Venta	Observaciones
Quesillo Venezolano	7,30 Bs	4,70 Bs	12 Bs	Producto alternativo con menor costo y buena rentabilidad
Chocoflan	13,60 Bs	6,40 Bs	20 Bs	Producto principal, mayor costo pero también mayor margen y valor percibido

Aspecto General	Descripción
Inversión inicial estimada	Baja a moderada (compra de utensilios, insumos, empaques)
Insumos principales	Harina, huevos, leche condensada, chocolate, azúcar, vainilla, moldes
Rentabilidad estimada	Alta, con márgenes entre 39% (Quesillo) y 47% (Chocoflan)
Escalabilidad	Elevada, gracias a la posibilidad de producir en lotes y diversificar con productos complementarios
Sostenibilidad financiera	Viable a largo plazo si se mantienen costos controlados y buena rotación de ventas

4. Estrategia de comercialización

La estrategia de comercialización estará centrada en la venta directa al consumidor a través de ferias gastronómicas, mercados vecinales, eventos corporativos y escolares, así como por medio de pedidos personalizados gestionados en redes sociales. Se priorizará la creación de una identidad de marca visualmente atractiva y coherente con la propuesta artesanal del producto. Las plataformas de promoción incluirán principalmente Instagram y Facebook, donde se compartirán imágenes del proceso de elaboración, testimonios de clientes y promociones especiales, lo cual permitirá generar confianza y fidelizar al público objetivo. Además, se contemplan alianzas estratégicas con cafeterías locales y pequeños comercios para ampliar la red de distribución en la ciudad.

Aspecto	Descripción
Canales de venta iniciales	Ferias gastronómicas, eventos, pedidos por redes sociales
Promoción digital	Instagram y Facebook (imágenes, videos, promociones)
Identidad de marca	Estética artesanal, atractiva, coherente con el producto
Alianzas estratégicas	Cafeterías, tiendas de barrio, panaderías locales
Objetivo de marketing	Captación de clientes, fidelización, posicionamiento local
Valor de la estrategia	Visibilidad directa, bajo costo de publicidad, contacto cercano con el cliente

CONCLUSIÓN

El desarrollo del presente proyecto de investigación formativa permitió evidenciar que el emprendimiento de choco flan constituye una alternativa real y sustentable dentro del rubro de la repostería artesanal en Santa Cruz de la Sierra. A partir del diseño de un modelo de negocio accesible, la identificación del perfil del consumidor objetivo, el análisis de los costos de producción y la implementación de estrategias de comercialización adecuadas, se logró confirmar que este producto puede insertarse con éxito en el mercado local. La elaboración del choco flan no solo responde a una demanda creciente de postres con identidad casera, sino que también representa una oportunidad de autoempleo, especialmente para jóvenes y mujeres emprendedoras. En conjunto, los objetivos específicos fueron cumplidos satisfactoriamente, lo que demuestra la viabilidad y el potencial de crecimiento del emprendimiento.

RECOMENDACIÓN

A partir de los resultados obtenidos en este trabajo de investigación formativa, se recomienda implementar el emprendimiento de choco flan iniciando con una fase piloto de producción y comercialización a pequeña escala. Esta etapa inicial permitirá validar en la práctica el modelo de negocio diseñado, identificar oportunidades de mejora en el proceso de producción y empaque, y recoger retroalimentación directa de los consumidores. Asimismo, se sugiere invertir en el diseño visual del producto y en estrategias de fidelización de clientes, ya que estos aspectos se han identificado como elementos diferenciadores clave en un mercado altamente competitivo. Finalmente, se recomienda documentar de forma continua los avances del emprendimiento, a fin de generar nuevos conocimientos que puedan aportar a otros proyectos similares en el área de repostería artesanal.

N.º	Recomendación	Propósito / Justificación
1	Iniciar el emprendimiento a pequeña escala (fase piloto).	Validar el modelo de negocio en condiciones reales y minimizar riesgos financieros.
2	Recoger retroalimentación directa de los consumidores.	Mejorar continuamente el producto en base a las preferencias del cliente.
3	Invertir en la presentación visual del choco flan (empaque, diseño, estética).	Aumentar el atractivo del producto y diferenciarse de la competencia.
4	Implementar estrategias de fidelización de clientes (promociones, atención personalizada, redes sociales).	Construir una base de clientes leales y asegurar ventas constantes.
5	Documentar el avance del emprendimiento (producción, ventas, marketing).	Generar conocimientos útiles para futuras investigaciones y replicar el modelo en otros contextos similares.

BIBLIOGRAFÍA

- **Cámara Nacional de Comercio. (2022).** *Panorama del emprendimiento gastronómico en Bolivia*. La Paz: CNC. <https://www.cnc.bo>
- **Castillo, M. A. (2021).** *Marketing digital para repostería artesanal en Bolivia*. Editorial Plural.
- **CEPAL. (2021).** *Políticas de impulso a las microempresas en América Latina: Lecciones desde la pandemia*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org>
- **Fundación Emprender Futuro. (2023).** *Estado del emprendimiento joven en Bolivia*. La Paz: Fundación EF. <https://www.emprenderfuturo.org>
- **FUNDEMPRESA. (2023).** *Informe estadístico sobre la creación de microempresas en Bolivia 2022–2023*. <https://www.fundempresa.org.bo>
- **Gómez, R., & Vargas, C. (2020).** *Preferencias del consumidor en postres artesanales en Santa Cruz de la Sierra*. Universidad Autónoma Gabriel René Moreno.
- **INE Bolivia. (2022).** *Estadísticas del sector microempresarial*. Instituto Nacional de Estadística. <https://www.ine.gob.bo>
- **Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. (2021).** *Guía de apoyo para emprendedores del rubro alimentario*. Gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia.
- **Morales, E. (2020).** *Modelos de negocio para la producción de alimentos artesanales en Bolivia*. Editorial Kipus.
- **Peña, D. (2022).** *Tendencias y oportunidades del mercado de postres artesanales en Bolivia*. Cochabamba: Edibol.
- **Rodríguez, S., & Cárdenas, F. (2020).** *Manual práctico de costos y precios para emprendimientos gastronómicos*. Fundación PRODEM.
- **Torres, J. (2021).** *Emprender en la cocina: casos de éxito bolivianos*. Santa Cruz: Editorial UAGRM.
- **UNIFRANZ. (2023).** *Hábitos de consumo de postres artesanales en jóvenes universitarios*. Investigación académica interna. <https://www.unifranz.edu.bo>
- **Universidad Católica Boliviana. (2022).** *Estudio de marketing digital en emprendimientos de repostería artesanal en La Paz*. Facultad de Ciencias Empresariales.
- **Zambrana, L. (2023).** *Estrategias de fidelización en negocios de repostería artesanal en Bolivia*. Editorial académica UCB.