



XIV FERIA FACULTATIVA

DE EMPRENDEDURISMO INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA



NOMBRE DEL PROYECTO: EL JARDÍN DE LOS FRUTOS SECOS

CATEGORÍA

EMPRENDIMIENTO

INTEGRANTES

Laura Ochoa Marcani N° 221012699

María Jose Mendoza Sanchez N° 222164360

Carmen Fabiola Cruz Fernandez N° 213076209

Samara Burgos Rojas N° 223037567

DOCENTE GUIA

LIC. FAUSTO MENDOZA IRIARTE

CPA360 "FM"

A vibrant illustration of various nuts and dried fruits. In the center, a white circular label with a green scalloped border contains the text 'EL JARDÍN DE LOS FRUTOS SECOS'. Surrounding the label are several walnuts, almonds, pistachios, pecans, and pieces of dried citrus and other fruits, all rendered in a detailed, illustrative style with soft shadows and highlights.

**EL JARDÍN
DE LOS
FRUTOS SECOS**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “GABRIEL RENÉ MORENO”

FACULTAD DE CONTADURIA PUBLICA



EMPRENDIMIENTO

EL JARDÍN DE LOS FRUTOS SECOS

Universitarios (a):

Laura Ochoa Marcani N° 221012699

María Jose Mendoza Sanchez N° 222164360

Carmen Fabiola Cruz Fernandez N° 213076209

Samara Burgos Rojas N° 223037567

Docente: Lic. Fausto Mendoza Iriarte

INDICE

INTRODUCCIÓN	5
JUSTIFICACIÓN	5
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	5
VISIÓN	6
MISIÓN	6
VALORES	7
SLOGAN	7
LOGOTIPO	8
OBJETIVOS	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
DESARROLLO DEL TEMA	9
ESTUDIO DE MERCADO	9
Análisis del Sector y Tendencias	9
Competencia en Santa Cruz	9
Público Objetivo	9
ANALISIS FODA	10
PROCESO PRODUCTIVO	11
Limpieza y Desinfección	11
Envasado y Empaquetado	11
Almacenamiento	12
Control de Calidad	12
ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN	12
Redes sociales:	12
WhatsApp Business:	12
Estrategias promocionales:	12
Posicionamiento	12
Distribución.	13
ANÁLISIS FINANCIERO	13
Costos de apertura	13
CONCLUSIÓN	15
RECOMENDACIÓN	15
BIBLIOGRAFÍA	15

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto analiza el proceso de comercialización de frutos secos en Santa Cruz de la Sierra desde la experiencia práctica del emprendimiento "Naturaleza Viva", una microempresa dedicada a la venta de productos saludables y orgánicos. La investigación busca comprender cómo se comporta el mercado, qué estrategias son efectivas para atraer clientes, y cómo mejorar la competitividad de este tipo de negocios en un entorno urbano creciente.

JUSTIFICACIÓN

Con la creciente conciencia sobre la alimentación saludable, la venta de frutos secos se presenta como una oportunidad de negocio rentable. El emprendimiento "Naturaleza Viva" nace para satisfacer esta demanda con productos naturales, sin aditivos y de alta calidad.

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

Nombre comercial: Jardín de los Frutos Secos

Ubicación: Santa Cruz de la Sierra, Bolivia

Productos iniciales:

Almedra española



Nueces del Brasil



Maní Cruceño



Pasas de Uva



Marañón(Anacardos)



Pistachos



Avellanas



Semillas de Girasol



Mix de Frutos Secos



Coco Rallado



Semillas de Chía



Higos Secos



Macadamias



Granola con Frutos Arandonos Secos



VISIÓN

Ser reconocidos como el emprendimiento líder en Santa Cruz de la Sierra en la oferta de frutos secos y alimentos saludables, promoviendo un estilo de vida equilibrado y sostenible, con productos de alta calidad, naturales y accesibles para todos.

MISIÓN

Ofrecer a nuestros clientes una variedad de frutos secos seleccionados, frescos y nutritivos, mediante una atención personalizada, un enfoque en la salud y el bienestar, y el compromiso

con prácticas responsables, apoyando a productores locales y fomentando el consumo consciente.

VALORES

Calidad: Nos comprometemos a ofrecer productos frescos, naturales y cuidadosamente seleccionados para garantizar la satisfacción de nuestros clientes.

Salud y bienestar: Promovemos hábitos alimenticios saludables a través de productos que nutren el cuerpo y la mente.

Sostenibilidad: Utilizamos empaques ecológicos y fomentamos el consumo responsable, reduciendo nuestro impacto ambiental.

Transparencia: Actuamos con honestidad en nuestras prácticas comerciales y en la información que brindamos a nuestros clientes.

Empatía y cercanía: Valoramos el trato humano y personalizado, creando una relación de confianza con nuestros consumidores.

Apoyo local: Priorizamos el trabajo con proveedores y productores nacionales para fortalecer la economía local.

SLOGAN

"Frutos secos con alma saludable."

LOGOTIPO



OBJETIVOS

Objetivo general

Evaluar el desempeño y las estrategias de comercialización del emprendimiento “El jardín de los frutos secos” en la venta de frutos secos en Santa Cruz de la Sierra Bolivia.

Objetivos específicos

- Analizar el comportamiento del consumidor respecto al consumo de frutos secos.
- Identificar los canales de venta más efectivos para el emprendimiento.
- Evaluar la variedad de productos, precios y márgenes de ganancia.
- Aplicar estrategias de marketing digital y tradicional.
- Determinar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio.

DESARROLLO DEL TEMA

ESTUDIO DE MERCADO

Análisis del Sector y Tendencias

- **Mercado de frutos secos en Bolivia:**
 - Crecimiento anual estimado: 8% (2024-2026).
 - Factores clave de demanda: Mayor conciencia en alimentación saludable, aumento de consumo en snacks proteicos.
- **Tendencias:**
 - Consumidores buscan opciones sin aditivos y orgánicas.
 - Preferencia por marcas locales y sostenibles.

Competencia en Santa Cruz

Principales competidores:

Nombre	Productos	Precio Promedio	Fortalezas	Debilidades
	Destacados			
Nutriarte	Nueces	120Bs (1kg)	Amplia	Precios Altos
	Mix de frutos secos	140Bs (1kg)	distribución	
Quinoa	Granola con miel	80Bs (1kg)	Buen	Poca Variedad
Real	Mix Salado	80Bs (1kg)	marketing	

Público Objetivo

Segmentación principal:

- Edad: 25-55 años.
- Nivel socioeconómico: Medio y medio-alto.

Hábitos:

- Personas que hacen ejercicio (gimnasios, runners).
- Familias que buscan snacks saludables.

- Oficinistas que compran colaciones.

Perfil cliente ideal:

"María, 32 años, trabaja en una oficina, compra frutos secos 2 veces al mes para sus meriendas. Prefiere productos locales y sin sal añadida."

Propuesta de Valor Única (PVU)

¿Por qué comprar en Jardín de los Frutos Secos?

- Productos 100% naturales (sin conservantes).
- Mezclas personalizadas (ej.: "Mix deportivo" con nueces y arándanos).
- Envases ecológicos (bolsas biodegradables).
- Delivery gratis en compras mayores a 150 Bs.

ANALISIS FODA**Fortalezas:**

- Producto saludable y de alta calidad.
- Contacto directo con el cliente.
- Identidad de marca bien definida.

Oportunidades:

- Creciente interés en alimentos saludables.
- Mercado local en expansión.
- Posibilidad de exportación a otras ciudades.

Debilidades:

- Escasa capacidad de producción.
- Alta dependencia de redes sociales.
- Falta de capital para inversión en publicidad.

Amenazas:

- Competencia informal con precios bajos.

- Variación de precios en insumos importados.
- Bajo conocimiento del cliente sobre calidad.

PROCESO PRODUCTIVO

Recepción y Selección de Materias Primas

Proveedores:

- Compra de frutos secos (almendras, nueces, maní, castañas, pasas, etc.) a proveedores locales o importadores (según disponibilidad y costo).
- Priorizar calidad: granos enteros, sin humedad, libres de hongos o impurezas.

Control de Calidad:

- Revisión visual y olfativa (evitar rancidez).
- Pruebas de humedad (opcional, para evitar moho).

Limpieza y Desinfección

Proceso:

- Lavado con agua potable (si son frutos con cáscara o polvo).
- Secado en bandejas o con aire forzado (evitar humedad residual).
- Uso de soluciones desinfectantes suaves (ej.: agua con vinagre u ozono) si es necesario.

Envasado y Empaquetado

Materiales:

- Bolsa sellada al vacío.x|
- Envases de vidrio o plástico PET.
- Bolsas kraft con ventana.

Etiquetado:

- Nombre del producto, peso, ingredientes, fecha de caducidad, registro sanitario (si aplica).

- Diseño atractivo con logo de "Jardín de los Frutos Secos".

Almacenamiento

- Lugar fresco, seco y oscuro (evitar oxidación).
- Control de plagas (uso de recipientes herméticos).

Control de Calidad

- Pruebas de sabor y textura en cada lote.
- Verificar sellado de envases (evitar humedad).
- Cumplir con normativas sanitarias (ej.: registro SENASAG en Bolivia).

ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

Redes sociales:

- Instagram y Facebook como canales principales.
- Publicaciones semanales con fotos, beneficios de los frutos secos, recetas y sorteos.
- Historias destacadas con catálogos de productos y testimonios.

WhatsApp Business:

- Catálogo virtual, respuestas automáticas y atención personalizada.

Estrategias promocionales:

- Muestras gratis en ferias o universidades.
- Ofertas "compra 2 y lleva 3" o "cliente frecuente".
- Sorteos y colaboraciones con influencers locales.

Posicionamiento

- El negocio busca posicionarse como una marca local saludable y confiable, especializada en productos naturales para personas que se preocupan por su bienestar.
- En el largo plazo, el objetivo es que "Jardín de los Frutos Secos" sea sinónimo de calidad, salud y variedad en el mercado de frutos secos de Santa Cruz de la Sierra.

Distribución.

Puntos de venta fijos:

- Ferias universitarias, eventos ecológicos, mercados saludables.
- Posible alianza con tiendas naturistas o cafeterías locales

Ventas móviles y delivery:

- Entregas a domicilio en Santa Cruz (mediante WhatsApp o redes sociales).

Pedidos personalizados:

- Para eventos (reuniones, cumpleaños, regalos corporativos).

ANÁLISIS FINANCIERO

Costos de apertura

- Costos de Equipamiento y Mobiliario

Concepto	Cantidad	Precio Unitario (Bs.)	Subtotal (Bs.)
Estantería pequeña (para exhibición)	3	150	450
Mantel decorativo	3	40	120
Cajas organizadoras	5	90	450
Balanza digital (hasta 5-10 kg)	1	280	280
Recipientes herméticos (para almacenar frutos secos)	15	50	750
Embudos / cucharones para llenar bolsas	15	10	150
Tarros de vidrio / frascos decorativos	15	25	375
Vitrina de vidrio(Para Exhibición)	2	2500	5000
Lámparas adicionales / focos LED	3	40	120
Subtotal Equipamiento	62		7695

➤ Costos alquiler y servicios

Concepto	Cantidad	Precio (Bs.)
Alquiler de local	1 Mes	3.500
Servicios básicos	1 Mes	1.500
Subtotal		5.000

➤ Costos de los productos iniciales

Producto	Presentación	Precio (Bs.)
Almendras	1 kg (enteras)	150 Bs.
Nueces del Brasil	1 kg	100 Bs.
Maní Cruceño	1 kg (tostado)	30 Bs.
Pasas de Uva	1 kg	30 Bs.
Marañón (Anacardos)	1 kg	140 Bs.
Pistachos	1 kg	140 Bs.
Avellanas	1 kg	160 Bs.
Semillas de Girasol	1 kg	60 Bs.
Mix de Frutos Secos	1 kg	120 Bs.
Coco Rallado	1 kg	80 Bs.
Semillas de Chía	1 kg	30 Bs.
Higos Secos	1 kg	50 Bs.
Macadamias	1 kg	160 Bs.
Granola con Frutos Secos	1 kg	60 Bs.

Arándanos	1 kg	80 Bs.
-----------	------	--------

CONCLUSIÓN

El emprendimiento Jardín de los frutos secos tiene un alto potencial de crecimiento en el mercado de frutos secos en Santa Cruz. A pesar de algunas limitaciones operativas, su propuesta de valor enfocada en la salud, calidad y atención personalizada le permite destacarse en un mercado cada vez más competitivo. La implementación de estrategias de marketing digital ha sido clave para su posicionamiento.

RECOMENDACIÓN

- Formalizar el negocio y registrarlo para acceder a créditos y fondos de emprendimiento.
- Ampliar la línea de productos con nuevas variedades (snacks proteicos, barras energéticas).
- Implementar un sitio web o tienda virtual
- Establecer alianzas con nutricionistas, influencers del fitness y tiendas naturistas.
- Optimizar la logística de delivery para mejorar la atención al cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- Agricultura, F. –O. (2025). *Tendencias globales de consumo de frutos secos y alimentación saludable*. Obtenido de <https://www.fao.org>
- Bolivia, A. d.–P. (2025). *Estudios sobre productos bolivianos con potencial de exportación como las castañas y almendras amazónicas*. Obtenido de <https://www.probolivia.gob.bo>
- Bolivia, M. d. (2025). *Informes sobre agroindustria, apoyo a pequeños productores y comercialización de alimentos saludables*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.bo/>
- Bolivia, R. A. (2025). *Artículos sobre el procesamiento, empaque y venta de frutos secos*. Obtenido de <https://agroindustria.com.bo>
- Bolivia., I. N. (2025). *Estadísticas sobre consumo de alimentos, comercio minorista y emprendimientos*. Obtenido de <https://www.ine.gob.bo>

<https://www.redalimentaria.com>. (2025). *Noticias y reportajes sobre emprendimientos y ferias de productos naturales*. Obtenido de <https://www.la-razon.com>

saludables, R. A.–F. (2025). *Publicaciones sobre oportunidades comerciales para productos saludables*. Obtenido de <https://www.redalimentaria.com>