



EMPRENDIMIENTO (PLAN DE NEGOCIOS)



II-2025

EXPO

CIENCIA FACULTATIVA XV

NOMBRE DEL TEMA:	Mermelada De Acerola Artesanal		
NÚMERO DE GRUPO:	025	TURNO DE PRESENTACIÓN:	Mañana
DOCENTE GUÍA:	Lic. Victor Hugo Torrez Bruno		
INTEGRANTES:	Alejandra Ioras Colodro	222164298	
	Valeria Lizzete Laura Condori	216026350	
	Josie Natalia Cardona Cuellar	221053247	
	María Del Carmen Romero	218066589	

NÚMERO INTERNO
DE GRUPO:

025

APOYAN:



Ph.D. Luis Alberto Méndez
DECANO



M.Sc. Miguel Sorich
VICE-DECANO



M.Sc. Gabriela Montenegro
DIR. DE INF. CONTROL DE GEST.



Ph.D. Piter Fernández
DIR. DE CONTADURÍA PÚBLICA

INDICE

Contenido

.....	1
INDICE	2
ELABORACION Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA DE ACEROLA (MERMELADA DE ACEROLA ARTESANAL)	4
1. TEMA DE PROYECTO: Producción y comercialización de mermelada de acelora artesanal en la ciudad de Santa Cruz, en la zona del Mercado de la ramada desde el periodo	4
2. ANTECEDENTES	4
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
3.1 Objetivo general:	5
3.2 Objetivos específicos:	5
4. JUSTIFICACIÓN	6
5. METODOLOGIA	7
6. MARCO TEORICO	8
7. MARCO CONCEPTUAL	8
Precio	8
8. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	10
9. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	11
10. ESTUDIO DE MERCADO	12
10.3.2 Frecuencia del consumo	13
10.3.3 Tamaño potencial a satisfacer	14
10.3.4 Precio	14
11. ANALISIS FINANCIERO	16
12. LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO DEL PROYECTO	19
11.1 Localización del proyecto:	19
11.2 Tamaño del proyecto:	19
12. INGENIERÍA DE PROYECTO	20
12.1 Materias primas principales:	20
12.2 Equipos necesarios:	20
12.3 Proceso productivo:	21

13. CONCLUSIÓN.....	21
14. RECOMENDACIONES.....	22
15. BIBLIOGRAFÍA	22
16. ANEXOS.....	23
17. MERMELADA DE ACEROLA.....	23

ELABORACION Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA DE ACEROLA (MERMELADA DE ACEROLA ARTESANAL)

1. **TEMA DE PROYECTO:** Producción y comercialización de mermelada de acerola artesanal en la ciudad de Santa Cruz, en la zona del **Mercado de la ramada** desde el periodo 2025-2030

2. ANTECEDENTES

La acerola (*Malpighia enargita*) tiene antecedentes ligados al uso tradicional por ser consumida por tribus amazónicas para tratar la diarrea y por navegantes en el siglo XVII para prevenir el escorbuto. El interés científico moderno surgió en los 50 tras descubrirse sus beneficios nutricionales, especialmente su alto contenido de vitamina C, lo que lo llevó a su procesamiento en productos como mermeladas, salsas y jugos para aprovechar sus propiedades antioxidantes y de fortalecimiento del sistema inmunitario. Es una fruta tropical rica en vitamina C, antioxidantes y minerales, con un alto potencial para la elaboración de productos derivados como jugos, néctares, pulpas y mermeladas. En Bolivia, su producción se concentra principalmente en regiones tropicales y de clima cálido, donde la disponibilidad de esta fruta es abundante, pero su aprovechamiento industrial aun es limitado.

El consumo de mermeladas naturales ha aumentado en estos últimos años, debido a la preferencia del público por productos saludables, sin conservantes artificiales y con ingredientes locales.

Ante esta oportunidad se plantea desarrollar un proyecto de producción y comercialización de mermelada de acerola artesanal, que permita agregar valor a la fruta, fomentar el aprovechamiento de recursos naturales locales y generar una alternativa económica rentable y sostenible.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Objetivo general:

Desarrollar un proyecto viable, económica y financieramente para la producción y comercialización de mermelada de acerola artesanal, aprovechando los recursos naturales locales y promoviendo el consumo de productos saludables en el mercado boliviano, utilizando tecnología artesanal.

3.2 Objetivos específicos:

1. Elaborar una mermelada natural de acerola utilizando métodos artesanales que conserven el sabor y los nutrientes de la fruta.
2. Aplicar buenas prácticas de higiene y manipulación de alimentos durante todo el proceso de producción para garantizar un producto inocuo.
3. Diseñar una presentación atractiva y ecológica para el producto que refleje su origen natural y promueva el consumo responsable.
4. Realizar una degustación para evaluar la aceptación del producto entre los asistentes de la feria y recopilar opiniones de mejora.
5. Determinar el costo de producción y el precio de venta estimado para analizar la rentabilidad del producto a pequeña escala.
6. Realizar un estudio de mercado que permita saber la demanda insatisfecha.
7. Definir el tamaño y la localización de la micro empresa.

4. JUSTIFICACIÓN

4.1 Justificación social

El proyecto de mermelada de acerola artesanal tiene como propósito fomentar el aprovechamiento sostenible de los recursos locales, impulsando el desarrollo económico y social de la comunidad. A través de la transformación artesanal de la acerola, se busca generar oportunidades de empleo, fortalecer la economía familiar y promover la participación de grupos vulnerables, especialmente mujeres y jóvenes. Asimismo, el proyecto contribuye al rescate de saberes tradicionales, al consumo responsable de productos naturales y al fortalecimiento del tejido social mediante la producción local y sostenible.

4.2 Justificación económica

El proyecto de mermelada de acerola artesanal representa una oportunidad para generar valor agregado a la producción local de frutas, transformando una materia prima de bajo costo en un producto con mayor rentabilidad. De esta manera, se impulsa la creación de micro emprendimientos y se promueve la economía familiar y comunitaria. Además, al incentivar el consumo de productos artesanales y naturales, se amplía la oferta en el mercado local, contribuyendo al fortalecimiento del comercio regional y a la diversificación de las fuentes de ingreso.

4.3 Justificación técnica

La elaboración artesanal de mermelada de acerola se sustenta en procesos sencillos y de bajo costo, que no requieren maquinaria compleja ni alta inversión inicial. La tecnología empleada es accesible y permite garantizar la calidad, inocuidad y conservación del producto. Asimismo, el uso de técnicas tradicionales combinadas con buenas prácticas de manufactura facilita la producción a pequeña escala, fomentando la capacitación técnica de los productores y la mejora continua en los procesos de transformación y empaque.

4.4 Justificación ambiental

El proyecto contribuye al cuidado del medio ambiente mediante el aprovechamiento de la acerola disponible en la región, evitando el desperdicio de frutas y reduciendo el impacto ambiental asociado a su descomposición. Además, promueve prácticas sostenibles como el uso responsable de los recursos naturales, el reciclaje de envases y la disminución del uso de aditivos químicos. Al fomentar la producción local, también se reducen las emisiones derivadas del transporte de productos industriales, aportando así a una economía más ecológica y sustentable.

5. METODOLOGIA

La metodología es la disciplina que estudia el conjunto de técnicas o métodos que usan en las investigaciones científicas para alcanzar los objetivos planteados.

Es una pieza fundamental para el estudio de las ciencias. Los métodos y técnicas utilizadas en este proyecto son los siguientes:

5.1 Método inductivo

El método inductivo es un proceso de razonamiento que se basa en la observación y la observación y la experimentación para llegar a una conclusión general a partir de casos específicos. A partir de estos patrones o tendencia, se llega a una conclusión general o una teoría que se considera válida para todos los casos similares.

Es importante tener en cuenta que la conclusión general a la que se llega mediante el método inductivo es tentativa y puede ser revisada en función de nuevas observaciones y experimentos.

5.2 Técnicas

Se realizarán encuestas a un conjunto de estudiantes de la universidad Autónoma Gabriel Rene Moreno, tenemos planeado elaborar encuestas por celular mediante formularios por internet. Las encuestas permitirán obtener información directa de los consumidores sobre sus preferencias, hábitos de compra y opiniones sobre las mermeladas de acerola.

6. MARCO TEORICO

Visión

Convertirse en una empresa de renombre, que nuestro producto llegue a toda la región de Santa Cruz, convirtiéndose en una empresa competitiva contando con un servicio de calidad, elaborando productos de calidad, sabor y creatividad.

Misión

Ofrecer al consumidor postres de primera calidad a precio justo, para conseguirlo con rentabilidad trabajamos en la innovación de productos, búsqueda en la eficiencia operativa y creativa para así crear deliciosas mermeladas, que lleguen a superar tanto su expectativa como la nuestra, garantizando calidad, confiabilidad y honestidad a la hora de comprar nuestro producto.

7. MARCO CONCEPTUAL

Precio

Es el valor al que se venderá la mermelada de acerola. Debe cumplir los costos de producción y permitir obtener una ganancia, manteniéndose accesible para el consumidor.

Demanda

Es la cantidad de mermelada que las personas desean comprar. Aumenta si el producto es natural, tiene un sabor y un precio justo.

Oferta

Es la cantidad de mermelada que el productor puede ofrecer al mercado. Depende de la disponibilidad de acerola y de los recursos para producir.

Mercado

Es el lugar donde se compra y se vende la mermelada. Puede ser una feria, tienda o supermercado, donde se encuentra el cliente ideal.

Ingreso

Es el dinero que entra por la venta del producto. Mientras más se venda, mayores serán los ingresos del proyecto.

Gasto

Son los costos de producir la mermelada: frutas, azúcar, envases, etiquetas, mano de obra, entre otros.

Utilidad

Es la ganancia que queda después de restar los gastos de los ingresos. Mide si el proyecto es rentable.

VALORES DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

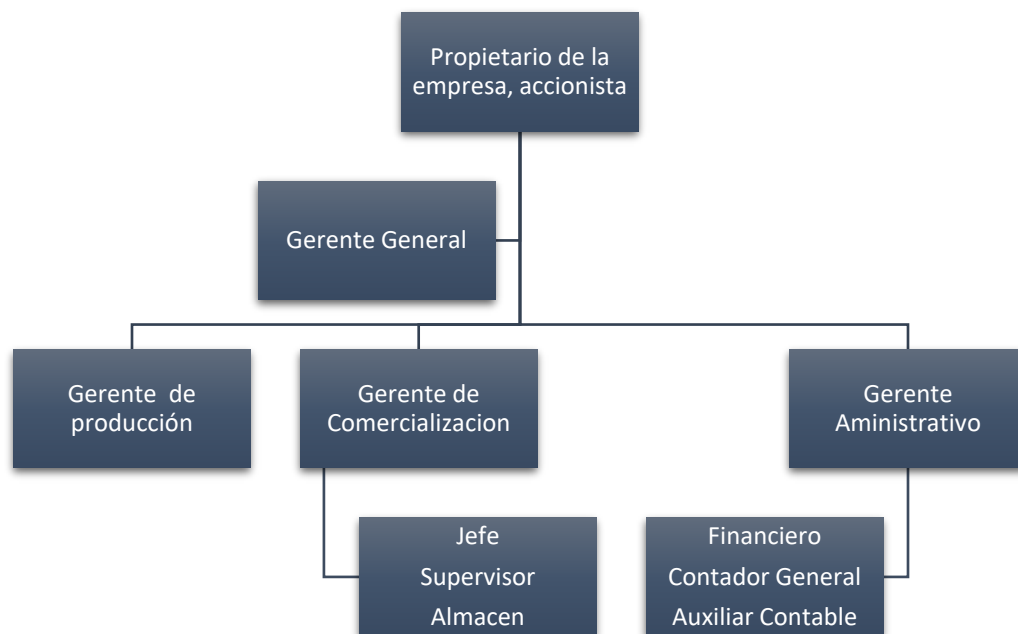
Responsabilidad: Esencial para garantizar el cumplimiento de los compromisos asumidos y la entrega de productos.

Trabajo en equipo: Colaboración y cooperación entre todos los miembros del equipo para lograr los objetivos planteados.

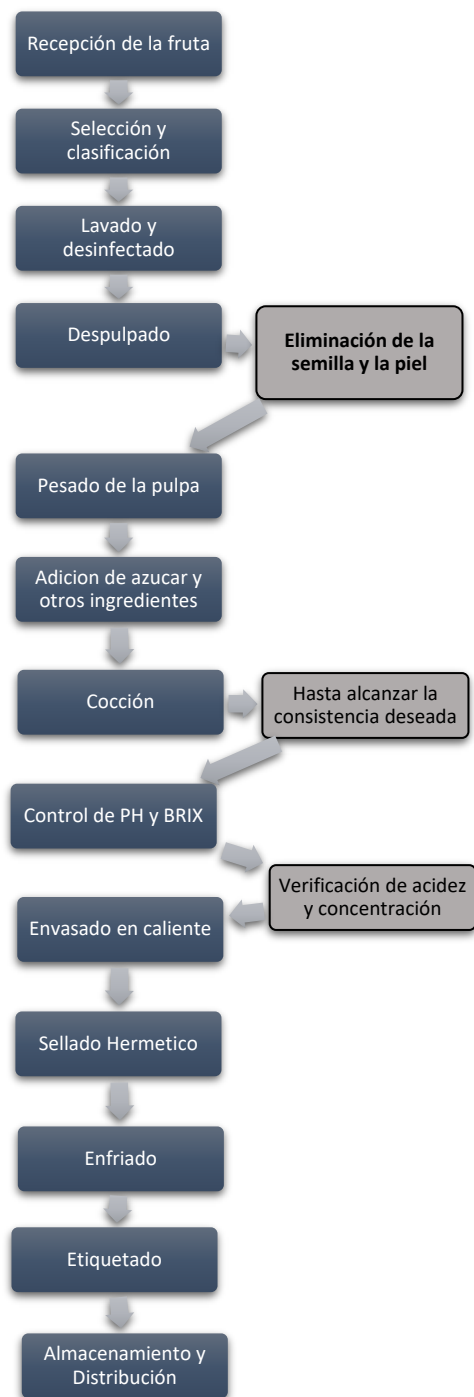
Respeto: Respetar las ideas y contribuciones de cada miembro del equipo, así como la diversidad de clientes y proveedores.

Innovación: Ofrecer constantemente propuestas nuevas sobre cómo mejorar el producto y diferenciarse en el mercado actual.

8. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA



9. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN



10. ESTUDIO DE MERCADO

10.1 Identificación y características del producto

La empresa se dedicará a la elaboración y comercialización de mermelada de acerola, se ofrecerá solo un producto

- Mermelada de Acerola

10.2 Identificación de la demanda

Para analizar la demanda se realizó una encuesta a las personas que circulan por el mercado de la ramada, en concreto un total de 62 personas, con los resultados de esta muestra se llegará a un aproximado de personas dispuestos a consumir el producto.

10.3 Conocimiento de Mermelada de Acerola

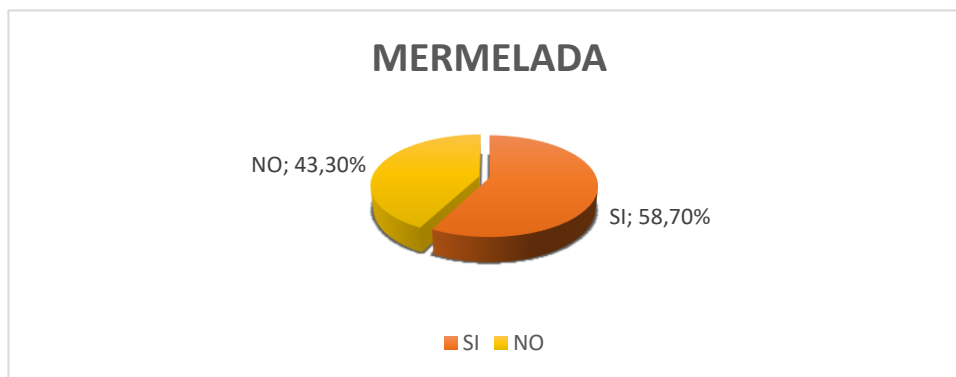
De las 63 personas encuestadas, el 58,7% afirmó conocer la mermelada de acerola, mientras que el 41,3% indicó que no la conoce.

Esto refleja que la mayoría de las personas tiene conocimiento del producto, aunque aún existe un grupo importante al que se puede llegar mediante estrategias de promoción y difusión.

¿USTED CONOCE LA MERMELADA DE ACEROLA?	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	SI	37	58,70%
	NO	26	41.3%
TOTAL		63	100%

¿Usted conoce la mermelada de acerola?

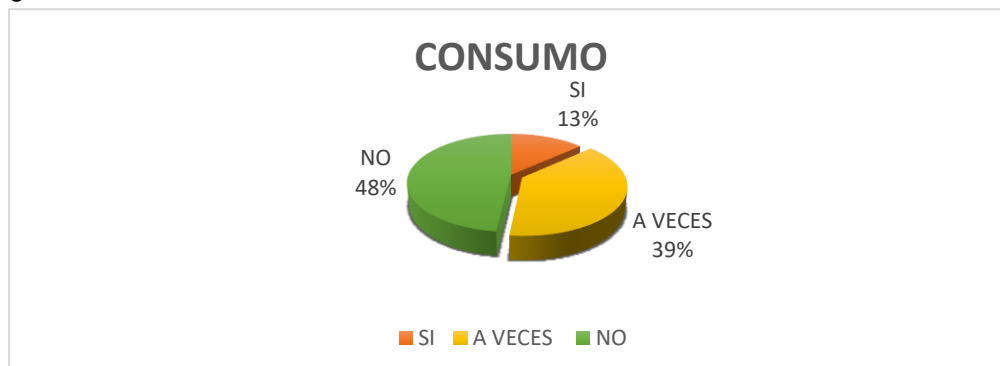
63 respuestas



10.3.1 Consumo de Mermelada de Acerola

¿USTED CONSUME MERMELADA DE ACEROLA?	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	SI	9	14,30%
	A VECES	24	38,10%
	NO	30	47,60%
TOTAL		63	100%

¿Consume usted Mermelada de Acerola?

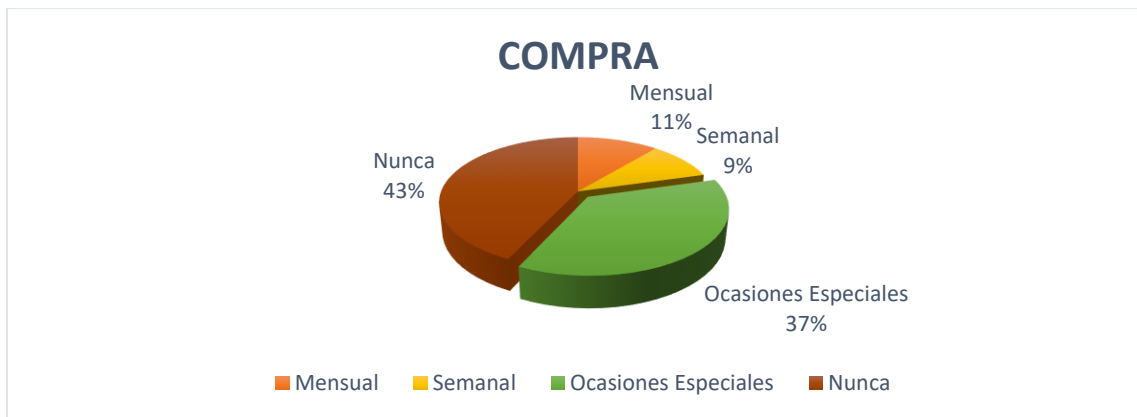


De las 63 personas encuestadas, 9 personas respondieron que, si consumen mermelada de acerola, 24 que consumen a veces y 30 que no consumen, esto demuestra que la mayoría no consume o no conoce el producto

10.3.2 Frecuencia del consumo

¿Con que frecuencia compra mermelada de acerola?

¿CON QUE FRECUENCIA CONSUME MERMELADA DE ACEROLA?	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	MENSUAL	7	11,10%
	SEMANAL	6	9,50%
	OCACIONES ESPECIALES	23	36,50%
	NUNCA	27	42,90%
TOTAL		63	100%



De las 63 personas encuestadas, 7 personas lo compran de manera mensual, 6 personas lo compran de manera semanal, 23 en ocasiones y 27 directamente no lo compran.

10.3.3 Tamaño potencial a satisfacer

El proyecto inicia como una microempresa artesanal, con una producción inicial estimada de 30 frascos semanales de 400 g cada uno. Este volumen puede aumentar progresivamente hasta 50, 80 o 100 frascos semanales conforme se incremente la demanda y se optimice la producción.

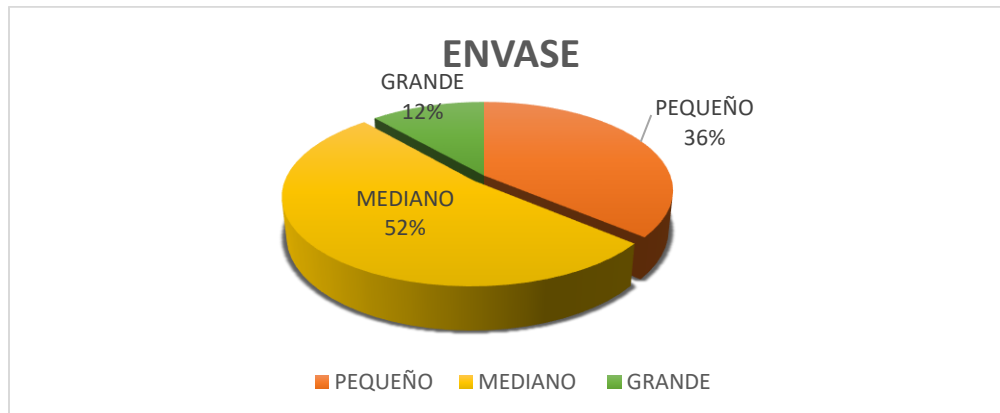
10.3.4 Precio

Para determinar el precio de la mermelada de acerola se tomó como base el precio del mercado, también se realizó una encuesta sobre 3 tamaños de mermelada de acerola,

pequeño, mediano y grande, los resultados revelaron que un 36% prefiere el tamaño pequeño, el 52% prefieren el tamaño mediano y el 12% prefieren el tamaño grande.

¿De qué tamaño prefieres la acerola?

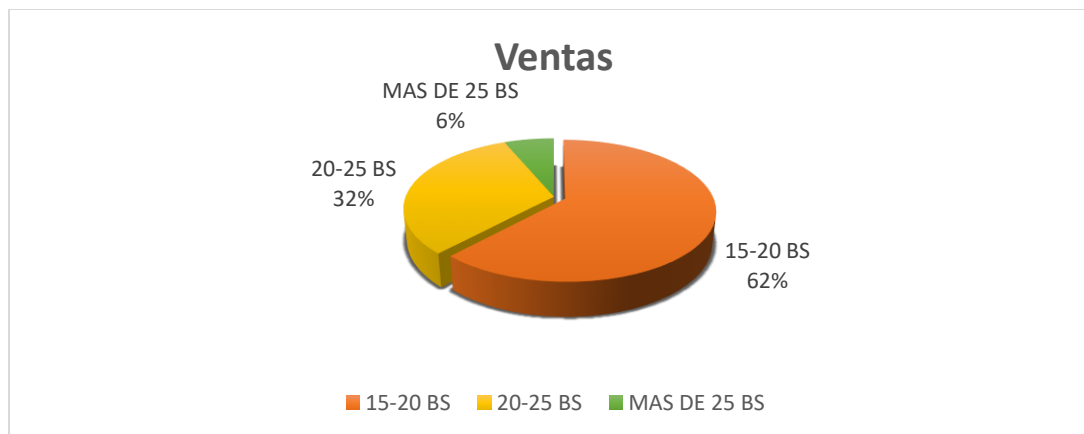
¿DE QUE TAMAÑO PREFIERE LA MERMELEDA DE ACEROLA?	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	PEQUEÑO	22	36,10%
	MEDIANO	32	52,50%
	GRANDE	7	11,50%
TOTAL		63	100%



De las 63 personas, 22 personas prefieren un envase pequeño, 32 prefieren un envase mediano y 7 prefieren un envase de tamaño grande

¿Qué cantidad estarías dispuesto a pagar por la acerola?

¿QUÉ CANTIDAD ESTARIAS DISPUESTO A PAGAR?	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	15-20 BS	39	61,90%
	20-25 BS	20	31,70%
	MAS DE 25 BS	4	6,30%
TOTAL		63	100%



De las 63 personas encuestadas, 39 personas prefieren pagar entre 15 y 20 BS, 20 personas prefieren pagar entre 20 y 25 BS y 4 personas prefieren pagar arriba de los 25, esto demuestra la preferencia que existe por parte de los consumidores hacia un precio más bajo y accesible.

11. ANALISIS FINANCIERO

El proyecto consiste en la **producción y venta de mermelada de acerola artesanal**, aprovechando la disponibilidad local de la fruta y la demanda creciente de los productos naturales. El proceso se realiza con utensilios domésticos, lo que reduce la inversión inicial.

- **Ubicación:** Bolivia-Santa Cruz
- **Escala de producción:** 50 frascos/mes (600 frascos/año)
- **Costo por frasco (actual artesanal)**
 - Acerola: 5 Bs (0,5 Bs Kg a 10 Bs/Kg)
 - Envase: 20 Bs
 - Mano de obra: 1 Bs
- **Costo total de producción:** 26 Bs/frascos

- Inversión inicial (utensilios del hogar)
- Horizonte: 2025-2030

11.1 Ingresos y resultados mensuales (Precios 20 – 25 Bs)

Precio de venta (Bs)	Ingreso mensual (50 frascos)	Costo mensual (50 x 26)	Resultado mensual
20	1.000	1.300	-300 (pérdida)
25	1.250	1.300	-50(casi equilibrio)

11.2 Proyección financiera (2025-2030)

Año	Producción (frasco/año)	Tota ingresos (Bs)	Total Costos (Bs)	Utilidad (Bs)
2025	600	15.000	15.600	-600
2026	720	18.000	18.720	-720
2027	864	21.600	22.464	-864
2028	1.037	25.925	26.956	-1.337
2029	1.244	31.100	31.947	-847
2030	1.493	37.325	38.798	-1.473

Resultado: el negocio se mantiene con márgenes muy bajos o pérdidas leves, pero podría volverse rentable si se logra:

- Aumentar el precio a 27–30 Bs, o
- Incrementar el volumen de producción (por ejemplo, 100 frascos/mes), diluyendo el costo fijo del trabajo manual.

11.3 Conclusiones

1. El costo de envase sigue siendo determinante:

Con un costo de 20 Bs por frasco, el precio de venta mínimo para rentabilidad es 26 Bs.

2. Rentabilidad limitada a pequeña escala:

A 20–25 Bs por frasco, la producción de 50 unidades/mes genera pérdidas leves, pero con mayor volumen o precios ligeramente más altos**, el negocio se vuelve rentable.

3. Bajo riesgo financiero:

No requiere maquinaria ni infraestructura costosa, por lo que las pérdidas potenciales son mínimas y fácilmente ajustables.

4. Potencial de mercado:

Existe un nicho creciente en Santa Cruz por productos naturales, sin conservantes y de origen artesanal, lo que permite justificar precios Premium (25–30 Bs).

11.4 Recomendaciones

1. Reducir aún más el costo del envase:

Buscar proveedores locales o reutilizar frascos esterilizados, lo que podría bajar el costo a 15 Bs y permitir una rentabilidad inmediata.

2. Revisar la estrategia de precios:

Posicionar el producto como gourmet o saludable, vendiéndolo entre 27 y 30 Bs para cubrir el costo y generar margen.

3. Aumentar producción:

Subir la producción a 100 frascos mensuales mejorará la rentabilidad, al aprovechar mejor la mano de obra y los insumos.

4. Promocionar la marca artesanal:

Crear una imagen atractiva (etiqueta, logo, redes sociales) y vender en ferias, tiendas ecológicas o por pedidos directos.

5. Formalización y crecimiento:

Tramitar el registro sanitario (SENASAG) y una marca registrada para acceder a supermercados o distribuidores locales.

6. Sostenibilidad:

Utilizar envases reciclables y etiquetas ecológicas para diferenciar el producto y atraer consumidores conscientes.

12. LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO DEL PROYECTO

11.1 Localización del proyecto:

El emprendimiento se encuentra en Santa Cruz de la Sierra. El punto de venta será el mercado La Ramada, una de las zonas con mayor circulación de personas interesadas en productos alimenticios artesanales. Esto permite una alta exposición del producto y facilita el contacto directo con los consumidores.

11.2 Tamaño del proyecto:

El proyecto inicia como una microempresa artesanal, con una producción inicial estimada de 30 frascos semanales de 400 g cada uno. Este volumen puede aumentar progresivamente hasta 50, 80 o 100 frascos semanales conforme se incremente la demanda y

se optimice la producción. El tamaño actual permite un control adecuado de los procesos y de la calidad del producto.

12. INGENIERÍA DE PROYECTO

12.1 Materias primas principales:

-  Acerola fresca de buena calidad.
-  Azúcar refinada.
-  Limón para acidez y conservación.
-  Agua potable.
-  Envases de vidrio o plástico grado alimenticio.
-  Etiquetas adhesivas.

12.2 Equipos necesarios:

1. Ollas de acero inoxidable.
2. Cocina a gas.
3. Licuadora o procesadora de alimentos.
4. Cuchillos y tablas de corte.
5. Coladores o cernidores.
6. Embudos para envasado.
7. Frascos de vidrio esterilizados.

12.3 Proceso productivo:

Selección de la acerola.

Lavado y desinfección de la fruta.

Despulpado mediante licuadora o colador.

Medición de ingredientes.

Cocción de la mezcla (pulpa + azúcar + limón).

Verificación del punto de mermelada.

Envasado en caliente en frascos esterilizados.

Sellado y creación de vacío.

Etiquetado del producto.

Almacenamiento en un lugar fresco y seco.

. Comercialización en el mercado La Ramada.

13. CONCLUSIÓN

El proyecto de mermelada de acerola demuestra ser viable desde el punto de vista económico, técnico y comercial. La materia prima es accesible, el proceso de elaboración es sencillo y puede realizarse con equipos básicos. Además, la ubicación estratégica en el mercado La Ramada garantiza una alta visibilidad y un flujo constante de potenciales compradores. Existe una oportunidad clara debido a la baja competencia en productos

derivados de acerola y al creciente interés de los consumidores por alimentos naturales y artesanales.

14. RECOMENDACIONES

- Mantener etiqueta y presentación llamativa para destacar entre otros productos.
- Implementar degustaciones para atraer clientes y aumentar la confianza en el producto.
- Promocionar el producto en redes sociales y grupos de venta locales.
- Realizar controles periódicos de costos para mantener la rentabilidad.
- Experimentar con nuevos sabores o combinaciones para diversificar la oferta.
- Considerar alianzas con tiendas naturistas o cafeterías.

15. BIBLIOGRAFÍA

FAO. Manual de Elaboración de Mermeladas.

Ministerio de Desarrollo Productivo de Bolivia. Guía de Procesamiento de Frutas.

Artículos y publicaciones sobre las propiedades nutricionales de la acerola.

Documentos académicos sobre procesos de conservación de alimentos.

16. ANEXOS

- Fotografías del proceso de elaboración.
- Encuestas aplicadas a consumidores.
- Tablas de costos y cotizaciones de materia prima.
- Etiquetas diseñadas para el producto.
- Planificación semanal de producción.

17. MERMELADA DE ACEROLA



