

RESUMEN EJECUTIVO

El emprendimiento Alma de Cera es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de velas artesanales elaboradas con 100% cera de soja, ofreciendo productos decorativos, aromáticos y personalizados para hogares, oficinas, eventos y regalos especiales. El negocio busca satisfacer la creciente demanda de productos que aporten bienestar, decoración y experiencias sensoriales únicas.

Alma de Cera se caracteriza por combinar creatividad, innovación y sostenibilidad en cada uno de sus productos. Las velas están disponibles en una amplia variedad de diseños —Vela de Margarita, Osito con Moño, Pensantes, Flor Margarita, Maceta con Flor y Osito Mini— con fragancias de lavanda, jazmín, frutilla y rosas, y colores como rojo, morado, celeste, amarillo y rosado.

Producto o Servicio

Velas artesanales 100% cera de soja con fragancias naturales y diseños únicos, adaptadas a los gustos y necesidades de cada cliente.

Mercado Objetivo

Personas entre 20 y 60 años interesadas en decoración del hogar, bienestar y aromaterapia; empresas que buscan regalos corporativos personalizados; organizadores de eventos; y tiendas especializadas en decoración, regalos y centros de bienestar.

Propuesta de Valor

Productos artesanales diferenciados por su calidad, diseño y sostenibilidad, elaborados con materiales ecológicos. Los aromas y diseños generan sensaciones de bienestar y relajación, a precios accesibles frente a productos importados equivalentes.

Inversión Requerida

La inversión inicial asciende a Bs. 600, aportada en partes iguales por los 5 integrantes del equipo emprendedor.

Rentabilidad Esperada

Con una producción inicial bajo pedido y precios que oscilan entre Bs. 7 y Bs. 35 por unidad, se proyecta recuperar la inversión inicial en el primer mes de operación activa, considerando ventas en ferias, redes sociales y pedidos personalizados.

Impacto del Negocio

El emprendimiento genera empleo local, fomenta prácticas sostenibles mediante el uso de cera de soja ecológica y promueve la economía creativa estudiantil dentro de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno.

INDICE

1.INTRODUCCIÓN	5
Antecedentes del Proyecto.....	5
Importancia del Emprendimiento	5
Contexto del Mercado.....	6
Justificación del Negocio.....	6
Objetivo General del Plan.....	6
2.PLAN DE NEGOCIO	7
2.1 Descripción General del Negocio.....	7
2.1.1 Nombre del Emprendimiento	7
2.1.2 Naturaleza del Negocio.....	7
2.1.3 Misión.....	8
2.1.4 Visión.....	8
2.1.5 Objetivos Empresariales	8
2.2 Análisis de Mercado	9
2.2.1 Mercado Objetivo	9
2.2.2 Análisis de la Demanda	9
2.2.3 Análisis de la Competencia	9
2.2.4 Propuesta de Valor.....	10
2.3 Plan Operativo	10
2.3.1 Línea de Productos	10
2.3.2 Procesos Operativos.....	11
2.3.3 Recursos Necesarios	11
2.3.4 Proveedores.....	12
2.3.5 Capacidad Operativa.....	12
2.4 Plan de Marketing	12
2.4.1 Estrategia de Producto	12
2.4.2 Estrategia de Precio	12

2.4.3 Estrategia de Promoción	13
2.4.4 Estrategia de Distribución.....	13
2.5 Plan Organizacional	13
2.5.1 Estructura Organizacional	13
2.5.2 Recursos Humanos	13
2.5.3 Cultura Organizacional.....	14
2.6 Plan Financiero	14
2.6.1 Inversión Inicial.....	14
2.6.2 Costos y Gastos	14
2.6.3 Proyección de Ingresos	15
2.6.4 Estados Financieros Básicos.....	15
2.6.5 Indicadores Financieros	15
2.7 Análisis FODA	16
2.8 Análisis de Riesgos.....	16
2.9 Estudio Jurídico y Legal	17
2.10 Impacto del Negocio.....	17
3.CONCLUSIONES	18
4.RECOMENDACIONES	18
5.BIBLIOGRAFÍA	19
6.ANEXOS.....	20

1. INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Históricamente, las velas cumplieron un rol netamente funcional: iluminar los hogares. Sin embargo, en las últimas décadas, su propósito ha experimentado una profunda transformación. Hoy en día, las velas se han convertido en un elemento indispensable para el diseño de interiores, el cuidado personal y la salud emocional a través de la aromaterapia. El proyecto surge de la necesidad de fusionar el arte de la decoración con los beneficios de la aromaterapia botánica. Utilizando insumos 100% ecológicos que garantizan una quema limpia y una experiencia de bienestar real para el cuerpo y la mente

Importancia del Emprendimiento

El emprendimiento Alma de Cera es importante porque fomenta la creación de empleo, impulsa la economía local y promueve el desarrollo de productos elaborados de manera creativa y sostenible. En la actualidad, existe una creciente demanda de artículos decorativos, aromáticos y ecológicos que contribuyan al bienestar y la armonía de los espacios, lo que convierte a las velas artesanales en una alternativa atractiva para los consumidores.

Este tipo de emprendimiento permite aprovechar habilidades manuales y artísticas para transformar materias primas en productos con valor agregado. Su importancia también radica en la posibilidad de generar ingresos con una inversión inicial relativamente baja y con amplias oportunidades de crecimiento a través de canales digitales, ferias artesanales y alianzas comerciales.

Las velas artesanales no solo cumplen una función decorativa, sino que también están asociadas a experiencias de relajación, aromaterapia, meditación y bienestar emocional. Por ello, representan una tendencia de consumo que continúa expandiéndose tanto en mercados locales como internacionales.

Asimismo, el emprendimiento promueve prácticas sostenibles mediante el uso de materiales ecológicos, envases reutilizables y procesos de producción responsables

con el medio ambiente, respondiendo a las preferencias de consumidores cada vez más conscientes de la importancia de reducir el impacto ambiental.

Contexto del Mercado

El mercado de las velas aromáticas y decorativas ha experimentado un crecimiento constante a nivel global y local, impulsado por el interés creciente en la decoración del hogar, el bienestar personal, aromatizante para el hogar y la creación de ambientes agradables. En Bolivia, el mercado artesanal representa una oportunidad importante, dado el creciente interés de los consumidores por productos únicos, personalizados y fabricados localmente.

Justificación del Negocio

La creación de Alma de Cera se justifica por la creciente demanda de productos personalizados, decorativos y ecológicos en el mercado. Los consumidores actuales valoran cada vez más los productos elaborados artesanalmente debido a su exclusividad, calidad y capacidad para transmitir emociones y experiencias únicas.

La inversión requerida para iniciar el negocio es accesible en comparación con otros emprendimientos productivos, lo que reduce el riesgo financiero y facilita la entrada al mercado. Además, la posibilidad de comercializar los productos mediante redes sociales y plataformas digitales permite llegar a un amplio número de clientes sin necesidad de contar inicialmente con un establecimiento físico.

Objetivo General del Plan

Diseñar e implementar un plan de negocio para la producción y comercialización de velas artesanales de alta calidad, innovadoras y personalizadas bajo la marca Alma de Cera, que satisfagan las necesidades de decoración, bienestar y aromatización de los consumidores, generando rentabilidad económica y crecimiento sostenible.

2. PLAN DE NEGOCIO

2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL NEGOCIO

2.1.1 Nombre del Emprendimiento

Alma de Cera

2.1.2 Naturaleza del Negocio

Alma de Cera se dedica a la fabricación y comercialización de velas artesanales elaboradas con 100% cera de soja, ofreciendo productos decorativos, aromáticos y personalizados para hogares, oficinas, eventos y regalos especiales. Diseña velas con diferentes formas, colores, fragancias y presentaciones, adaptándose a las preferencias de cada cliente.

- **¿Qué vende?**
 - Velas aromáticas con fragancias de lavanda, jazmín, frutilla y rosas
 - Velas decorativas para el hogar, oficinas y eventos
 - Velas personalizadas para bodas, cumpleaños, bautizos y celebraciones
- **¿Cómo genera ingresos?**
 - Venta directa en ferias y exposiciones artesanales
 - Pedidos personalizados a través de redes sociales
 - Regalos corporativos para empresas y eventos
- **¿Qué necesidad satisface?**
 - Necesidad de decoración de espacios del hogar, oficinas y eventos
 - Bienestar, relajación y aromaterapia mediante fragancias naturales
 - Regalos originales y personalizados para fechas especiales

2.1.3 Misión

Crear velas artesanales que conecten con las emociones y momentos cálidos, ofreciendo aroma, claridad y frescura que inspiren a nuestros clientes bienestar y autenticidad.

2.1.4 Visión

Convertirse en una marca referente de velas artesanales, reconocida por su estilo moderno, calidad y capacidad de transformar cualquier espacio en una experiencia única.

2.1.5 Objetivos Empresariales

Objetivo General

Crear una empresa rentable y sostenible dedicada a la producción y comercialización de velas artesanales de alta calidad, satisfaciendo las necesidades de consumidores que buscan productos decorativos, aromáticos y personalizados.

Objetivos Específicos

- Fidelizar clientes a través de experiencias sensoriales únicas y atención personalizada
- Construir una marca juvenil, moderna y reconocible en el mercado local
- Crear velas artesanales que no solo iluminen espacios, sino que generen experiencias únicas combinando diseño y aroma
- Ampliar la capacidad productiva conforme crezca la demanda del mercado

2.2 ANÁLISIS DE MERCADO

2.2.1 Mercado Objetivo

El emprendimiento Alma de Cera está dirigido a diferentes grupos de clientes que comparten interés por la decoración, el bienestar y los productos personalizados.

- Consumidores particulares: personas entre 20 y 60 años interesadas en decoración del hogar, aromaterapia y productos artesanales

- Empresas: negocios que buscan regalos corporativos personalizados para clientes, empleados o eventos
- Organizadores de eventos: empresas y personas que requieren recuerdos personalizados para bodas, cumpleaños y celebraciones
- Tiendas especializadas: locales de decoración, regalos, spas y boutiques interesadas en comercializar productos artesanales

2.2.2 Análisis de la Demanda

El mercado de velas artesanales y decorativas ha mostrado un crecimiento sostenido impulsado por tendencias globales hacia el bienestar, la aromaterapia y la decoración de interiores. En Bolivia, la demanda de productos artesanales locales ha aumentado, especialmente entre consumidores jóvenes que valoran la sostenibilidad y la personalización.

- Tamaño del mercado: amplio, abarca consumidores de todas las edades interesados en decoración y bienestar
- Crecimiento esperado: tendencia al alza por el auge del consumo consciente y productos ecológicos
- Necesidades del cliente: decoración única, regalos originales, aromatización de espacios
- Tendencias: auge de la aromaterapia, preferencia por productos ecológicos y artesanales

2.2.3 Análisis de la Competencia

En el mercado local existen competidores directos e indirectos que comercializan velas y productos decorativos similares.

- **Competidores Directos**

- Otros emprendedores artesanales o industriales de velas en Santa Cruz
- Tiendas de regalos que comercializan velas importadas

- **Competidores Indirectos**

- Tiendas de decoración del hogar
- Bazares y tiendas de regalos generales

Alma de Cera se diferencia por ofrecer productos 100% cera de soja, personalización completa en colores y fragancias, y diseños exclusivos no disponibles en el mercado local masivo.

2.2.4 Propuesta de Valor

La propuesta de valor de Alma de Cera se basa en ofrecer productos artesanales diferenciados por su calidad, diseño y sostenibilidad. Cada vela está elaborada con 100% cera de soja, fragancias naturales de lavanda, jazmín, frutilla y rosas, y colores que se adaptan a las preferencias individuales de cada cliente.

- Experiencia sensorial: aromas y diseños orientados a generar bienestar, relajación y confort
- Personalización total: colores, fragancias y formas a elección del cliente
- Sostenibilidad: elaboración con cera de soja ecológica y procesos responsables con el medio ambiente
- Precio competitivo: productos artesanales de alta calidad a precios accesibles frente a importados

2.3 PLAN OPERATIVO

2.3.1 Línea de Productos

Alma de Cera ofrece las siguientes líneas de velas artesanales, todas elaboradas con 100% cera de soja y fragancias personalizadas:

Producto	Colores	Tamaño	Precio
Vela de Margarita	A elección	Personalizada	Bs. 20
Osito con Moño	Rosado, morado, celeste, blanco, amarillo	Pequeño	Bs. 16
Pensantes	Blanco	Personalizada	Bs. 28

Flor Margarita	Rosado, celeste, morado, amarillo, blanco	Personalizada	Bs. 16
Maceta con Flor	A elección	Personalizada	Bs. 35
Osito Mini	A elección	Personalizada	Bs. 7

Fragancias disponibles: lavanda, jazmín, frutilla y rosas. Colores disponibles: rojo, morado, celeste, amarillo y rosado.

2.3.2 Procesos Operativos

- Recepción y verificación de materias primas (cera de soja, fragancias, colorantes, moldes, pabilos)
- Preparación de la mezcla: fusión de la cera de soja a temperatura controlada
- Adición de fragancias y colorantes según el diseño solicitado
- Vertido en moldes y proceso de solidificación
- Desmoldado, acabado y control de calidad
- Empaque con presentación personalizada según el producto
- Entrega al cliente o despacho

2.3.3 Recursos Necesarios

- Cera de soja 100% natural
- Fragancias: lavanda, jazmín, frutilla y rosas
- Colorantes para velas
- Moldes de silicona en diferentes diseños
- Pabilos o mechas
- Recipientes para fusión (ollas de doble fondo)
- Termómetro de cocina
- Material de empaque y decoración

2.3.4 Proveedores

Los insumos serán adquiridos en tiendas especializadas en materiales para velas y manualidades de Santa Cruz de la Sierra, priorizando proveedores locales que ofrezcan materiales de calidad a precios competitivos.

2.3.5 Capacidad Operativa

- Producción inicial: bajo pedido, con capacidad estimada de 30 a 50 unidades por semana
- Crecimiento proyectado: incremento del 20% mensual conforme se posicione la marca
- A mediano plazo se proyecta contar con stock disponible para ferias y puntos de venta

2.4 PLAN DE MARKETING

2.4.1 Estrategia de Producto

- Velas artesanales elaboradas con 100% cera de soja, con fragancia y color a elección
- Diseños exclusivos: Margarita, Osito con Moño, Pensantes, Flor Margarita, Maceta con Flor y Osito Mini
- Empaque personalizado con la marca Alma de Cera para regalo o venta directa
- Valor agregado: personalización total en color, fragancia y diseño

2.4.2 Estrategia de Precio

- Precios accesibles desde Bs. 7 (Osito Mini) hasta Bs. 35 (Maceta con Flor)
- Precios inferiores o iguales a productos importados de calidad similar
- Descuentos por volumen en pedidos corporativos y eventos
- Promociones en fechas especiales: Día de la Madre, San Valentín, Navidad

2.4.3 Estrategia de Promoción

- Redes sociales: Instagram, Facebook y WhatsApp con catálogo digital de productos
- Participación en ferias artesanales y exposiciones universitarias (Expociencia Facultativa 2026)
- Marketing de boca a boca mediante clientes satisfechos
- Fotografía de productos de alta calidad para captar la atención visual en redes
- Alianzas comerciales con organizadores de eventos y tiendas de regalos

2.4.4 Estrategia de Distribución

- Venta directa en ferias y exposiciones
- Pedidos personalizados a través de redes sociales y WhatsApp
- Entrega a domicilio en Santa Cruz de la Sierra
- A mediano plazo: consignación en tiendas especializadas y plataformas de ecología local

2.5 PLAN ORGANIZACIONAL

2.5.1 Estructura Organizacional

Alma de Cera opera con una estructura horizontal y participativa, donde los 5 integrantes comparten responsabilidades de producción, comercialización y administración.

- Área de Producción: elaboración y control de calidad de las velas
- Área Comercial y Marketing: ventas, redes sociales y atención al cliente
- Área Administrativa y Financiera: control de costos, inventario y finanzas

2.5.2 Recursos Humanos

El equipo está conformado por 5 integrantes con roles distribuidos según las necesidades del emprendimiento:

- 1 responsable de producción y control de calidad

- 1 responsable de diseño y presentación de productos
- 1 responsable de marketing digital y redes sociales
- 1 responsable de ventas y atención al cliente
- 1 responsable de administración y finanzas

2.5.3 Cultura Organizacional

- Creatividad: innovación constante en diseños y fragancias
- Sostenibilidad: compromiso con el uso de materiales ecológicos
- Trabajo en equipo: colaboración y responsabilidad compartida
- Calidad: estándares elevados en cada producto elaborado
- Orientación al cliente: personalización y satisfacción como prioridad

2.6 PLAN FINANCIERO

2.6.1 Inversión Inicial

La inversión inicial del emprendimiento Alma de Cera asciende a Bs. 600, financiada en partes iguales por los 5 integrantes del equipo:

Integrante	Aporte (Bs.)
Miembro 1	Bs. 120
Miembro 2	Bs. 120
Miembro 3	Bs. 120
Miembro 4	Bs. 120
Miembro 5	Bs. 120
TOTAL	Bs. 600

Los recursos serán destinados a la compra de materias primas (cera de soja, fragancias, colorantes, moldes, pabilos) y materiales de empaque y presentación.

2.6.2 Costos y Gastos

Costos Variables (por unidad estimada)

- Cera de soja, fragancia y colorante: Bs. 3 – Bs. 8 según el diseño
- Pabilo y materiales de molde: Bs. 1 – Bs. 2
- Empaque y presentación: Bs. 1 – Bs. 3

Costos Fijos

- Sin costos fijos de local en la etapa inicial (producción en domicilio)
- Gastos de transporte para ferias y entrega de pedidos

Gastos de Marketing

- Fotografía y diseño digital para redes sociales: Bs. 0 (propio del equipo)
- Inscripción en ferias artesanales según convocatoria

2.6.3 Proyección de Ingresos

- Producción estimada inicial: 40 unidades/semana
- Precio promedio de venta: Bs. 20 por unidad
- Ingreso semanal estimado: Bs. 800
- Ingreso mensual estimado: Bs. 3.200
- Crecimiento proyectado: 20% mensual en los primeros 6 meses

2.6.4 Estados Financieros Básicos

Punto de Equilibrio

Con una inversión inicial de Bs. 600 y un margen de contribución promedio de Bs. 12 por unidad, se requiere vender aproximadamente 52 unidades para recuperar la inversión inicial.

2.6.5 Indicadores Financieros

- Punto de equilibrio: 52 unidades
- Periodo de recuperación de la inversión: primer mes de operación activa
- Rentabilidad estimada por unidad: 50% – 65% según el producto

- Margen de utilidad bruta estimado: 60%

2.7 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS • Productos 100% cera de soja ecológica • Amplia variedad de diseños y fragancias • Personalización a pedido del cliente • Precios competitivos y accesibles • Producción artesanal de alta calidad	OPORTUNIDADES • Creciente demanda de productos artesanales • Mercado de regalos corporativos en expansión • Tendencia al bienestar y aromaterapia • Comercialización digital sin local físico • Participación en ferias y exposiciones
DEBILIDADES • Capacidad de producción inicial limitada • Marca nueva sin posicionamiento establecido • Dependencia de proveedores externos • Inversión inicial reducida	AMENAZAS • Competencia de velas importadas a bajo costo • Variación en precios de materias primas • Imitación de diseños por competidores • Estacionalidad de la demanda

2.8 ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgos Financieros

- Variación en el costo de materias primas (cera de soja, fragancias)
- Solución: establecer acuerdos con proveedores fijos y mantener stock de seguridad

Riesgos Operativos

- Demoras en la producción por volumen inesperado de pedidos
- Solución: planificación anticipada de la producción y capacitación del equipo

Riesgos Comerciales

- Baja demanda inicial por desconocimiento de la marca
- Solución: campaña de lanzamiento en redes sociales y participación activa en ferias

Riesgos Tecnológicos

- Dependencia de redes sociales como canal principal de ventas
- Solución: diversificación de canales (WhatsApp Business, ferias, tiendas)

2.9 ESTUDIO JURÍDICO Y LEGAL

En la etapa inicial, Alma de Cera operará como emprendimiento estudiantil bajo la estructura organizativa de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, en el marco de la Expociencia Facultativa 2026.

- Tipo de empresa: microempresa / emprendimiento estudiantil
- Forma jurídica: empresa unipersonal o sociedad de hecho entre los integrantes
- Requisitos legales: NIT individual, inscripción en el Registro de Comercio al formalizar
- Obligaciones tributarias: régimen simplificado para microempresas (RTS) al momento de la formalización

2.10 IMPACTO DEL NEGOCIO

Impacto Económico

Alma de Cera genera ingresos para los 5 integrantes del equipo, contribuye al movimiento económico local mediante la compra de insumos en proveedores bolivianos y fomenta el desarrollo del mercado artesanal en Santa Cruz de la Sierra.

Impacto Social

El emprendimiento promueve el desarrollo de habilidades empresariales en estudiantes universitarios, fomenta el trabajo en equipo y la creatividad, y ofrece a los consumidores productos únicos que contribuyen a su bienestar emocional y calidad de vida.

Impacto Ambiental

Al utilizar 100% cera de soja —un recurso renovable y biodegradable— en lugar de ceras derivadas del petróleo, Alma de Cera reduce significativamente el

impacto ambiental de su producción. Las fragancias naturales y los empaques responsables refuerzan el compromiso ecológico del emprendimiento.

Generación de Empleo e Innovación

El emprendimiento genera empleo directo para los 5 integrantes y proyecta incorporar personal adicional conforme crezca la demanda. La innovación constante en diseños y la personalización de productos representan el diferencial competitivo de la marca.

3. CONCLUSIONES

- Alma de Cera es un emprendimiento viable, con una inversión inicial accesible de Bs. 600 y un modelo de negocio basado en la producción bajo pedido que minimiza el riesgo financiero.
- La utilización de 100% cera de soja y fragancias naturales posiciona a la empresa en el segmento de productos ecológicos y artesanales, un mercado en crecimiento constante.
- La amplia variedad de diseños —Margarita, Osito con Moño, Pensantes, Flor Margarita, Maceta con Flor y Osito Mini— permite atender diferentes segmentos de mercado y ocasiones de compra.
- La estrategia de comercialización digital a través de redes sociales, combinada con la participación en ferias, garantiza visibilidad de la marca sin requerir inversión en local físico.
- El equipo multidisciplinario de 5 integrantes, con roles claramente definidos, constituye una fortaleza organizacional que facilita la operación eficiente del emprendimiento.

4. RECOMENDACIONES

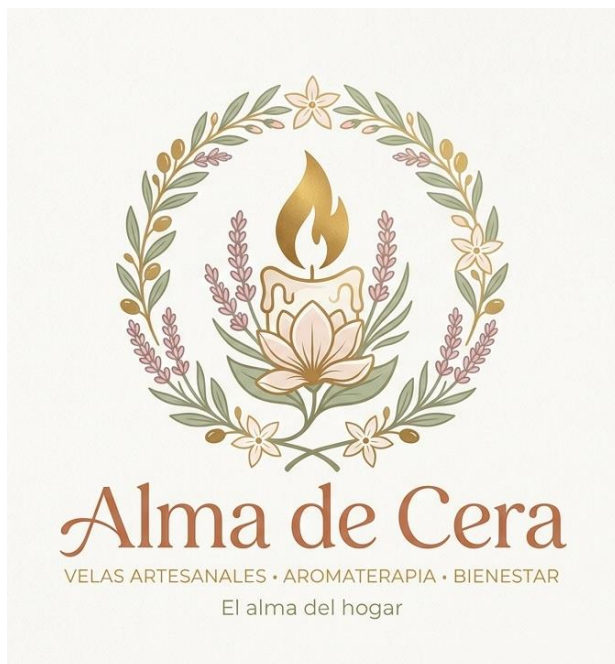
- Fortalecer la identidad de marca Alma de Cera mediante una imagen visual coherente y profesional en todas las plataformas digitales.
- Establecer alianzas con proveedores locales de cera de soja y fragancias para garantizar la continuidad del suministro y reducir costos.

- Implementar un sistema de registro de pedidos y control de inventario desde el inicio para facilitar la toma de decisiones financieras.
- Ampliar el catálogo de productos con nuevos diseños estacionales para fechas especiales como Navidad, Día de la Madre y San Valentín.
- Explorar canales de venta adicionales como mercados artesanales, tiendas de regalos y plataformas de comercio electrónico local para reducir la dependencia de un solo canal.
- Reinvertir al menos el 30% de las utilidades mensuales para ampliar la capacidad productiva y financiar campañas de marketing.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Deusto.
- Weinberger Villarán, K. (2009). Plan de negocios: herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. USAID/PERU/MYPE COMPETITIVA.
- Alpire Hurtado, G., & Bejarano Martínez, L. (2026). Guía diseño plan de negocio – Expociencia Facultativa 2026. Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, IICCAF.

6. ANEXOS



logo de alma de cera

BALANCE GENERAL			
ALMA DE CERA			
(Expresado en bolivianos)			
ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Caja	600		
Inventario de mercaderías	400		
Total Activo Corriente	1,000	Total Pasivo	
Activo No Corriente		Patrimonio Neto	
Muebles y enseres	200	Capital en efectivo	600
Equipos y herramientas	150	Capital en bienes	750
Total Activo No Corriente	350	Total Patrimonio Neto	1,350
TOTAL ACTIVO	1350	TOTAL PAS. Y PAT	1350

