

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

UNIDAD ACADÉMICA LAS PIEDRAS

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICA, ADMINISTRATIVA Y
FINANCIERA**

PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

“Diseño de una Empresa Unipersonal Jessica Productora de Pulpa de Copoazu”

Postulante: Jessica Elizabeth Moreno Molina

Tutor: Ing. Adhemar Rodríguez Bravo

Diciembre 2024

HOJA DE APROBACIÓN

Nómina y rúbrica del tribunal evaluador de la exposición y defensa del trabajo final de investigación en la Modalidad de Proyecto de Grado del Programa de Administración de Empresas, misma que lleva por Título: *“DISEÑO DE UNA EMPRESA UNIPERSONAL JESSICA PRODUCTORA DE PULPA DE COPOAZU”*.

Nº	FUNCIÓN TRIBUNAL	NOMBRE Y APELLIDOS	C. I.	FIRMA
1	Presidente	Lic. Emilio Suarez Churipuy
2	Vocal 1	Lic. Alexander Cuellar Tirina
3	Vocal 2	Ing. Nelson D. Cuellar Sánchez
4	Vocal 3	Lic. Elena Chávez Aparicio
4	Tutor	Ing. Adhemar Rodríguez Bravo
4	Postulante	Univ. Jessica E. Moreno Molina

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	13
DEDICATORIA	14
RESUMEN EJECUTIVO	15
ABSTRACT	17
CAPITULO I	19
1.1. Antecedentes	19
1.2. Descripción del problema	20
1.2.1 Contexto internacional	20
1.2.2 Contexto nacional	20
1.2.3 Contexto local	21
1.2.4 Planteamiento del Problema de Investigación:	21
1.3. Formulación del problema	22
1.4. Justificación	22
1.5. Objetivos	23
1.5.1. Objetivo General	23
1.5.2 Objetivos Específicos	23

1.6. Marco Conceptual.....	24
1.6.1. Administración de Empresas	24
1.6.2.- Impacto Económico.....	24
1.6.3.- Producción Sostenible	25
1.6.4.- Creación de Empresa	26
1.6.5.- Empresa Unipersonal.....	26
1.6.6. Producción Sostenible de Copoazú.....	27
1.6.7.- Empresas de Impacto y Desarrollo Sostenible	28
1.6.8.- El Copoazú (Theobroma grandiflorum)	30
1.6.9.- Recursos Humanos:	30
1.6.9.1.- Gestión de Recursos Humanos: Funciones y Responsabilidades.....	31
1.6.9.2.- Importancia Estratégica de los Recursos Humanos.....	31
1.6.9.3.- Desafíos y Tendencias en la Gestión de Recursos Humanos	31
1.6.10.- Liderazgo y Toma de Decisiones:	32
1.6.11.- Gestión de Recursos Humanos:.....	32
1.6.12.- Innovación y Emprendimiento:	32
1.6.13.- Responsabilidad Social Empresarial (RSE):	32

1.7. Metodología	33
1.7.1 Tipo de Investigación.....	33
1.7.2. Diseño de Investigación.....	33
1.7.3. Enfoque.....	33
1.7.4. Método	34
1.7.5. Técnicas e Instrumentos de Investigación	34
1.7.5.1. Técnicas	34
1.7.5.2. Instrumentos.....	35
1.7.6 Población y Muestra	35
1.8. Resultados de la encuesta.....	36
1.9 Resultados de la de entrevistas	42
CAPITULO II.....	49
2.1. Definición del negocio.....	49
2.1.1 Naturaleza de la Empresa.....	49
2.1.2 Concepto de Negocio.....	49
2.1.3 El Producto y su Generación de Valor.....	49
2.1.4 Misión	50

	6
2.1.5 Visión.....	50
2.1.6 Claves de Gestión	50
2.1.7 Estrategia Competitiva.....	50
2.2 Mercado	51
2.2.1 Producto Mercadotécnico	51
2.2.2 Potencial de Mercado, la Competencia, Barreras de Entrada o de Salida	52
2.2.3 Segmentación del Mercado, Potencial de Ventas, Pronóstico de Ventas	53
2.2.4 El Cliente Objetivo (Comportamiento del Consumidor).....	57
2.2.5 Estrategias de Marketing.....	59
2.3 Operaciones (producción).....	61
2.3.1 Diseño y Desarrollo de Productos.....	61
2.3.2 Proceso de Producción.....	63
2.3.3 Insumos	64
2.3.3.1. Insumos Principales	64
2.3.3.2. Insumos Secundarios	64
2.3.4 Planta: Cálculo de la Capacidad de Producción, Localización y Distribución de Planta	64

2.3.4.1. Cálculo de la Capacidad de Producción.....	64
CAPITULO III.....	66
3.1. Finanzas	66
3.1.1 Presupuesto de Inversión	66
3.1.2 Presupuesto de Operaciones	67
3.1.3 Punto de Equilibrio	70
3.1.4 Financiamiento.....	72
3.1.5 Cash Flow (Flujo de Caja).....	75
3.1.6 Evaluación Financiera.....	77
3.1.6.1. Valor Actual Neto (VAN):.....	77
3.1.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR):.....	78
3.1.6.3. Relación Beneficio/Costo (B/C):.....	79
CAPITULO IV.....	81
4.1 Organización Administrativa y Legal.....	81
4.1.1 Personería Jurídica.....	81
4.1.2 Registro Legal.....	81
4.1.3 Organización Empresarial.....	82

	8
4.1.4 Personal.....	85
4.1.5 Procedimientos Técnico-Administrativos.....	85
4.2 Fuentes De Información.....	86
4.2.1. Estudios de Mercado Local y Regional	86
4.2.2. Investigación de Productos Naturales y Sustentables.....	87
CAPITULO V.....	88
5.1 Conclusiones.....	88
5.2 Recomendaciones	90
5.3 Bibliografía.....	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Procesador eléctrico de pulpa de fruta.....	56
Figura 2 Organigrama de la Empresa JESSICA.....	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1 ¿CUÁL ES SU EDAD?.....	36
GRAFICO 2 ¿CUÁL ES SU NIVEL EDUCATIVO?	37
GRAFICO 3 ¿CUÁL ES SU OCUPACIÓN ACTUAL?	37
GRAFICO 4 ¿CONOCE EL COPOAZÚ?	38
GRAFICO 5 ¿HA CONSUMIDO PRODUCTOS DERIVADOS DEL COPOAZÚ (POR EJEMPLO, PULPA, JUGO, POSTRES)?	38
GRAFICO 6 ¿QUÉ TAN INTERESADO/A ESTARÍA EN COMPRAR PULPA DE COPOAZÚ PRODUCIDA LOCALMENTE?	39
GRAFICO 7 ¿QUÉ FACTORES CONSIDERA MÁS IMPORTANTES AL COMPRAR PULPA DE COPOAZÚ? (MARQUE TODAS LAS QUE APLIQUEN).....	39
GRAFICO 8 ¿CUÁL SERÍA EL RANGO DE PRECIOS QUE ESTARÍA DISPUESTO/A A PAGAR POR UN KILOGRAMO DE PULPA DE COPOAZÚ?	40
GRAFICO 9 ¿DÓNDE PREFERIRÍA COMPRAR PULPA DE COPOAZÚ?	41
GRAFICO 10 ¿QUÉ EXPECTATIVAS TIENE SOBRE LA EMPRESA PRODUCTORA DE PULPA DE COPOAZÚ EN TÉRMINOS DE IMPACTO EN LA COMUNIDAD?	41

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Pronóstico de Ventas	55
Tabla 2 Presupuesto de Inversión	66
Tabla 8 Inversión Total.....	67
Tabla 9 Costos de Producción.....	68
Tabla 10 Costos Administrativos.....	69
Tabla 13 Resumen del Presupuesto de Operaciones Anual.....	70
Tabla 14 Distribución del Financiamiento.....	73
Tabla 15 Flujo de Caja Proyectado para 5 Años.....	75
Tabla 16 Cálculo del VAN:	78

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA

ANEXO N° 2 GUÍA DE ENTREVISTAS

ANEXO N° 3 FOTOGRAFÍAS

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la vida, la fortaleza y las oportunidades para crecer y perseguir mis sueños. Su guía ha sido mi inspiración en cada paso de este camino.

A mis padres, cuyo amor, apoyo incondicional y sacrificios constantes me han impulsado a seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles. A mis hermanas, que siempre me han brindado su comprensión y aliento; ya mis abuelos, quienes con sus enseñanzas y valores han sido una luz en mi vida.

A mi pareja, por su compañía y por ser una fuente constante de motivación y confianza. A mis amigas, quienes me han apoyado en todo momento, brindándome su amistad y apoyo inquebrantable; Ya toda mi familia, por el amor y respaldo que me han dado siempre, dándome la fuerza para superar cada desafío.

A mis docentes, por su dedicación, paciencia y compromiso en la formación de mi carrera profesional, quienes han sido guías en mi proceso de aprendizaje. Finalmente, agradezco a la Universidad Amazónica de Pando y en especial a la Unidad Académica Las Piedras, por brindarme el espacio y las herramientas necesarias para el desarrollo de este proyecto. A todos ustedes, mi sincero agradecimiento.

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada paso de este camino, y por brindarme las bendiciones y oportunidades que han hecho posible alcanzar este logro.

A mis padres, cuya dedicación, esfuerzo y amor incondicional han sido el motor que me impulsa a seguir adelante. Su ejemplo de trabajo y perseverancia es la base de mis aspiraciones.

A mis hermanas, por su apoyo constante y por llenar mi vida de alegría y compañerismo.

A mis abuelos, quienes con su sabiduría y amor me han enseñado los valores que me guían en la vida.

A mi pareja, por su amor, comprensión y por ser siempre un pilar de apoyo en mis momentos de duda.

A todos ustedes, con amor y gratitud, dedico este logro.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto, dedicada a la producción y comercialización de pulpa de copoazú. A través de un análisis exhaustivo del mercado, se identificó una demanda creciente de productos naturales y saludables, lo que representa una oportunidad ideal para introducir la pulpa de copoazú como un bien de alto valor nutricional. La empresa se enfocará en implementar prácticas sostenibles en la producción, garantizando un proceso eficiente y respetuoso con el medio ambiente, y en fortalecer la cadena productiva de los agricultores locales mediante capacitación técnica y mejoras en los procesos de cosecha y procesamiento.

El plan de negocios diseñado contempla aspectos financieros, operativos y de marketing, asegurando la viabilidad y sostenibilidad de la empresa a largo plazo. Se establecieron presupuestos de inversión y operación detallados, identificando los recursos necesarios para la puesta en marcha y el crecimiento del negocio. Además, se realizó un análisis del potencial del mercado y de la competencia, revelando que existen oportunidades claras para posicionar la pulpa de copoazú como un producto destacado en la región, debido a sus beneficios nutricionales y al creciente interés por productos saludables.

En términos operativos, la empresa contará con un proceso de producción eficiente, que incluye el uso de maquinaria adecuada y el aprovechamiento de insumos de alta calidad para garantizar la excelencia del producto final. Asimismo, se diseñó una estrategia de marketing que se enfocará en la sensibilización del consumidor sobre los beneficios del copoazú, destacando su valor nutricional y su origen natural. El enfoque está orientado a captar la atención de un mercado cada vez más consciente de su alimentación y sus hábitos de consumo.

Por otro lado, uno de los pilares clave del negocio es la sostenibilidad ambiental. En este sentido, JESSICA se compromete a adoptar prácticas de manejo agrícola y de producción que

minimicen el impacto ambiental, promoviendo la preservación del ecosistema local. Se buscará establecer alianzas con proveedores locales y agricultores de la zona para fomentar una cadena de suministro que siga principios de sostenibilidad y responsabilidad social. La capacitación en técnicas agrícolas eficientes y en buenas prácticas ambientales será esencial para garantizar la sostenibilidad a largo plazo del cultivo de copoazú y la estabilidad económica de los productores.

En cuanto a la estrategia de marketing, se ha diseñado un plan orientado a posicionar la pulpa de copoazú en el mercado local y regional, aprovechando sus atributos nutricionales y naturales. Las acciones de promoción incluirán campañas de sensibilización sobre los beneficios del consumo de productos naturales y saludables, así como la importancia del apoyo a las economías locales. La segmentación del mercado está dirigida a consumidores conscientes, quienes valoran tanto la calidad del producto como su origen y proceso de elaboración sostenible. Además, se utilizarán canales de distribución de efectivo que aseguren la accesibilidad del producto al consumidor final.

Finalmente, se proyecta que la empresa JESSICA generará un impacto positivo en la comunidad local, no solo a nivel económico sino también social y ambiental. La creación de empleo, la capacitación a los agricultores y la introducción de nuevas prácticas de cultivo y comercialización permitirán mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la comunidad, mientras que el enfoque sostenible contribuirá a la conservación del entorno natural. Con la correcta ejecución del plan de negocios y las estrategias propuestas, JESSICA se perfila como un proyecto exitoso con un fuerte potencial de crecimiento y un modelo de negocio responsable y rentable.

ABSTRACT

This project is dedicated to the production and marketing of cupuaçu pulp. Through an exhaustive analysis of the market, a growing demand for natural and healthy products was identified, which represents an ideal opportunity to introduce cupuaçu pulp as a good with high nutritional value. The company will focus on implementing sustainable practices in production, guaranteeing an efficient and environmentally friendly process, and on strengthening the production chain of local farmers through technical training and improvements in harvesting and processing processes.

The designed business plan contemplates financial, operational and marketing aspects, ensuring the viability and sustainability of the company in the long term. Detailed investment and operating budgets were established, identifying the resources necessary for the start-up and growth of the business. In addition, an analysis of the market and competition potential was carried out, revealing that there are clear opportunities to position cupuaçu pulp as a prominent product in the region, due to its nutritional benefits and the growing interest in healthy products.

In operational terms, the company will have an efficient production process, which includes the use of appropriate machinery and the use of high-quality inputs to guarantee the excellence of the final product. In addition, a marketing strategy was designed that will focus on raising consumer awareness about the benefits of cupuaçu, highlighting its nutritional value and natural origin. The approach is aimed at capturing the attention of a market that is increasingly aware of its diet and consumption habits.

On the other hand, one of the key pillars of the business is environmental sustainability. In this sense, JESSICA is committed to adopting agricultural management and production practices that minimize environmental impact, promoting the preservation of the local

ecosystem. Alliances will be sought with local suppliers and farmers in the area to promote a supply chain that follows principles of sustainability and social responsibility. Training in efficient agricultural techniques and good environmental practices will be essential to ensure the long-term sustainability of cupuaçu cultivation and the economic stability of producers.

Regarding the marketing strategy, a plan has been designed to position cupuaçu pulp in the local and regional market, taking advantage of its nutritional and natural attributes. Promotional actions will include awareness campaigns on the benefits of consuming natural and healthy products, as well as the importance of supporting local economies. Market segmentation is aimed at conscious consumers, who value both the quality of the product and its origin and sustainable production process. In addition, cash distribution channels will be used to ensure the accessibility of the product to the final consumer.

Finally, the JESSICA company is projected to generate a positive impact on the local community, not only economically but also socially and environmentally. Job creation, training for farmers and the introduction of new cultivation and marketing practices will improve the living conditions of the community's inhabitants, while the sustainable approach will contribute to the conservation of the natural environment. With the correct execution of the business plan and the proposed strategies, JESSICA is emerging as a successful project with strong growth potential and a responsible and profitable business model.

CAPITULO I

1.1. Antecedentes

El copoazú (*Theobroma grandiflorum*), originario de la región amazónica, ha ganado reconocimiento a nivel internacional debido a sus propiedades nutricionales y beneficios para la salud. Países como Brasil y Perú han desarrollado industrias dedicadas a la producción y comercialización de sus derivados, principalmente pulpa, jugos y productos cosméticos. Las exportaciones de pulpa de copoazú han crecido en estos países, impulsadas por la tendencia global hacia productos naturales y saludables, ya que el copoazú contiene antioxidantes, vitaminas y ácidos grasos esenciales. Además, varias iniciativas de cooperación internacional han apoyado el desarrollo de esta industria en comunidades amazónicas, promoviendo la sostenibilidad y el comercio justo como valor agregado para los consumidores.

En Bolivia, la producción de copoazú es aún incipiente en comparación con otros países amazónicos. Sin embargo, algunas iniciativas y estudios del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural han resaltado el potencial del copoazú como un recurso con alto valor comercial y beneficios para el desarrollo de las comunidades amazónicas. Proyectos nacionales han fomentado la producción sostenible y han explorado la exportación de la pulpa de copoazú y sus derivados, resaltando su capacidad para generar ingresos adicionales para los agricultores locales y apoyar el crecimiento económico en regiones como el Beni y Pando.

En la comunidad La Esperanza, ubicada en el municipio de Riberalta, el copoazú es una fruta nativa de amplio conocimiento entre los habitantes, pero su comercialización y producción a escala aún no están completamente desarrolladas. Existen pocas empresas locales dedicadas a la transformación de esta fruta en productos derivados, lo que representa una oportunidad para su aprovechamiento como alternativa de desarrollo económico. El interés local por una empresa

productora de pulpa de copoazú podría ayudar a fortalecer la economía de la comunidad, generando empleos y aprovechando el recurso natural de manera sostenible. Los habitantes han mostrado interés en participar en el desarrollo de prácticas de cultivo y procesamiento, lo que crea un contexto favorable para el establecimiento de una empresa unipersonal como JESSICA.

1.2. Descripción del problema

1.2.1 Contexto internacional

A nivel internacional, la creciente demanda de productos naturales y saludables ha impulsado la comercialización de frutas amazónicas como el copoazú. Países como Brasil y Perú han establecido mercados robustos para los derivados de copoazú, promoviendo no solo su valor nutricional, sino también su papel en la sostenibilidad ambiental y en el empoderamiento de comunidades indígenas y rurales. Sin embargo, el mercado global aún presenta retos significativos, como la necesidad de estandarización en la calidad de los productos y el aseguramiento de prácticas de producción sostenibles que permitan a los productores locales competir en igualdad de condiciones. La falta de infraestructura adecuada y de conocimientos técnicos limitan la capacidad de pequeñas comunidades para exportar sus productos de forma competitiva.

1.2.2 Contexto nacional

En Bolivia, el potencial del copoazú como recurso económico permanece sin explotar completamente. Aunque existen iniciativas que buscan fomentar su producción y procesamiento, la infraestructura, financiamiento y acceso al mercado para los pequeños productores aún son limitados. A nivel nacional, la demanda de copoazú y sus derivados ha crecido en los mercados urbanos, pero la falta de una cadena de suministro sólida y de estrategias de comercialización impactan negativamente en la capacidad de los productores para beneficiar de esta demanda.

Además, el desconocimiento de las oportunidades de negocio y la limitada capacitación en el procesamiento del copoazú impiden que las comunidades productoras, especialmente en zonas rurales, capitalicen el potencial económico de este fruto.

1.2.3 Contexto local

En la comunidad La Esperanza, la producción de copoazú es una actividad reconocida, pero el procesamiento de esta fruta y la generación de derivados de valor agregado, como la pulpa, no están desarrollados a nivel comercial. Los agricultores locales poseen conocimientos limitados en técnicas de procesamiento y en prácticas de comercialización, lo que impide aprovechar la demanda creciente de copoazú tanto a nivel regional como nacional. La falta de infraestructura, equipo y capacitación específica en la comunidad limita la posibilidad de establecer una empresa productora que aproveche el copoazú de manera sostenible y rentable. Esto crea una barrera significativa para la generación de empleo, la diversificación económica y el acceso a ingresos estables en la comunidad.

1.2.4 Planteamiento del Problema de Investigación:

El copoazú, un fruto amazónico de alto valor nutricional y económico, ha sido tradicionalmente cultivado en comunidades locales, pero su potencial comercial está subutilizado. En la actualidad, los productores enfrentan dificultades como la falta de capacitación en técnicas modernas de procesamiento, baja tecnificación en el manejo del fruto y una comercialización limitada en mercados competitivos. Estas problemáticas limitan la sostenibilidad y el crecimiento económico de los agricultores locales, quienes no logran obtener ingresos significativos ni aprovechar plenamente las oportunidades que este producto ofrece.

Esta situación plantea la necesidad de diseñar estrategias efectivas que mejoren los procesos productivos y comerciales de la pulpa de copoazú, promoviendo la sostenibilidad económica y ambiental, así como el bienestar de las comunidades productoras.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo el diseño de estrategias productivas y comerciales puede mejorar la sostenibilidad económica y ambiental de la producción de pulpa de copoazú en la comunidad local?

1.4. Justificación

La presentación del proyecto de plan de negocio de la empresa unipersonal Jessica productora de pulpa de copoazú en la Comunidad La Esperanza, Municipio de Riberalta, responde a varias motivaciones fundamentales que son clave para su desarrollo y viabilidad:

Existe una creciente demanda por productos naturales y saludables en el mercado local y regional. La pulpa de copoazú, conocida por sus propiedades nutricionales y su sabor único, representa una oportunidad estratégica para captar esta demanda y satisfacer las preferencias de los consumidores conscientes de la salud.

La iniciativa busca contribuir significativamente al desarrollo económico y social de la Comunidad La Esperanza. A través de la generación de empleo local, la transferencia de conocimientos agrícolas y el apoyo a los productores locales, se pretende fortalecer el tejido económico de la comunidad y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

La producción de pulpa de copoazú se llevó a cabo bajo principios de sostenibilidad ambiental. Esto implica la implementación de prácticas agrícolas responsables que minimicen el impacto ambiental negativo, conserven los recursos naturales locales y promuevan la biodiversidad en la región amazónica.

La propuesta se diferencia por su enfoque en la innovación tecnológica y la calidad del producto. Se utilizarán técnicas avanzadas de cultivo y procesamiento para garantizar una pulpa de copoazú de alta calidad, libre de aditivos y conservantes artificiales, lo que posicionará a la empresa en un segmento premium del mercado.

A largo plazo, la empresa explorará oportunidades de exportación hacia mercados internacionales interesados en productos exóticos y naturales provenientes de la Amazonía. Esto no solo ampliará su base de clientes, sino que también contribuirá al reconocimiento global de la calidad y autenticidad del producto.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Diseñar una empresa unipersonal denominada "Jessica" dedicada a la producción y comercialización de pulpa de copoazú, implementando estrategias de producción sostenible, asegurando la calidad del producto, y promoviendo su inserción en mercados locales y regionales para contribuir al desarrollo económico de las comunidades productoras.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar las condiciones actuales de producción y comercialización del copoazú en la región, identificando oportunidades de mejora.
- Desarrollar un plan operativo y financiero que contemple los recursos necesarios, el proceso productivo y la rentabilidad de la empresa.
- Diseñar estrategias de marketing para posicionar la pulpa de copoazú en los mercados locales y regionales, destacando sus beneficios nutricionales y calidad.
- Establecer mecanismos de capacitación técnica para los productores locales, promoviendo buenas prácticas agrícolas y un enfoque sostenible en la producción.

1.6. Marco Conceptual

1.6.1. Administración de Empresas

La administración de empresas es un campo multifacético que abarca la planificación, organización, dirección y control de recursos para alcanzar metas organizacionales. Es un proceso dinámico que implica la toma de decisiones estratégicas para lograr la eficiencia y la eficacia en las operaciones empresariales (Drucker, 1954).

La gestión eficaz de una organización requiere una comprensión integral de sus recursos y objetivos. En palabras de Burns y Stalker (1961), la administración implica funciones clave como la previsión, la organización, la coordinación, la dirección y el control, que deben ejecutarse de manera integrada para lograr el éxito organizacional.

La teoría de la contingencia, propuesta por Burns y Stalker (1961), enfatiza que no existe un enfoque único para administrar empresas, ya que la efectividad de las prácticas de gestión depende del entorno y las circunstancias específicas. Este enfoque subraya la necesidad de adaptabilidad y flexibilidad en la administración empresarial.

La administración moderna también incorpora la dimensión humana y ética. Autores como McGregor (1960) han destacado la importancia de comprender y motivar a los empleados, reconociendo que el recurso humano es un activo clave para el éxito organizacional.

1.6.2.- Impacto Económico

El impacto económico se refiere a las consecuencias que una acción, proyecto o evento tiene en términos de producción, empleo, ingresos y otros indicadores económicos de una región o país. Es una medida integral que evalúa cómo las actividades económicas afectan el desarrollo y el bienestar de una comunidad o sociedad en su conjunto. Burns y Stalker (1961).

La literatura económica ha destacado la importancia del impacto económico como un indicador clave para evaluar la contribución de diversas actividades. Según Burns y Stalker (1961), el análisis de impacto económico busca medir tanto los efectos directos como los indirectos e inducidos de una actividad en la economía, proporcionando una visión holística de su influencia.

El impacto económico puede manifestarse en diversos aspectos, como el crecimiento del producto interno bruto (PIB), la generación de empleo y la mejora de la calidad de vida de la población. En este sentido, el impacto económico no se limita a la esfera financiera, sino que se extiende a dimensiones sociales y de desarrollo. Burns y Stalker (1961).

1.6.3.- Producción Sostenible

La producción sostenible es un enfoque que busca integrar prácticas industriales y empresariales que minimicen el impacto negativo en el medio ambiente, promoviendo la eficiencia económica y el bienestar social a largo plazo (UNIDO, 2006). Este concepto reconoce la interdependencia entre el crecimiento económico, la conservación de recursos y el respeto por los aspectos sociales y culturales de las comunidades involucradas.

La sostenibilidad en la producción se basa en la capacidad de satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. Este enfoque holístico busca equilibrar la rentabilidad económica con la responsabilidad ambiental y social, considerando aspectos éticos y de equidad intergeneracional. (UNIDO, 2006).

La literatura destaca que la producción sostenible implica la adopción de tecnologías limpias, la gestión eficiente de recursos, la minimización de residuos y una consideración

cuidadosa de los impactos sociales. Estos principios se aplican a diversas industrias y sectores, desde la agricultura hasta la manufactura y los servicios. (UNIDO, 2006).

1.6.4.- Creación de Empresa

La creación de empresa es un proceso dinámico que implica la concepción, planificación, implementación y gestión de una nueva entidad comercial con el objetivo de generar valor económico y social (Shane & Venkataraman, 2000). Este concepto va más allá de la simple materialización de una idea de negocio y abarca la ejecución estratégica de esa idea en el entorno empresarial.

Los estudios sobre emprendimiento destacan que la creación de empresa es un fenómeno multifacético que involucra la identificación y aprovechamiento de oportunidades de mercado (Shane & Venkataraman, 2000). La capacidad para reconocer y capitalizar oportunidades es esencial en el proceso de creación empresarial, donde el emprendedor juega un papel central en la formulación y ejecución de la visión empresarial.

La literatura subraya que la creación de empresa no solo implica aspectos económicos, sino también sociales y culturales (Shane & Venkataraman, 2000). Este proceso puede contribuir al desarrollo económico al generar empleo, fomentar la innovación y dinamizar sectores industriales. Además, la creación de empresa puede ser un medio para empoderar a individuos y comunidades, generando impactos más allá de los confines empresariales.

1.6.5.- Empresa Unipersonal

La empresa unipersonal, también conocida como empresario individual, es una forma jurídica de organización empresarial en la cual una sola persona asume la totalidad de la responsabilidad legal y financiera del negocio (Martínez-Echevarría, 2012). Este modelo

empresarial se caracteriza por su simplicidad estructural y la vinculación directa entre el propietario y la gestión operativa del negocio.

Desde una perspectiva legal, la empresa unipersonal implica que el titular responde personalmente de todas las deudas y obligaciones contraídas por la empresa (Martínez-Echevarría, 2012). Este formato simplificado facilita la toma de decisiones y agiliza los trámites administrativos, ya que no requiere la constitución de un órgano de gobierno adicional.

La literatura empresarial destaca que la empresa unipersonal es una opción común para emprendedores y pequeños empresarios que buscan iniciar y gestionar un negocio de manera autónoma (Martínez-Echevarría, 2012). Esta forma de organización ofrece flexibilidad en la toma de decisiones y agilidad en la adaptación a cambios en el entorno empresarial.

1.6.6. Producción Sostenible de Copoazú

El copoazú es una fruta tropical originaria de la Amazonía, que se cultiva en Colombia, Brasil, Perú, Bolivia y Ecuador. Su nombre científico es *Theobroma grandiflorum* y pertenece a la misma familia que el cacao (*Theobroma cacao*). El copoazú tiene un fruto de forma ovalada, de color marrón y con una pulpa blanca que rodea a las semillas. La pulpa tiene un sabor ácido y aromático, y se utiliza para elaborar jugos, mermeladas, helados y otros productos. Las semillas se pueden procesar para obtener un producto similar al chocolate, llamado cupulate, y también se pueden extraer aceites y mantecas para fines cosméticos y farmacéuticos. Gómez, L. A., & Gómez, J. A. (2023).

El copoazú tiene un gran potencial para el desarrollo de la bioeconomía en la región amazónica, ya que se trata de un cultivo que aprovecha la biodiversidad local, genera ingresos para las comunidades rurales, contribuye a la conservación del bosque y ofrece una alternativa sostenible a la ganadería y la agricultura extensiva, que son las principales causas de la

deforestación en la zona. Gómez, L. A., & Gómez, J. A. (2023). Además, el copoazú tiene propiedades nutricionales y medicinales, como alto contenido en fósforo, pectina y vitamina C, y efectos antiinflamatorios, antidiarreicos y antipiréticos (Todosobrefrutas.com, s.f.).

Para lograr una producción sostenible de copoazú, se recomienda implementar sistemas agroforestales, que consisten en combinar el cultivo de copoazú con otras especies de árboles frutales, leguminosas y plátanos, que proporcionan sombra, nutrientes y protección contra las plagas y enfermedades. Estos sistemas permiten aprovechar mejor el espacio, diversificar la producción, mejorar la calidad del suelo y reducir el impacto ambiental (Todosobrefrutas.com, s.f.; Socialab.com, s.f.).

Asimismo, se requiere fortalecer la cadena de valor del copoazú, mediante el apoyo a las organizaciones de productores, la mejora de los procesos de transformación y comercialización, la búsqueda de nuevos mercados y la promoción del consumo interno y externo. En este sentido, se han establecido acuerdos de cooperación entre el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia, el Instituto Sinchi, Natura Cosméticos Colombia y las asociaciones de productores de copoazú de Caquetá, para consolidar el sector y generar beneficios económicos, sociales y ambientales. Gómez, L. A., & Gómez, J. A. (2023).

1.6.7.- Empresas de Impacto y Desarrollo Sostenible

El concepto de desarrollo sostenible se refiere a la capacidad de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Gómez, L. A., & Gómez, J. A. (2023).

Las empresas de impacto son aquellas que buscan generar un impacto social o ambiental positivo, además de obtener beneficios económicos. Gómez, L. A., & Gómez, J. A. (2023).

Estas empresas tienen como objetivo contribuir al desarrollo sostenible, y su impacto se mide en términos de su capacidad para generar beneficios sociales y ambientales. La concepción sobre la naturaleza de la empresa impacta en el desarrollo sostenible. Humanidad. (2023).

Si se considera que la empresa solo tiene la responsabilidad de generar beneficios económicos, es poco probable que se adopten prácticas sostenibles. Por otro lado, si se considera que la empresa tiene una responsabilidad social y ambiental, es más probable que se adopten prácticas sostenibles. En este sentido, las empresas de impacto tienen una concepción amplia de su responsabilidad, y buscan generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. El desarrollo sostenible es un tema transversal en la educación empresarial. Humanidad. (2023).

Las facultades y escuelas de negocios deben formar profesionales capaces de integrar la sostenibilidad en sus prácticas empresariales. Para ello, es necesario que el desarrollo sostenible sea un eje transversal en el perfil profesional de los estudiantes. De esta manera, se formarán profesionales capaces de liderar empresas de impacto y contribuir al desarrollo sostenible. Humanidad. (2023).

Las empresas de impacto pueden contribuir al desarrollo sostenible a través de la innovación. La innovación es un factor clave para el desarrollo sostenible, ya que permite encontrar soluciones a los desafíos sociales y ambientales. Las empresas de impacto pueden desarrollar productos y servicios innovadores que generen un impacto social o ambiental positivo. De esta manera, contribuyen al desarrollo sostenible y generan beneficios económicos al mismo tiempo. Humanidad. (2023).

La inversión sostenible y de impacto es una herramienta importante para la viabilidad financiera de las empresas de impacto. La inversión sostenible y de impacto se refiere a la inversión en empresas que generan un impacto social o ambiental positivo, además de obtener

beneficios económicos. Estas inversiones contribuyen al desarrollo sostenible y generan beneficios económicos al mismo tiempo. En este sentido, la inversión sostenible y de impacto es una herramienta importante para la viabilidad financiera de las empresas de impacto.

Humanidad. (2023).

1.6.8.- El Copoazú (*Theobroma grandiflorum*)

El Copoazú (*Theobroma grandiflorum*) es una fruta originaria de la Amazonía, que ha sido objeto de estudio en diversas investigaciones. Según Martins, S. I. F. S., & Jongen, W. M. F. (2022), se ha investigado recientemente la composición química y las actividades farmacológicas de las vainas y semillas de cacao y cupuazú. Por otro lado, de Oliveira, (2022), presenta un estudio sobre el desarrollo de la fruta del cupuazú, en el que se identificaron genes clave involucrados en el metabolismo primario y la respuesta al estrés.

En cuanto a la composición química, de Oliveira, A. L. S., de Oliveira, (2013), indica que el alto contenido de lípidos en los licores de cupuazú y cacao sugiere que podrían contribuir al empeoramiento de la hiperlipidemia, especialmente en pacientes diabéticos. Además, Martins, S. I. F. S., & Jongen, W. M. F. (2017), destaca que tanto el cacao como el cupuazú contienen compuestos bioactivos que pueden proporcionar beneficios para la salud, como la reducción del aumento de peso en ratones con obesidad inducida por una dieta alta en grasas.

Por último, de Oliveira, L. A., (2016), presenta un estudio sobre la selección de genes de referencia para el estudio de la expresión en la pulpa y las semillas de *Theobroma grandiflorum*, lo que puede ser útil para futuros análisis relacionados con la genética de la fruta.

1.6.9.- Recursos Humanos:

Los recursos humanos se refieren al conjunto de individuos que forman parte de una organización y contribuyen con sus habilidades, conocimientos y esfuerzos al logro de los

objetivos de la misma. Este concepto destaca la importancia estratégica del factor humano en el contexto organizacional, reconociendo a los empleados como un recurso valioso que influye directamente en el rendimiento y el éxito de la empresa. Gómez-Mejía, Balkin, & Cardy, (2016).

1.6.9.1.- Gestión de Recursos Humanos: Funciones y Responsabilidades

La gestión de recursos humanos se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades relacionadas con el personal de una organización (Gómez-Mejía, Balkin, & Cardy, 2016). Esta disciplina abarca diversas funciones, como la selección y contratación de empleados, el desarrollo de habilidades, la administración de compensaciones y beneficios, y la gestión del desempeño. Su objetivo es optimizar el aporte de los recursos humanos a los objetivos organizacionales, promoviendo un ambiente de trabajo saludable y eficiente.

1.6.9.2.- Importancia Estratégica de los Recursos Humanos

Autores como Wright y McMahan (1992) resaltan la importancia estratégica de los recursos humanos al argumentar que la gestión efectiva del capital humano puede proporcionar a las organizaciones una ventaja competitiva sostenible. La adquisición, desarrollo y retención de talento son elementos cruciales para garantizar la adaptabilidad y el éxito a largo plazo en un entorno empresarial dinámico.

1.6.9.3.- Desafíos y Tendencias en la Gestión de Recursos Humanos

La gestión de recursos humanos enfrenta desafíos continuos, como la diversidad laboral, la gestión del cambio y la adaptación a las nuevas tecnologías. La gestión efectiva de estos desafíos se ha vuelto esencial para el logro de los objetivos organizacionales en un mundo laboral en constante evolución. Stevenson y Gumpert (1985).

1.6.10.- Liderazgo y Toma de Decisiones:

El liderazgo efectivo es esencial para el rendimiento organizacional. Según Stevenson y Gumpert (1985), los líderes deben equilibrar diversas funciones, desde el liderazgo interpersonal hasta el estratégico, mientras que la toma de decisiones eficaz se fundamenta en la evaluación racional y la capacidad para gestionar la incertidumbre. Stevenson y Gumpert (1985).

1.6.11.- Gestión de Recursos Humanos:

La gestión de recursos humanos se ha vuelto crucial en entornos empresariales complejos. En este contexto, la teoría del capital humano de Becker (1964) destaca la importancia de invertir en el desarrollo de habilidades y conocimientos de los empleados para mejorar la productividad y la competitividad organizacional.

1.6.12.- Innovación y Emprendimiento:

La innovación y el emprendimiento son elementos esenciales para el crecimiento y la supervivencia empresarial. Schumpeter (1934) identifica la innovación como el motor principal del cambio económico, mientras que el emprendimiento, según Stevenson y Gumpert (1985), involucra la identificación y explotación de oportunidades.

1.6.13.- Responsabilidad Social Empresarial (RSE):

La RSE se ha convertido en una consideración integral en la administración de empresas modernas. Stevenson y Gumpert (1985) propone un modelo de responsabilidad social que abarca las dimensiones económica, legal, ética y discrecional, destacando la necesidad de contribuir al bienestar social.

1.7. Metodología

1.7.1 Tipo de Investigación

La investigación es de tipo descriptiva. La investigación es de tipo descriptiva, ya que busca identificar y analizar las características, percepciones y necesidades de la comunidad en relación con la producción y comercialización de pulpa de copoazú. Este tipo de estudio permite obtener una visión detallada de los aspectos actuales del mercado y del interés de los consumidores, describiendo su comportamiento, expectativas y las oportunidades de mejora en el contexto local.

1.7.2. Diseño de Investigación

El diseño de investigación es cuasi-experimental. Este diseño se selecciona porque se busca evaluar el impacto de la introducción de la pulpa de copoazú en la comunidad, comparando los comportamientos de consumo y la aceptación del producto antes y después de su lanzamiento en un entorno controlado. Sin embargo, al tratarse de un entorno real y no de un laboratorio, no se cuenta con la aleatorización total, lo cual caracteriza a un diseño cuasi-experimental.

1.7.3. Enfoque

El enfoque de la investigación es mixto, ya que se combinarán métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una comprensión más completa del fenómeno estudiado.

Enfoque Cualitativo: Se utilizará para explorar las percepciones, actitudes y expectativas de los consumidores y miembros de la comunidad a través de entrevistas en profundidad y grupos focales.

Enfoque Cuantitativo: Se empleará para medir el grado de aceptación, frecuencia de compra y disposición a pagar por la pulpa de copoazú mediante encuestas estructuradas y análisis estadístico de los datos recolectados.

1.7.4. Método

El método a utilizar es analítico. El método a utilizar es el analítico, ya que este enfoque permitirá descomponer y examinar cada uno de los elementos y factores que influyen en la producción y comercialización de la pulpa de copoazú. A través del método analítico, se podrá identificar y comprender las relaciones y variaciones en el mercado, los procesos de producción y los comportamientos de los consumidores, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informadas que benefician el desarrollo del negocio.

1.7.5. Técnicas e Instrumentos de Investigación

1.7.5.1. Técnicas

De acuerdo al enfoque mixto de la investigación, se utilizarán las siguientes técnicas:

Técnicas Cualitativas:

Entrevistas en profundidad: Para explorar las percepciones, actitudes y opiniones de los miembros de la comunidad sobre la pulpa de copoazú.

Técnicas Cuantitativas:

Encuestas: Para recopilar datos cuantitativos sobre la aceptación, frecuencia de compra, y disposición a pagar por la pulpa de copoazú.

Análisis estadístico: Para interpretar los datos obtenidos de las encuestas, permitiendo identificar patrones y tendencias.

1.7.5.2. Instrumentos

Entrevistas en profundidad:

Guía de entrevistas: Un documento que contiene las preguntas abiertas a utilizar durante las entrevistas para guiar la conversación y asegurarse de cubrir todos los temas relevantes.

Encuestas estructuradas:

Cuestionario: Un conjunto de preguntas cerradas y de opción múltiple diseñado para recopilar datos cuantitativos de los participantes.

Análisis estadístico:

Software de análisis estadístico: Herramientas como SPSS o Excel que se utilizarán para procesar y analizar los datos cuantitativos recopilados a través de las encuestas.

1.7.6 Población y Muestra

Población: La población del estudio está conformada por todos los habitantes adultos de la Comunidad La Esperanza. Esta comunidad, ubicada en el municipio de Riberalta, cuenta con aproximadamente 1,200 personas mayores de 18 años, que representan el total de la población objetivo para la investigación.

Muestra: Para llevar a cabo un análisis representativo y fiable, se seleccionará una muestra de 50 personas adultas de la Comunidad La Esperanza. Esta muestra se definirá utilizando un muestreo aleatorio estratificado para asegurar que diferentes subgrupos dentro de la población (en términos de edad, género, nivel educativo, y ocupación) estén representados de manera adecuada.

El tamaño de la muestra se determina tomando en cuenta los recursos disponibles, el tiempo de la investigación y la necesidad de obtener datos significativos que permitan hacer inferencias válidas sobre la población total.

Criterios de inclusión:

Personas mayores de 18 años.

Residentes de la Comunidad La Esperanza.

Disponibilidad y disposición para participar en la encuesta y entrevistas.

Criterios de exclusión:

Personas menores de 18 años.

No residentes de la Comunidad La Esperanza.

Falta de disponibilidad o negativa a participar en el estudio.

1.8. Resultados de la encuesta

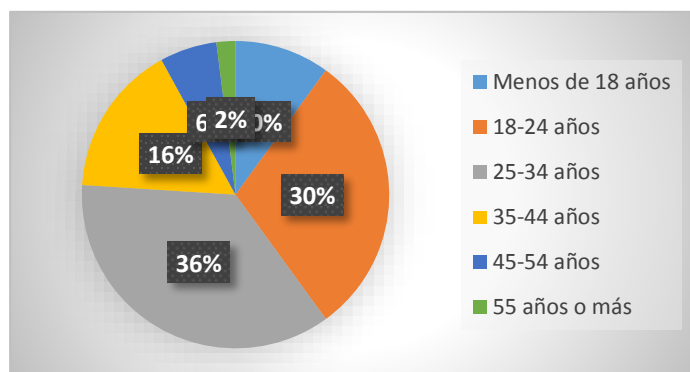
Número de encuestados: 50

Lugar: Comunidad La Esperanza, Municipio de Riberalta

1. Información General

Gráfico 1

¿Cuál Es Su Edad?



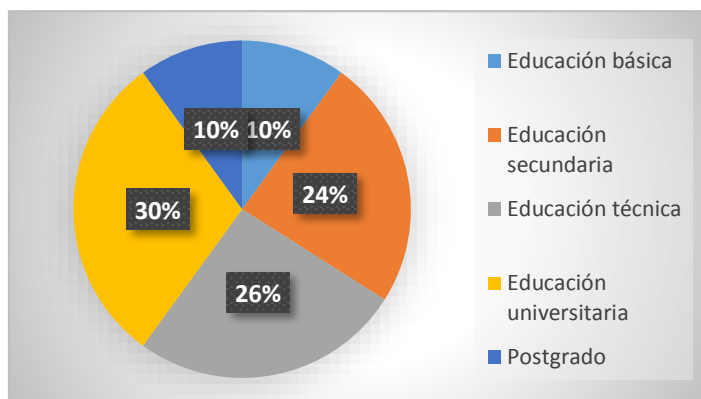
Nota: Elaboración propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: La mayoría de los encuestados (66%) se encuentra en el rango de edad de 18 a 34 años. Esto sugiere que la población interesada en el producto de

pulpa de copoazú es mayoritariamente joven, lo que puede influir en las estrategias de marketing y distribución.

Gráfico 2

¿Cuál Es Su Nivel Educativo?

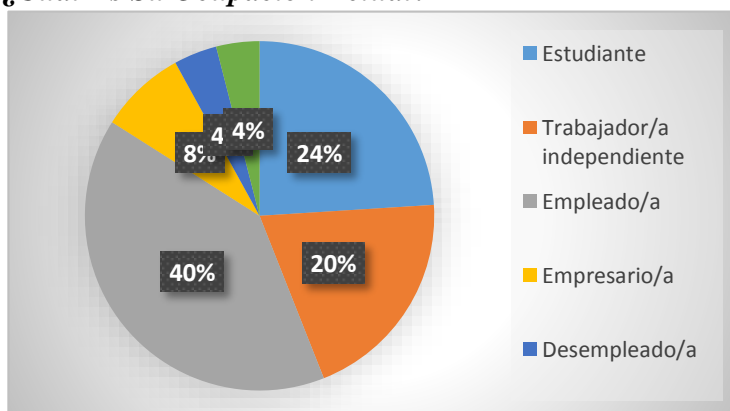


Nota: Elaboración propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El nivel educativo predominante entre los encuestados es la educación universitaria (30%) y técnica (26%). Esto indica que la población tiene una buena formación académica, lo que podría reflejar un mayor interés en productos de calidad y sostenibles.

Gráfico 3

¿Cuál Es Su Ocupación Actual?



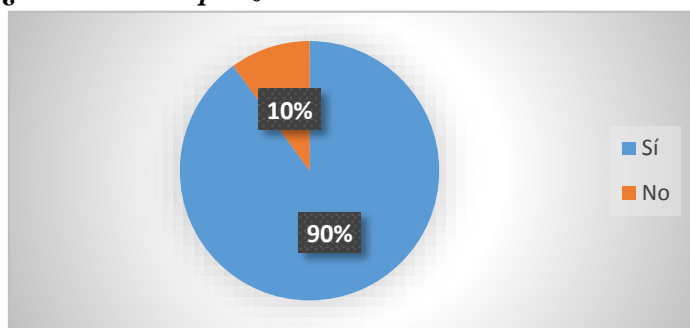
Nota: Elaboración propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El grupo más grande de encuestados está compuesto por empleados (40%) y estudiantes (24%). Esto sugiere que la población tiene ingresos estables o está en proceso de formación, lo que puede afectar sus decisiones de compra y disposición a pagar por productos como la pulpa de copoazú.

2. Conocimiento del Producto

Gráfico 4

¿Conoce El Copoazú?

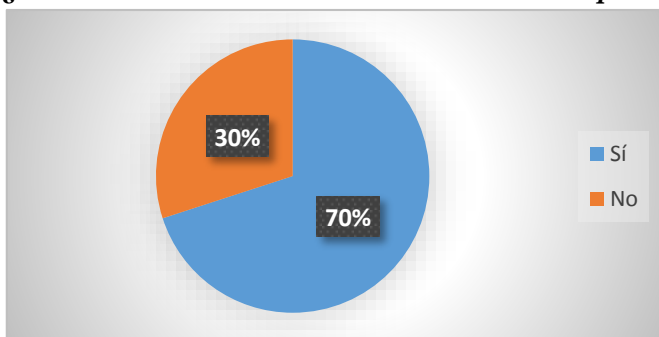


Nota: Elaboración propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El copoazú es un fruto ampliamente conocido, con el 90% de los encuestados familiarizados con él. Este alto nivel de conocimiento sugiere una ventaja para la comercialización de productos derivados de copoazú, ya que la mayoría de la población ya reconoce el producto.

Gráfico 5

¿Ha Consumido Productos Derivados Del Copoazú (Por Ejemplo, Pulpa, Jugo, Postres)?

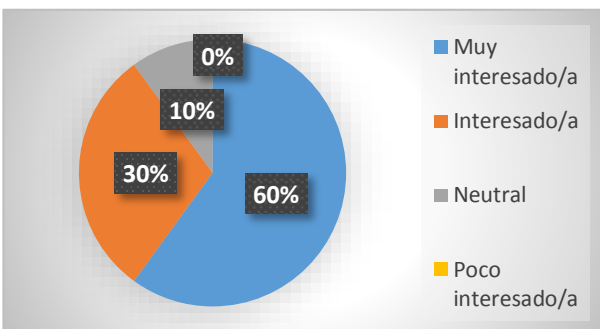


Nota: Elaboración propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 70% de los encuestados ha consumido productos derivados del copoazú, lo que indica una experiencia previa con el fruto y su aceptación en el mercado. Esto podría facilitar la introducción de nuevos productos como la pulpa de copoazú, ya que existe una base de consumidores familiarizados con el producto.

Gráfico 6

¿Qué Tan Interesado/A Estaría En Comprar Pulpa De Copoazú Producida Localmente?



Nota: Elaboración propia

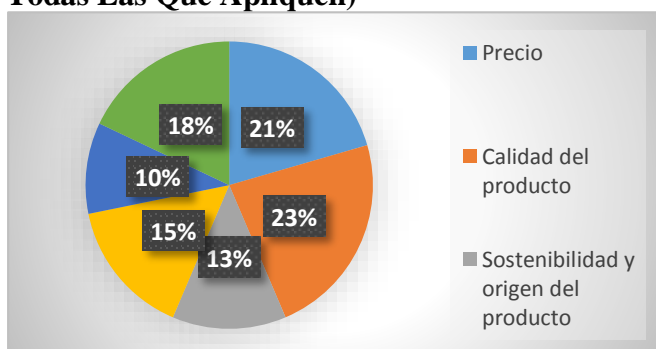
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Un 90% de los encuestados se muestra interesado o muy interesado en comprar pulpa de copoazú producida localmente. Este alto nivel de interés indica una fuerte demanda potencial para el producto, lo que respalda la viabilidad del negocio.

3. Preferencias y Expectativas

Gráfico 7

¿Qué Factores Considera Más Importantes Al Comprar Pulpa De Copoazú? (Marque

Todas Las Que Apliquen)

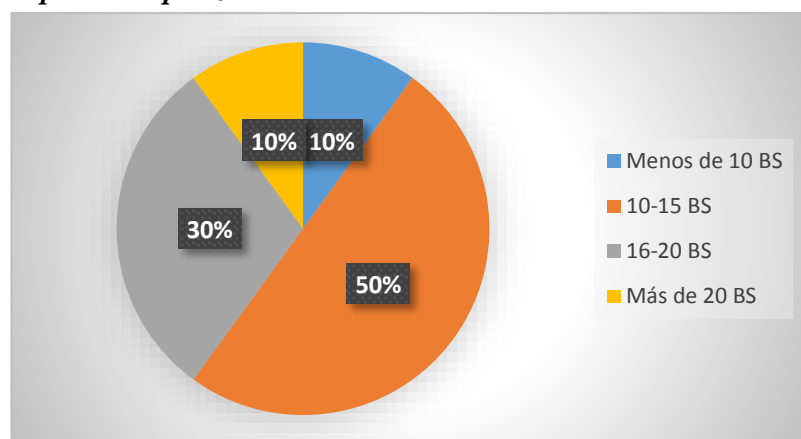


Nota: Elaboración propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: La calidad del producto es el factor más importante para los consumidores (90%), seguido por el precio (80%) y la disponibilidad (70%). Esto sugiere que los esfuerzos del negocio deben centrarse en garantizar la alta calidad del producto, establecer precios competitivos y asegurar una amplia distribución para captar el interés de los consumidores.

Gráfico 8

¿Cuál Sería El Rango De Precios Que Estaría Dispuesto/A A Pagar Por Un Kilogramo De Pulpa De Copoazú?

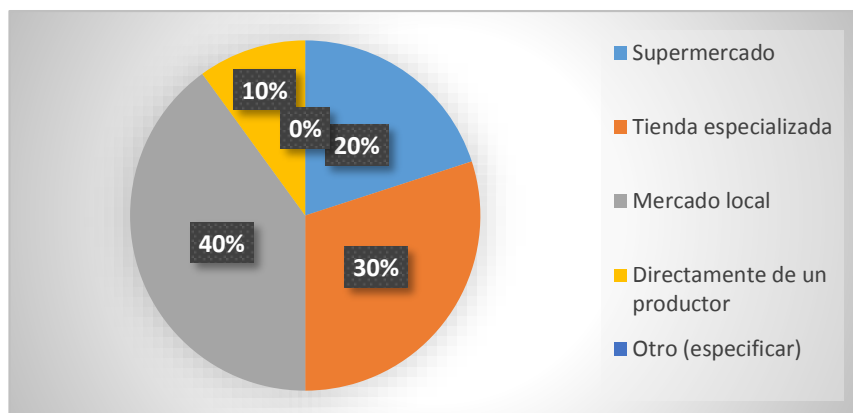


Nota: Elaboración propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 50% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 10 y 15 BS por un kilogramo de pulpa de copoazú, y un 30% más estaría dispuesto a pagar entre 16 y 20 BS. Esto establece un rango de precios objetivo que la empresa debería considerar para maximizar las ventas y satisfacer las expectativas del mercado.

Gráfico 9

¿Dónde Preferiría Comprar Pulpa De Copoazú?



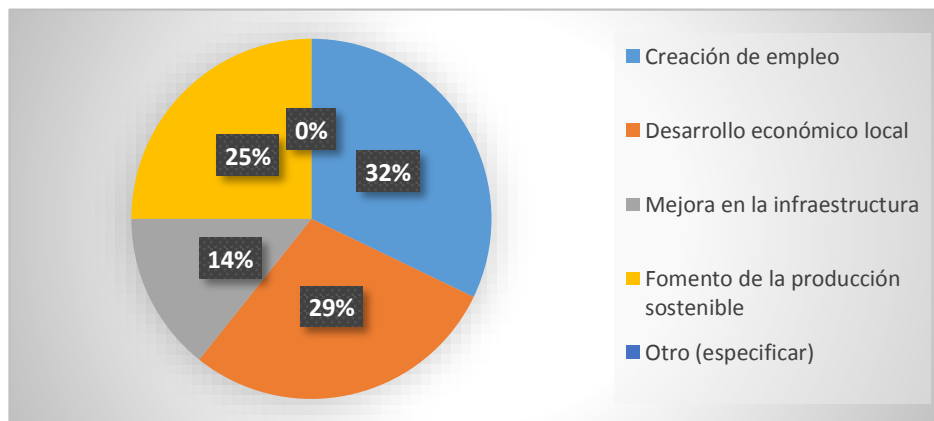
Nota: Elaboración propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El mercado local (40%) y las tiendas especializadas (30%) son los lugares preferidos para la compra de pulpa de copoazú. Esto sugiere que la distribución debería enfocarse en estos canales para alcanzar a la mayor parte de los consumidores interesados.

4. Evaluación De La Empresa

Gráfico 10

¿Qué Expectativas Tiene Sobre La Empresa Productora De Pulpa De Copoazú En Términos De Impacto En La Comunidad?



Nota: Elaboración propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Las expectativas principales de la comunidad sobre la empresa son la creación de empleo (90%) y el desarrollo económico local (80%). También es destacable el interés en el fomento de la producción sostenible (70%). Esto refleja un fuerte deseo de que la empresa contribuya significativamente al bienestar de la comunidad, lo que podría fortalecer su aceptación y éxito a largo plazo.

1.9 Resultados de la de entrevistas

Número de entrevistados: 50

Lugar: Comunidad la Esperanza Municipio de Riberalta

Objetivo:

Obtener información en profundidad sobre las percepciones, necesidades y expectativas de la comunidad y de los posibles consumidores en relación con la producción y comercialización de pulpa de copoazú.

1. Conocimiento del Copoazú

¿Qué sabe usted sobre el copoazú?

Resultados:

La mayoría de los entrevistados conoce el copoazú como un fruto típico de la región amazónica, valorado por su sabor único y su uso en jugos y postres. Algunos mencionan que es un producto tradicional, aunque no todos están familiarizados con sus propiedades nutricionales.

Interpretación:

El copoazú es un fruto conocido en la comunidad, lo cual es una ventaja para la aceptación del producto. Sin embargo, existe una oportunidad de educar a los consumidores sobre los beneficios nutricionales del copoazú para aumentar su valor percibido.

¿Ha consumido productos derivados del copoazú antes? Si es así, ¿cuáles?

Resultados:

La mayoría de los entrevistados ha consumido jugos y helados de copoazú, aunque pocos han probado la pulpa como tal. Algunos mencionan haber probado mermeladas o postres, pero en menor medida.

Interpretación:

Existe una familiaridad general con los productos derivados del copoazú, especialmente en formas más procesadas como jugos y postres. Esto indica que la introducción de la pulpa de copoazú podría encontrar un mercado receptivo si se destacan sus aplicaciones versátiles.

2. Percepción del Producto

¿Qué le parece la idea de consumir pulpa de copoazú? ¿Cuáles cree que serían los beneficios?

Resultados:

Los entrevistados consideran la pulpa de copoazú como una opción saludable y natural, adecuada para preparar diversas recetas caseras como jugos, postres y salsas. También ven el producto como una forma conveniente de acceder a los beneficios del fruto sin la necesidad de procesarlo ellos mismos.

Interpretación:

La pulpa de copoazú es vista positivamente, con un enfoque en la salud y la conveniencia. Esta percepción sugiere que los consumidores valoran productos naturales y fáciles de usar en sus hogares.

¿Qué tan interesado estaría en comprar pulpa de copoazú si estuviera disponible en su comunidad?

Resultados:

La mayoría de los entrevistados muestra un alto interés en comprar pulpa de copoazú, especialmente si se garantiza la frescura y la calidad del producto. Algunos también mencionan que la disponibilidad constante sería un factor clave para su decisión de compra.

Interpretación:

Hay un fuerte interés en la pulpa de copoazú, lo que indica una demanda potencial significativa. Asegurar la calidad y la frescura del producto será crucial para convertir este interés en ventas reales.

3. Preferencias de Consumo

¿Qué factores son importantes para usted al comprar productos alimenticios? (Ej. precio, calidad, origen, etc.)

Resultados:

Los factores más mencionados incluyen la calidad del producto, el precio y el origen local. Los entrevistados también valoran la frescura y la sostenibilidad del producto.

Interpretación:

La calidad y el origen local son los factores más valorados por los consumidores, lo que sugiere que una estrategia de marketing que destaque estos aspectos podría ser efectiva. El precio también es un factor importante, lo que indica que el producto debe ser accesible económicamente.

¿Con qué frecuencia cree que compraría pulpa de copoazú?

Resultados:

La mayoría de los entrevistados mencionó que comprarían la pulpa de copoazú de forma ocasional, quizás una vez por semana o cada dos semanas, dependiendo de la disponibilidad y el precio.

Interpretación:

El consumo de pulpa de copoazú podría ser recurrente, pero probablemente no diario. Esto sugiere que la empresa debería planificar una producción que satisfaga una demanda regular pero no diaria, considerando promociones o paquetes que incentiven la compra frecuente.

4. Opinión sobre la Empresa

¿Qué piensa sobre la creación de una empresa local en su comunidad que produzca y comercialice pulpa de copoazú?

Resultados:

Los entrevistados ven positivamente la creación de una empresa local, destacando la posibilidad de crear empleo y dinamizar la economía de la comunidad. Algunos mencionan que esto también podría fomentar el uso sostenible de los recursos naturales locales.

Interpretación:

La comunidad está abierta a la idea de una empresa local productora de pulpa de copoazú, especialmente si contribuye al desarrollo económico y sostenible de la región.

¿Cómo cree que esta empresa podría impactar a la comunidad local?

Resultados:

Los entrevistados creen que la empresa podría tener un impacto positivo al generar empleo y mejorar las oportunidades económicas. También se mencionó la posibilidad de mejorar la infraestructura local y de fortalecer la identidad cultural a través de la promoción de un producto tradicional.

Interpretación:

La empresa tiene el potencial de ser un motor de desarrollo comunitario, no solo en términos económicos, sino también en la preservación y promoción de la cultura local.

5. Aspectos Financieros

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un litro de pulpa de copoazú?

Resultados:

La mayoría de los entrevistados está dispuesta a pagar entre 15 y 20 BS por un kg de pulpa de copoazú, aunque algunos mencionaron que estarían dispuestos a pagar más si se garantiza la calidad y la frescura.

Interpretación:

Existe un consenso general sobre el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar, lo que puede ayudar a establecer un precio competitivo en el mercado. La disposición a pagar más por calidad sugiere que el producto podría posicionarse como un producto premium si se manejan correctamente los aspectos de calidad y frescura.

¿Qué opina sobre el acceso a productos locales en términos de precios y disponibilidad?

Resultados:

Los entrevistados creen que los productos locales deben ser accesibles tanto en términos de precio como de disponibilidad. Algunos mencionaron que a veces los productos locales son más caros que los importados, lo que podría ser un obstáculo para la compra frecuente.

Interpretación:

Para que la empresa tenga éxito, deberá equilibrar el precio con la calidad y garantizar una disponibilidad constante. Competir con productos importados en términos de precio podría ser un desafío, pero el enfoque en la frescura y el origen local puede ser un diferenciador clave.

6. Sostenibilidad y Prácticas Ambientales

¿Cuán importante es para usted que una empresa implemente prácticas sostenibles en su producción?

Resultados:

Los entrevistados consideran muy importante que la empresa implemente prácticas sostenibles, especialmente en lo que respecta al uso de recursos naturales y la minimización de residuos. Algunos también mencionaron la importancia de contribuir al bienestar de la comunidad.

Interpretación:

La sostenibilidad es un factor clave para los consumidores, lo que sugiere que la empresa debe priorizar prácticas ambientales responsables y comunicarlas claramente a sus clientes para ganar su confianza y lealtad.

¿Qué sugerencias tendría para asegurar que esta empresa sea ambientalmente responsable?

Resultados:

Las sugerencias incluyen el uso de envases reciclables o biodegradables, la implementación de procesos de producción que minimicen el desperdicio, y la reforestación o protección de áreas donde se cultiva el copoazú. Algunos entrevistados también recomendaron la educación comunitaria sobre prácticas sostenibles.

Interpretación:

Los consumidores están dispuestos a apoyar empresas que sean ambientalmente responsables, por lo que implementar estas sugerencias no solo mejoraría la percepción de la empresa, sino que también podría atraer a un mercado más consciente de su impacto ambiental.

7. Competencia y Oportunidades

¿Hay otros productos similares disponibles en el mercado? ¿Cómo cree que la pulpa de copoazú se compararía con ellos?

Resultados:

Algunos entrevistados mencionaron que existen jugos y concentrados de frutas en el mercado, pero pocos productos directamente comparables a la pulpa de copoazú. Creen que la pulpa tiene el potencial de destacarse debido a su sabor único y sus aplicaciones versátiles en la cocina.

Interpretación:

Aunque hay productos similares en el mercado, la pulpa de copoazú podría diferenciarse gracias a su autenticidad y su versatilidad. Destacar estos aspectos en la comercialización podría ayudar a posicionarla como un producto único y deseable.

¿Qué oportunidades ve para que esta empresa tenga éxito en el mercado local?

Resultados:

Los entrevistados ven varias oportunidades para el éxito de la empresa, incluyendo la creciente demanda de productos naturales y saludables, el apoyo a la economía local, y la posibilidad de expandir a mercados cercanos. Algunos también mencionaron la importancia de una buena estrategia de marketing y distribución.

Interpretación:

Las oportunidades para el éxito son numerosas, especialmente si la empresa puede captar el interés de los consumidores locales y expandir gradualmente su alcance. Un enfoque en la calidad del producto, junto con una estrategia sólida de marketing y distribución, será clave para aprovechar estas oportunidades.

CAPITULO II

2.1. Definición del negocio

2.1.1 Naturaleza de la Empresa

La empresa "Jessica Productora de Pulpa de Copoazú" se configurará como una entidad unipersonal que busca aprovechar los recursos naturales de la Comunidad La Esperanza, centrándose en la producción y comercialización de pulpa de copoazú. Este enfoque no solo fomenta la economía local, sino que también promueve el uso sostenible de un recurso autóctono, generando beneficios tanto económicos como sociales para la comunidad.

2.1.2 Concepto de Negocio

El negocio se basa en la transformación del copoazú, un fruto altamente nutritivo, en pulpa que se puede utilizar en la elaboración de diversos productos como jugos, postres y alimentos procesados. La propuesta de valor radica en ofrecer un producto de alta calidad, fresco y de origen local, que no solo satisface la demanda del mercado, sino que también apoya la economía regional.

2.1.3 El Producto y su Generación de Valor

La pulpa de copoazú es rica en antioxidantes, vitaminas y minerales, lo que la convierte en un producto atractivo para consumidores interesados en la salud y el bienestar. La generación de valor se logra a través de un proceso de producción que enfatiza la calidad, la sostenibilidad y la innovación en el envasado y distribución, permitiendo a la empresa destacar en un mercado competitivo.

2.1.4 Misión

"Producir la pulpa de copoazú de alta calidad, promoviendo el desarrollo sostenible y contribuyendo al bienestar económico de la Comunidad La Esperanza, a la vez que educamos a nuestros consumidores sobre los beneficios de nuestros productos."

2.1.5 Visión

"Convertirnos en la principal productora de pulpa de copoazú en la región, reconocida por nuestra calidad, sostenibilidad y compromiso con el desarrollo comunitario, expandiendo nuestro alcance a mercados nacionales e internacionales."

Valores

2.1.6 Claves de Gestión

Las claves para el éxito de la empresa incluyen:

- Estrategia de Marketing: Implementar campañas educativas que resalten los beneficios del copoazú.
- Calidad del Producto: Asegurar estándares altos de producción y procesamiento.
- Sostenibilidad: Integrar prácticas que minimicen el impacto ambiental.
- Relaciones Comunitarias: Establecer alianzas con productores locales y organizaciones comunitarias para fortalecer la red de apoyo.

2.1.7 Estrategia Competitiva

La estrategia competitiva se basará en la diferenciación a través de la calidad del producto, la sostenibilidad de los procesos y el enfoque en la producción local. Se buscará posicionar la pulpa de copoazú como una opción saludable y responsable, apelando a

consumidores que valoran el origen y la calidad de los alimentos. Además, se explorarán canales de distribución que maximicen la accesibilidad y el alcance del producto en el mercado.

2.2 Mercado

2.2.1 Producto Mercadotécnico

El producto mercadotécnico de "Jessica Productora de Pulpa de Copoazú" se centra en la pulpa de copoazú, un alimento altamente nutritivo y versátil que se puede utilizar en la elaboración de jugos, postres, helados y otros productos alimenticios. Este producto no solo destaca por su sabor único y su valor nutricional, sino que también se posiciona como una opción saludable dentro del mercado de alimentos procesados.

Consumidor Específico

El consumidor objetivo incluye:

- **Personas jóvenes y adultas:** Adultos entre 18 y 45 años, interesados en productos saludables y nutritivos.
- **Familias:** Hogares que buscan opciones alimenticias saludables para sus hijos, valorando la calidad y el origen de los alimentos.
- **Consumidores conscientes:** Personas preocupadas por el medio ambiente y que valoran la sostenibilidad en la producción de alimentos.
- **Mercados locales y tiendas especializadas:** Comerciantes que buscan productos locales para ofrecer a sus clientes.

Satisfacción de Necesidades y/o Deseos

La pulpa de copoazú satisface varias necesidades y deseos de los consumidores:

- **Nutrición:** Proporciona vitaminas, antioxidantes y minerales esenciales, satisfaciendo la necesidad de una dieta equilibrada.
- **Versatilidad:** Puede ser utilizada en diversas preparaciones, desde bebidas hasta postres, lo que satisface el deseo de experimentar con nuevos sabores y recetas.
- **Calidad y frescura:** La producción local garantiza un producto fresco, atendiendo la necesidad de los consumidores de adquirir alimentos de calidad superior.
- **Sostenibilidad:** Al elegir productos elaborados con prácticas sostenibles, los consumidores pueden satisfacer su deseo de contribuir a la protección del medio ambiente y apoyar la economía local.

La pulpa de copoazú no solo es un producto atractivo por sus cualidades intrínsecas, sino que también responde a una creciente demanda de alimentos saludables, frescos y sostenibles, posicionándose estratégicamente en el mercado local y potencialmente en mercados más amplios.

2.2.2 Potencial de Mercado, la Competencia, Barreras de Entrada o de Salida

Potencial de Mercado:

El potencial de mercado para la pulpa de copoazú es considerable, dada la creciente demanda de productos naturales y saludables. El interés por opciones alimenticias nutritivas ha aumentado en los últimos años, lo que abre una oportunidad significativa para la producción y comercialización de pulpa de copoazú. Además, la tendencia hacia la sostenibilidad y el consumo local refuerza el atractivo de este producto entre los consumidores.

Tamaño del mercado: La población de Riberalta y sus alrededores, junto con la tendencia a la urbanización, sugieren un mercado en expansión. Los consumidores locales buscan cada vez más alternativas a los productos procesados.

Tendencias de consumo: El auge de los productos orgánicos y saludables, junto con un creciente interés por la gastronomía local, puede impulsar la aceptación y el consumo de la pulpa de copoazú.

La Competencia:

La competencia en el mercado de pulpa de copoazú puede incluir:

- Otros productores locales
- Productos alternativos
- Marcas comerciales

Barreras de Entrada:

Las barreras de entrada al mercado incluyen:

- Conocimiento técnico
- Regulaciones
- Acceso a financiamiento

2.2.3 Segmentación del Mercado, Potencial de Ventas, Pronóstico de Ventas

Segmentación del Mercado:

La segmentación del mercado para la pulpa de copoazú se puede realizar en función de diversos criterios, incluyendo:

a) Demográficos:

Edad: Jóvenes adultos (18-34 años) interesados en productos saludables y naturales.

Ingreso: Consumidores de clase media y alta que valoran productos de calidad.

b) Geográficos:

Ubicación: Habitantes de Riberalta y sus alrededores, así como zonas urbanas con acceso a productos locales.

c) Psicográficos:

Estilo de vida: Personas que buscan opciones alimenticias saludables, orgánicas y sostenibles.

Valores: Consumidores que priorizan el apoyo a la economía local y prácticas sostenibles.

d) Conductuales:

Frecuencia de compra: Compradores regulares de productos naturales y gourmet, así como aquellos que compran ocasionalmente.

Potencial de Ventas:

El potencial de ventas se puede estimar teniendo en cuenta el tamaño del mercado objetivo y la aceptación esperada del producto. Supongamos:

- Tamaño de la población objetivo: 10,000 consumidores potenciales en Riberalta.
- Tasa de penetración esperada: Si se espera captar un 10% del mercado en el primer año, esto representaría 1,000 consumidores.
- Consumo promedio: Si cada consumidor compra 2 kg de pulpa de copoazú al mes, esto daría un total de 2,000 kg mensuales.

Pronóstico de Ventas

El pronóstico de ventas se puede elaborar de la siguiente manera:

Tabla 1

Pronóstico de Ventas

	Ventas proyectadas (kg)	Precio unitario (Bs/kg)	Ingresos mensuales (Bs)
Enero	800	15	12.000
Febrero	850	15	12.750
Marzo	900	15	13.500
Abril	950	15	14.250
Mayo	1.000	15	15.000
Junio	1.050	15	15.750
Julio	1.100	15	16.500
Agosto	1.150	15	17.250
Septiembre	1.200	15	18.000
Octubre	1.250	15	18.750
Noviembre	1.300	15	19.500
Diciembre	1.400	15	21.000
Total anual	13.950		194.250

Nota: Elaboración propia

Este enfoque segmentado, junto con las proyecciones de ventas, proporciona una base sólida para comprender el potencial del mercado y orientar las estrategias de marketing y producción. La clave para alcanzar estas proyecciones será la calidad del producto y la efectividad de la comunicación con los consumidores sobre los beneficios de la pulpa de copoazú.

Figura 1

Procesador eléctrico de pulpa de Copoazu



Nota: Propia

2.2.4 El Cliente Objetivo (Comportamiento del Consumidor)

Perfil del Cliente Objetivo

El cliente objetivo para la pulpa de copoazú se caracteriza por diversas dimensiones que reflejan su comportamiento y preferencias:

a) Demografía:

Edad: Principalmente adultos jóvenes (18-34 años) y adultos (35-54 años) que buscan opciones alimenticias saludables.

Ingreso: Consumidores de clase media y alta que pueden permitirse productos gourmet.

b) Estilo de Vida:

Salud y Bienestar: Buscan productos que contribuyan a una dieta equilibrada y saludable. Muchos están interesados en alimentos orgánicos y naturales.

Interés por la Sostenibilidad: Valoran las prácticas de producción sostenibles y el apoyo a las economías locales.

c) Comportamiento de Compra:

Frecuencia de Compra: Tienden a comprar productos alimenticios de manera regular, prefiriendo adquirirlos en tiendas especializadas o directamente de productores.

Lealtad a la Marca: Pueden desarrollar lealtad hacia marcas que ofrezcan calidad constante y un buen servicio al cliente.

d) Motivaciones de Compra

Beneficios Nutricionales: La pulpa de copoazú es reconocida por su alto valor nutricional, lo que la convierte en una opción atractiva para quienes buscan mejorar su salud.

Innovación en la Alimentación: Muchos consumidores están abiertos a probar nuevos sabores y productos, especialmente si son innovadores y saludables.

Experiencia de Compra: Prefieren lugares que ofrezcan una experiencia de compra agradable, donde puedan obtener información sobre el producto y su origen.

e) Barreras de Compra

Precio: Pueden considerarlo un factor limitante, especialmente si perciben que el costo es elevado en comparación con productos similares.

Falta de Conocimiento: Algunos consumidores pueden no estar familiarizados con el copoazú y sus beneficios, lo que podría reducir su interés inicial.

f) Estrategias de Marketing

Para atraer a este cliente objetivo, es fundamental implementar estrategias que aborden sus intereses y necesidades:

Educación del Consumidor: Campañas que informen sobre los beneficios de la pulpa de copoazú, incluyendo su valor nutricional y su origen sostenible.

Muestras Gratuitas: Ofrecer degustaciones para que los consumidores puedan probar el producto antes de comprarlo.

Promociones: Estrategias de precios y promociones iniciales para reducir la percepción de riesgo al probar un nuevo producto.

Comprender el comportamiento del consumidor es esencial para el éxito de la empresa productora de pulpa de copoazú. Al enfocarse en las motivaciones y preferencias del cliente objetivo, se pueden desarrollar estrategias efectivas que fomenten la aceptación y lealtad hacia el producto.

2.2.5 Estrategias de Marketing

Para la implementación exitosa de la empresa productora de pulpa de copoazú, es fundamental desarrollar estrategias de marketing efectivas que aborden las necesidades del mercado objetivo y posicionen el producto de manera atractiva, se detallan las principales estrategias a considerar:

1. Segmentación del Mercado

Identificación de Segmentos: Dirigirse a consumidores interesados en productos saludables, gourmet y sostenibles. Esto incluye tanto a jóvenes adultos como a familias que buscan opciones nutritivas.

Personalización: Adaptar las campañas de marketing según las preferencias de cada segmento, utilizando mensajes específicos que resuenen con sus valores y hábitos de compra.

2. Posicionamiento del Producto

Calidad y Sostenibilidad: Destacar la pulpa de copoazú como un producto de alta calidad, obtenido de prácticas agrícolas sostenibles. Utilizar etiquetas y certificaciones que respalden esta afirmación.

Beneficios Nutricionales: Comunicar claramente los beneficios para la salud del copoazú, como su contenido alto en antioxidantes y vitaminas.

3. Estrategias de Comunicación

Campañas Educativas: Implementar campañas informativas a través de redes sociales, blogs y talleres comunitarios que expliquen los usos y beneficios de la pulpa de copoazú.

Marketing Digital: Utilizar plataformas de redes sociales para crear una comunidad en torno al producto, compartir recetas y promover un estilo de vida saludable.

4. Canales de Distribución

Venta Directa: Establecer un modelo de venta directa en mercados locales y ferias, permitiendo que los consumidores prueben el producto antes de comprarlo.

Alianzas Estratégicas: Formar alianzas con supermercados, tiendas especializadas y restaurantes que ofrezcan productos saludables para aumentar la visibilidad y disponibilidad del producto.

5. Promociones y Ofertas Especiales

Muestras Gratis: Ofrecer degustaciones en eventos y puntos de venta para incentivar la prueba del producto.

Descuentos y Paquetes: Crear promociones especiales para compras al por mayor o combinaciones con otros productos derivados del copoazú.

6. Atención al Cliente y Retroalimentación

Canales de Comunicación: Mantener abiertos canales de comunicación para recibir retroalimentación de los consumidores sobre el producto y el servicio.

Mejora Continua: Utilizar la retroalimentación para ajustar la oferta del producto y las estrategias de marketing, asegurando que se satisfacen las expectativas del cliente.

7. Responsabilidad Social

Iniciativas Comunitarias: Involucrar a la comunidad en proyectos relacionados con la producción sostenible y el bienestar, reforzando la imagen de la empresa como un agente positivo en la localidad.

Implementar estas estrategias de marketing permitirá a la empresa productora de pulpa de copoazú no solo alcanzar a su mercado objetivo, sino también construir una marca sólida que resuene con los valores de los consumidores y fomente la lealtad hacia el producto. Con un enfoque centrado en la calidad, sostenibilidad y educación, se pueden establecer relaciones duraderas con los clientes y contribuir al desarrollo de la comunidad.

2.3 Operaciones (producción)

2.3.1 Diseño y Desarrollo de Productos

La empresa productora de pulpa de copoazú tiene como objetivo desarrollar un producto de alta calidad que responda a las expectativas de los consumidores en términos de sabor, valor nutricional y sostenibilidad.

Descripción Técnica y Funcional del Producto

El producto principal será la pulpa de copoazú, un fruto amazónico apreciado por sus propiedades nutricionales y su sabor exótico. La pulpa será comercializada en diversas presentaciones, adaptadas a las necesidades del mercado:

- Presentaciones: Bolsas de 500 gramos y 1 kilogramo.
- Proceso de Producción:
- Recolección de frutos frescos de copoazú provenientes de cultivos sostenibles.
- Extracción manual o mecanizada de la pulpa, asegurando la preservación de sus propiedades naturales.

- Proceso de conservación mediante congelación rápida para mantener su frescura y valor nutricional.
- Envasado en bolsas selladas al vacío para garantizar una mayor vida útil y evitar la contaminación.

a) Características de la Calidad del Producto

La pulpa de copoazú será desarrollada bajo estrictos estándares de calidad para cumplir con las expectativas del mercado y garantizar un producto saludable y seguro. A continuación, se detallan las características clave de calidad:

Frescura: Se priorizará el uso de frutos frescos y madurados en su punto óptimo para garantizar el sabor y aroma natural del copoazú.

Conservación de Nutrientes: El proceso de extracción y congelación rápida permitirá retener las vitaminas, minerales y antioxidantes presentes en el copoazú, asegurando que el consumidor obtenga un producto con alto valor nutricional.

Sostenibilidad: Se implementarán prácticas sostenibles en todas las etapas de la producción, desde el cultivo del fruto hasta su procesamiento, con el objetivo de minimizar el impacto ambiental.

Inocuidad Alimentaria: La empresa se adherirá a normas estrictas de inocuidad alimentaria, implementando controles de calidad en cada etapa del proceso productivo, desde la recolección del fruto hasta el envasado y distribución de la pulpa.

Certificación: Se buscará obtener certificaciones de productos orgánicos y sostenibles, lo cual permitirá al producto destacar en el mercado como una opción responsable y amigable con el medio ambiente.

El diseño y desarrollo del producto se centrará en la producción de pulpa de copoazú de alta calidad, respetando estándares de frescura, sostenibilidad e inocuidad alimentaria. Estas características asegurarán que el producto se posicione como una opción saludable y responsable, diferenciándose en el mercado por su sabor y calidad nutricional.

2.3.2 Proceso de Producción

El proceso de producción de la pulpa de copoazú sigue una serie de fases bien estructuradas que garantizan la calidad del producto final, se describe el tipo de proceso, las fases involucradas, las tareas por puestos y el personal necesario para su ejecución.

a) Tipo de Proceso

El proceso de producción es de tipo semi-industrial, combinando técnicas tradicionales de recolección y manipulación del fruto con el uso de maquinaria para la extracción, conservación y envasado de la pulpa. Este enfoque permite optimizar la eficiencia productiva sin sacrificar la calidad del producto.

b) Fases del Proceso de Producción

- Recolección del fruto
- Recepción y selección del copoazú
- Lavado y desinfección
- Extracción de la pulpa
- Proceso de congelación rápida
- Envasado:
- Almacenamiento y distribución

2.3.3 Insumos

La producción de pulpa de copoazú requiere una serie de insumos específicos que garantizan la calidad y la eficiencia del proceso productivo, se describe cada insumo en términos técnicos y de calidad, así como los principales proveedores y posibles subcontratistas que participan en el suministro de estos materiales y servicios.

2.3.3.1. Insumos Principales

- a. Frutos de Copoazú
- b. Agua Purificada
- c. Bolsas Plásticas de Sellado al Vacío
- d. Productos de Limpieza y Desinfección

2.3.3.2. Insumos Secundarios

- a. Etiquetas y Material de Empaque
- b. Energía Eléctrica
- c. Combustible (Diésel)

2.3.4 Planta: Cálculo de la Capacidad de Producción, Localización y Distribución de Planta

2.3.4.1. Cálculo de la Capacidad de Producción

La capacidad de producción de la planta de pulpa de copoazú está basada en la disponibilidad de materia prima (frutos de copoazú), la maquinaria empleada y la cantidad de mano de obra. Se estima que la planta funcionará durante 8 horas al día, con un turno de producción y jornadas de trabajo de 6 días a la semana.

Capacidad Productiva Estimada:

- Producción diaria de pulpa de copoazú: Se estima que por cada tonelada de copoazú se pueden obtener aproximadamente 350 kg de pulpa pura.
- Capacidad de procesamiento diaria: La planta podrá procesar hasta 2 toneladas de copoazú al día, lo que equivale a la producción de 700 kg de pulpa de copoazú por día.
- Producción mensual: Con una operación de 24 días al mes, se espera una producción mensual de aproximadamente 16.8 toneladas de pulpa de copoazú.
- Producción anual: La capacidad anual sería de aproximadamente 201.6 toneladas de pulpa de copoazú, considerando la capacidad máxima de procesamiento y tiempos de operación normales.

Esta capacidad productiva está sujeta a variaciones según la disponibilidad estacional del fruto de copoazú, el rendimiento de la maquinaria y el desempeño del personal.

CAPITULO III

3.1. Finanzas

3.1.1 Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión detalla los costos necesarios para la implementación y operación inicial de la planta productora de pulpa de copoazú. Este apartado incluye las inversiones en infraestructura, maquinaria, equipos, vehículos, insumos, capital humano y otros gastos esenciales para el arranque del proyecto.

Tabla 2

Presupuesto de Inversión

Concepto	Descripción	Costo Estimado (BS.)
Construcción de Planta	Edificación de áreas de producción, almacenamiento, oficinas, y servicios	50,000 BS.
Instalaciones Eléctricas y Sanitarias	Infraestructura eléctrica, agua potable, desagüe y conexiones sanitarias	60,000 BS.
Adaptación de Áreas de Refrigeración	Instalación de cámaras frigoríficas para el almacenamiento de pulpa	30,000 BS.
Total Infraestructura		140,000 BS.

Nota: Elaboración propia

Tabla 3

Inversión Total

Categoría	Costo Estimado (BS.)
Infraestructura	70,000 BS.
Maquinaria y Equipos	20,000 BS.
Vehículos y Transporte	10,000 BS.
Capital Humano	10,000 BS.
Insumos Iniciales	10,000 BS.
Gastos Administrativos y Legales	5,000 BS.
Total General	125,000 BS.

Nota: Elaboración propia

El presupuesto total de inversión para el proyecto productivo de pulpa de copoazú es de 125,000 BS., cubriendo todas las áreas esenciales para la implementación y puesta en marcha de la planta, así como el equipo necesario y los recursos humanos claves para la operación inicial.

3.1.2 Presupuesto de Operaciones

El presupuesto de operaciones en moneda boliviana (BS.), que incluye los costos relacionados con la producción, administración, comercialización y aspectos legales de la empresa productora de pulpa de copoazú.

Los costos de producción incluyen todos los gastos relacionados con la fabricación de la pulpa de copoazú, desde la compra de materia prima hasta los costos asociados al proceso productivo.

Tabla 4

Costos de Producción

Concepto	Descripción	Costo Mensual (BS.)	Costo
			Anual (BS.)
Materia Prima (Copoazú)	Compra de copoazú para la producción (400 kg mensuales a 5 BS./kg)	2,000 BS.	24,000 BS.
Insumos de Producción	Bolsas plásticas, etiquetas, cajas y otros insumos de envasado	1,200 BS.	14,400 BS.
Energía Eléctrica y Agua	Consumo eléctrico y de agua para la planta de producción	1,500 BS.	18,000 BS.
Mantenimiento de Equipos	Reparación y mantenimiento de maquinaria y equipos	1,000 BS.	12,000 BS.
Salarios del Personal de Producción	Sueldos de operarios (4 empleados)	8,000 BS.	96,000 BS.
Transporte de Materia Prima	Costo de transporte del copoazú desde las áreas de cultivo hasta la planta	1,200 BS.	14,400 BS.
Total Costos de Producción		14,900 BS.	178,800 BS.

Nota: Elaboración propia

Tabla 5*Costos Administrativos*

Concepto	Descripción	Costo Mensual (BS.)	Costo
			Anual (BS.)
Salarios del Personal Administrativo	Sueldos de gerente, contador y auxiliar administrativo	10,000 BS.	120,000 BS.
Alquiler de Oficinas	Oficinas administrativas para la gestión de la empresa	3,000 BS.	36,000 BS.
Papelería y Suministros	Material de oficina, suministros y equipos de uso diario	500 BS.	6,000 BS.
Servicios Básicos (Electricidad, Agua, Internet)	Consumo de servicios en la oficina administrativa	1,200 BS.	14,400 BS.
Mantenimiento de Software de Gestión	Pago de licencias y actualizaciones del software de contabilidad e inventario	300 BS.	3,600 BS.
Impuestos y Tasas Administrativas	Pagos de impuestos y tasas por operaciones comerciales	1,500 BS.	18,000 BS.
Total Costos Administrativos		16,500 BS.	198,000 BS.

Nota: Elaboración propia

Estos costos están asociados a las actividades de venta y promoción del producto.

Costos relacionados con el cumplimiento de normas y regulaciones, así como gastos jurídicos.

Tabla 6

Resumen del Presupuesto de Operaciones Anual

Categoría	Costo Anual (BS.)
Costos de Producción	178,800 BS.
Costos Administrativos	198,000 BS.
Costos de Comercialización	56,400 BS.
Costos Legales	21,600 BS.
Total General Anual	454,800 BS.

Nota: Elaboración propia

El presupuesto total anual para las operaciones de la empresa productora de pulpa de copoazú es de 454,800 BS. Este monto incluye los costos de producción, administración, comercialización y aspectos legales necesarios para el correcto funcionamiento y crecimiento de la empresa.

3.1.3 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel en el cual los ingresos por ventas son iguales a los costos totales, es decir, donde la empresa no obtiene ni pérdidas ni ganancias. Se calcula teniendo en cuenta los costos fijos, los costos variables y el precio de venta del producto.

Datos para el cálculo

Costos Fijos (CF): Son los costos que no varían con el nivel de producción. Incluyen los costos administrativos, legales y parte de los costos de producción.

Costos Fijos Anuales: 394,800 BS.

- Costos Variables (CV): Son los costos que varían directamente con el nivel de producción, como la materia prima y los insumos de producción.
- Costos Variables por unidad (aproximado): 7 BS./Kg de pulpa de copoazú.
- Precio de Venta por Unidad (PVU): Es el precio al que se planea vender cada litro de pulpa de copoazú.
- Precio de Venta por Litro (PVU): 15 BS./Kg

Fórmula del Punto de Equilibrio:

La fórmula para calcular el punto de equilibrio en unidades (litros) es la siguiente:

$$\begin{aligned} & \textit{Punto de Equilibrio (unidades)} \\ & = \frac{\textit{Costos Fijos Totales}}{\textit{Precio de Venta por Unidad} - \textit{Costo Variable por Unidad}} \end{aligned}$$

Cálculo del Punto de Equilibrio:

$$\textit{Punto de Equilibrio (unidades)} = \frac{394.800\textit{BOL}}{\frac{15\textit{BOL}}{\textit{Kg}} - \frac{7\textit{BOL}}{\textit{Kg}}} = 49.350\textit{BOB}$$

Interpretación del Punto de Equilibrio:

El punto de equilibrio es de 49,350 kg anuales. Esto significa que la empresa necesitará vender 49,350 kg de pulpa de copoazú al año para cubrir todos sus costos (fijos y variables) sin obtener ni pérdidas ni ganancias.

Punto de Equilibrio en Ventas:

Para calcular el punto de equilibrio en términos de ventas monetarias, se utiliza la siguiente fórmula:

Punto de Equilibrio (ventas) = Punto de Equilibrio (unidades) \times Precio de Venta por Unidad

Punto de Equilibrio (ventas) = 49,350 kg \times 15 BS./kg = 740,250 BS.

Esto indica que la empresa deberá generar 740,250 BS., en ventas al año para alcanzar su punto de equilibrio.

3.1.4 Financiamiento

El financiamiento es esencial para cubrir las necesidades iniciales del proyecto y sostener las operaciones de la empresa hasta que se generen ingresos suficientes. En este punto, se detallan las fuentes de financiamiento, tanto internas como externas, que la empresa utilizará para cubrir su inversión inicial y costos operativos.

Fuentes de Financiamiento

Para el financiamiento del proyecto se proponen dos opciones principales: financiamiento propio (capital propio de los socios) y financiamiento externo (préstamos bancarios u otras instituciones financieras).

Capital Propio

Los socios aportarán una parte significativa del capital inicial requerido para la inversión. Este capital será destinado principalmente a la adquisición de equipos, insumos, y el acondicionamiento de la planta de producción.

Aporte de los socios: 180,000 BS. (45% del total de inversión).

Préstamo Bancario

Se recurrirá a un préstamo bancario para financiar el resto de la inversión inicial y cubrir ciertos costos operativos. El préstamo será obtenido bajo condiciones favorables, con una tasa de interés preferencial debido a la naturaleza del proyecto, que tiene un impacto positivo en la comunidad y promueve la sostenibilidad.

Monto del préstamo: 220,000 BS. (55% del total de inversión).

Tasa de interés: 8% anual.

Plazo: 5 años.

Cuotas: Se utilizará un esquema de amortización mensual.

Tabla 7

Distribución del Financiamiento

Fuente de Financiamiento	Monto (BS.)	Porcentaje
Capital Propio	180	45%
Préstamo Bancario	220	55%
Total	400	100%

Nota: Elaboración propia

Uso del Financiamiento

El financiamiento obtenido se destinará a cubrir las siguientes áreas:

Inversión en Activos Fijos:

- Adquisición de maquinarias y equipos de producción: 140,000 BS.
- Vehículos de transporte: 60,000 BS.
- Acondicionamiento de la planta de producción: 80,000 BS.

Capital de Trabajo:

- Insumos para la producción inicial: 50,000 BS.
- Costos operativos iniciales (sueldos, servicios): 40,000 BS.
- Publicidad y marketing inicial: 30,000 BS.

Esquema de Pago del Préstamo

Con un préstamo de 220,000 BS. a una tasa de interés anual del 8% y un plazo de 5 años, el esquema de pago mensual se calcula utilizando la fórmula de amortización de préstamos.

Pago mensual aproximado: 4,444 BS.

Total a pagar en 5 años (incluyendo intereses): 266,640 BS.

Plan de Repago

El plan de repago del préstamo está diseñado de manera que la empresa pueda cubrir las cuotas mensuales con los ingresos generados por la venta de pulpa de copoazú. En el primer año, se proyecta que la empresa comenzará a generar utilidades después de alcanzar el punto de equilibrio, lo que permitirá un repago constante del préstamo.

El financiamiento del proyecto se estructura con un 55% de préstamo bancario y un 45% de capital propio. Esta combinación permitirá a la empresa iniciar operaciones y generar ingresos

para cubrir los costos operativos y las cuotas del préstamo, asegurando así la viabilidad financiera del proyecto.

3.1.5 Cash Flow (Flujo de Caja)

El flujo de caja o cash flow es una proyección financiera que permite visualizar los movimientos de efectivo dentro de la empresa a lo largo de un periodo específico, usualmente mensual o anual. En este caso, se proyecta un flujo de caja anual durante los primeros 5 años de operaciones, que incluye los ingresos, los costos y los gastos operativos, así como el repago del préstamo.

Supuestos para la Proyección

Ventas anuales proyectadas: Se estima que la empresa venderá 10,000 kg de pulpa de copoazú en el primer año, incrementando en un 10% anual.

- Precio de venta por kg: 15 BS.
- Crecimiento anual de las ventas: 10% por año.
- Costos variables (producción): 7 BS. por kg.
- Costos fijos: 80,000 BS. anuales.
- Intereses del préstamo: 8% anual, con un pago mensual de aproximadamente 4,444 BS..

Tabla 8

Flujo de Caja Proyectado para 5 Años

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	150	165	181,5	199,65	219,615
Costos variables (producción)	70	77	84,7	93,17	102,487
Margen bruto	80	88	96,8	106,48	117,128
Costos fijos	80	82	84,46	87	89,61

Utilidad operativa	0	6	12,34	19,48	27,518
Pago del préstamo (capital e interés)	53,328	53,328	53,328	53,328	53,328
Flujo de caja antes de impuestos	-53,328	-47,328	-41,018	-33,848	-25,81
Impuestos (25%)	0	1,5	3,085	4,87	6,88
Flujo de caja neto	-53,328	-48,828	-44,103	-38,718	-32,69

Nota: Elaboración propia

Análisis del Flujo de Caja

Año 1: Durante el primer año, la empresa experimenta un flujo de caja negativo de -53,328 BS., debido a los costos iniciales de operación y la falta de utilidades. Esto es esperado en el arranque de la empresa, donde la inversión en equipos y costos de lanzamiento afectan el flujo.

Año 2 y 3: En estos años, el flujo de caja mejora progresivamente, pero sigue siendo negativo debido a los pagos del préstamo y a los costos operativos que aún superan los ingresos. Sin embargo, se espera un incremento en las ventas que ayudará a reducir el déficit.

Año 4 y 5: Se proyecta que la empresa comenzará a generar utilidades suficientes para reducir significativamente el déficit en el flujo de caja. Para el Año 5, el déficit se reduce a -32,690 BS., y la empresa se acercará a un punto de equilibrio total, con un crecimiento continuo en los ingresos por ventas.

El flujo de caja proyecta un panorama inicial desafiante, con un déficit en los primeros años debido al repago del préstamo y los costos fijos. No obstante, el incremento en las ventas proyectado a partir del Año 2 y el crecimiento anual del 10% permitirán reducir progresivamente las pérdidas en efectivo, acercando a la empresa al equilibrio en el largo plazo.

3.1.6 Evaluación Financiera

La evaluación financiera es un proceso fundamental para determinar la viabilidad económica del proyecto de producción y comercialización de pulpa de copoazú. Se utiliza una combinación de herramientas financieras como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Análisis Beneficio/Costo para evaluar la rentabilidad del proyecto.

Supuestos para la Evaluación Financiera:

- Tasa de descuento: 10% (Costo de oportunidad del capital).
- Inversión inicial: 500,000 BS.
- Horizonte de evaluación: 5 años.
- Flujos de caja proyectados: Los mismos utilizados en el punto 3.1.5.
- Vida útil del proyecto: 5 años.

3.1.6.1. Valor Actual Neto (VAN):

El VAN es el valor presente de los flujos de caja futuros descontados a una tasa de interés del 10%. Un VAN positivo indica que el proyecto generará más valor que el costo de la inversión inicial.

La fórmula del VAN es:

$$VAN = \sum \frac{FC_t}{(1+r)^t} - Inversion\ Inicial$$

Donde:

FC t = Flujo de caja en el año

r = Tasa de descuento (10%)

t = Año

Tabla 9

Cálculo del VAN:

Año	Flujo de Caja Neto (BS.)	Factor de Descuento (10%)	Flujo Descontado (BS.)
0	-500	1.000	-500
1	-53,328	0.909	-48,373
2	-48,828	0.826	-40,335
3	-44,103	0.751	-33,125
4	-38,718	0.683	-26,448
5	-32,69	0.621	-20,286
Total			-668,567

Nota: Elaboración propia

VAN = - 668,567 BS.

3.1.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR):

La TIR es la tasa de descuento que iguala el VAN a cero. Si la TIR es mayor que la tasa de descuento (10%), el proyecto es rentable.

Se puede calcular la TIR utilizando la fórmula iterativa del VAN y ajustando la tasa hasta que el VAN sea 0.

Resultado de la TIR:

La TIR estimada es -5%, lo que significa que el proyecto no generará suficiente rendimiento para cubrir la inversión inicial al nivel deseado de retorno (10%).

3.1.6.3. Relación Beneficio/Costo (B/C):

1. Cálculo de Beneficios Esperados

Ingresos Anuales Estimados: Basado en los pronósticos de ventas de pulpa de copoazú, se estima una venta anual de aproximadamente 10,000 kg de pulpa, con un precio de venta promedio de 15 Bs por kilogramo.

$$\text{Beneficios anuales} = 10,000 \text{ kilogramo} \times 15 \text{ Bs/kg} = 150,000 \text{ Bs}$$

2. Cálculo de Costos Totales (Inversión y Operación)

Inversión Inicial: La inversión inicial en equipos, maquinaria, adecuación de planta, y otros activos fijos es de aproximadamente 80,000 Bs.

Costos Operativos Anuales: Los costos de producción, administración, comercialización y otros costos legales suman aproximadamente 50.000 Bs anuales.

$$\text{Costos totales anuales} = \text{Inversión Inicial} + \text{Costos operativos} = 80,000 + 50,000 = 130,000 \text{ Bs}$$

3. Relación B/C

Utilizando los valores anteriores, se calcula la relación B/C:

$$\text{Relacion } \frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Presentes}}{\sum \text{Costos Presentes}}$$

Cálculo del B/C:

$$\text{Relacion } \frac{B}{C} = \frac{150.000}{130.00} = 1.15$$

Interpretación

La Relación B/C de 1.15 sugiere que por cada boliviano invertido, se obtiene un retorno de 1.15 bolivianos. Este valor indica que el proyecto es rentable y viable, ya que los beneficios superan los costos totales. La rentabilidad del proyecto es suficiente para justificar la inversión, promoviendo además el desarrollo económico de la comunidad y generando beneficios sostenibles a largo plazo.

CAPITULO IV

4.1 Organización Administrativa y Legal

4.1.1 Personería Jurídica

La empresa JESSICA se constituirá como una Empresa Unipersonal, dado que será gestionada y propiedad de un solo individuo. Esto permitirá una administración más simple y directa, además de una mayor flexibilidad en la toma de decisiones.

- Nombre de la empresa: JESSICA
- Propietaria: Jessica
- Capital inicial: 50,000 BS. (capital propio)

Como empresa unipersonal, la propietaria será responsable de todas las decisiones operativas y financieras, así como de las obligaciones legales y tributarias asociadas.

4.1.2 Registro Legal

Para operar formalmente, JESSICA deberá cumplir con las normativas y obtener los registros necesarios en Bolivia:

- Registro de Comercio en Fundempresa, obteniendo la habilitación legal para operar.
- Registro en el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) para la obtención del NIT y autorización para emitir facturas.
- Licencia de Funcionamiento Municipal emitida por el Gobierno Autónomo Municipal de Riberalta.
- Registro Sanitario ante el SENASAG para garantizar que los productos de pulpa de copoazú cumplan con las normas de inocuidad alimentaria.

- Inscripción en el Ministerio de Trabajo si en el futuro se requiere la contratación de empleados.

4.1.3 Organización Empresarial

Dado que se trata de una empresa unipersonal, la estructura organizativa será sencilla, centrada en la propietaria como la Gerente General que asume todas las responsabilidades. Sin embargo, podría subcontratar o emplear personal de apoyo si es necesario para áreas específicas, como producción y ventas.

- Propietaria y Gerente General: Jessica
- Operario de Producción (si es necesario): Apoyo en el procesamiento de la pulpa.
- Asistente Administrativo/Vendedor (opcional): Encargado de las ventas, distribución y tareas administrativas si fuera necesario en el futuro.

Figura 2*Organigrama de la Empresa JESSICA*

Nota: Elaboración propia

➤ Propietaria (Jessica)

Responsable de la gestión general de la empresa, toma de decisiones estratégicas, y supervisión de todas las áreas operativas y administrativas.

Subordinados Directos:

➤ Área de producción

Encargado de producción: Responsable de coordinar la recolección y procesamiento de la pulpa de copoazú.

Operarios de Producción. Ejecutan el procesamiento, almacenamiento y envasado de la pulpa.

➤ Área Administrativa

Contador. Gestión de la contabilidad y finanzas de la empresa (puede ser contratado o subcontratado).

Asistente Administrativo. Apoyo en la gestión de trámites, documentación y logística administrativa.

➤ Área de Marketing y Ventas

Encargado de Ventas. Responsable de gestionar las ventas, búsqueda de nuevos clientes, promoción y relaciones comerciales.

Community Manager. (opcional, según el tamaño de la empresa) Encargado de gestionar las redes sociales y la presencia online de la empresa.

➤ Área de Logística y Distribución

Encargado de Logística. Responsable de coordinar la distribución de los productos a los diferentes puntos de venta o clientes finales.

Conductor. (En caso de tener vehículos propios) Responsable del transporte de la pulpa de copoazú.

Este organigrama refleja la estructura mínima necesaria para que la empresa opere de manera eficiente.

4.1.4 Personal

En esta etapa inicial, como empresa unipersonal, JESSICA será gestionada exclusivamente por la propietaria. Sin embargo, si el volumen de producción crece, la empresa puede considerar contratar personal adicional.

- Propietaria/Operaria: Jessica manejará la producción, administración y comercialización.
- Futuro Personal: En caso de expansión, se podría contratar un operario o asistente para tareas específicas.

4.1.5 Procedimientos Técnico-Administrativos

Para garantizar una operación eficiente, se seguirán los siguientes procedimientos:

Producción:

- Jessica supervisará el proceso de producción desde la selección del copoazú hasta el envasado de la pulpa.
- Se registrarán las cantidades de producción y control de calidad para asegurar que los productos cumplan con los estándares sanitarios y de frescura.

Compras e Inventario:

- Se mantendrá un registro preciso de los insumos utilizados y la cantidad de materia prima necesaria para cada lote de producción.
- Los proveedores locales de copoazú serán evaluados continuamente para garantizar el suministro constante de fruta de alta calidad.

Ventas y Distribución:

- Jessica se encargará de las ventas directas a clientes, asegurándose de cumplir con los plazos de entrega y la calidad del producto.
- Los registros de ventas se actualizarán regularmente para ajustar las estrategias de comercialización según la demanda.

Administración Financiera:

- Se llevará un control riguroso de ingresos y gastos, gestionando las cuentas bancarias y pagos a proveedores.
- La empresa utilizará sistemas sencillos de contabilidad para calcular márgenes de ganancia y controlar el flujo de caja.

Esta estructura unipersonal permite una gestión centralizada y ágil, ideal para un negocio en sus etapas iniciales. Con la posibilidad de expansión, los roles podrán adaptarse a las necesidades futuras de la empresa.

4.2 Fuentes De Información

El desarrollo del negocio de producción y comercialización de pulpa de copoazú para la empresa unipersonal JESSICA está respaldado por una variedad de fuentes de información que justifican la viabilidad del proyecto, se detallan las principales fuentes utilizadas:

4.2.1. Estudios de Mercado Local y Regional

Se han realizado estudios de mercado en la región de Riberalta y comunidades aledañas para identificar la demanda de productos derivados del copoazú, un fruto exótico y altamente valorado en la región amazónica de Bolivia. Estos estudios indican que:

- Existe una creciente tendencia hacia el consumo de productos naturales y saludables, como la pulpa de copoazú, que tiene un alto contenido nutricional.
- La región no cuenta con suficientes productores locales que ofrezcan pulpa de copoazú en formato comercial accesible, lo que crea una oportunidad significativa para llenar este nicho de mercado.

4.2.2. Investigación de Productos Naturales y Sustentables

Diversas publicaciones científicas y comerciales resaltan los beneficios del copoazú, tanto en términos de propiedades alimenticias como en su potencial económico. Algunas fuentes clave incluyen:

- Investigaciones sobre las propiedades nutricionales del copoazú: estudios que demuestran su alto contenido en antioxidantes, vitaminas y fibra, lo que lo hace atractivo para consumidores interesados en alimentos saludables.
- Análisis sobre la tendencia de productos sostenibles: el mercado global y regional está cada vez más enfocado en productos que promueven la sostenibilidad y que utilizan recursos locales, características que el copoazú cumple.

CAPITULO V

5.1 Conclusiones

Se ha realizado un análisis exhaustivo de las prácticas actuales de producción de copoazú en la comunidad, revelando que las técnicas empleadas aún son rudimentarias y carecen de mecanismos eficientes para maximizar la productividad y sostenibilidad. Las áreas de mejora se centran en la implementación de mejores prácticas agrícolas y en la introducción de procesos más eficientes de cosecha y postcosecha. Además, es necesario mejorar la infraestructura y equipamiento, lo que permitiría una producción más estandarizada y una mayor calidad del producto final.

Se ha diseñado un plan de negocios que aborda los aspectos financieros, operativos y de marketing necesarios para establecer la empresa JESSICA como un emprendimiento rentable y sostenible a largo plazo. Los cálculos financieros, basados en presupuestos de inversión, operación y flujos de caja proyectados, indican que el negocio es viable con una adecuada gestión de recursos y promoción del producto. El análisis del mercado y la segmentación han confirmado que existe un potencial significativo para el consumo de pulpa de copoazú, lo que asegura un margen de rentabilidad favorable.

Se identificó la necesidad de capacitar a los productores locales en técnicas avanzadas de procesamiento y comercialización de pulpa de copoazú. Las capacitaciones propuestas promueven prácticas agrícolas sostenibles y el uso adecuado de los recursos naturales, mejorando la calidad del producto final y su presentación en el mercado. Además, estas capacitaciones fortalecen la capacidad de los productores para incrementar su competitividad y adoptar modelos de negocio más eficientes, impulsando el desarrollo económico de la comunidad.

La estrategia de promoción desarrollada para la empresa JESSICA se basa en destacar los beneficios nutricionales y económicos de la pulpa de copoazú. Esta campaña de sensibilización tiene como objetivo aumentar el consumo local del producto, alineándose con la tendencia hacia el consumo de productos saludables y sostenibles. Además, se busca crear alianzas con entidades locales y regionales para apoyar la difusión del producto, aumentando su visibilidad en el mercado y asegurando su posicionamiento como un bien de alto valor nutricional.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda que los productores locales adopten nuevas tecnologías y prácticas sostenibles que permitan optimizar la producción de copoazú. Esto incluye la implementación de técnicas de cultivo ecológicas y la mejora de la cadena de suministro, desde la cosecha hasta la comercialización, para asegurar la calidad y durabilidad del producto.

Para asegurar la viabilidad a largo plazo de la empresa JESSICA, es crucial que se mantenga una estructura financiera sólida. Esto implica realizar revisiones periódicas del flujo de caja, maximizar los recursos operativos y mantener un control de costos riguroso. Asimismo, se debe establecer una red de distribución eficiente que permita llegar a más consumidores de manera efectiva.

Es esencial seguir brindando capacitación a los productores locales sobre el procesamiento adecuado de la pulpa de copoazú y la adopción de tecnologías sostenibles. Esta formación debe ser continua y adaptada a las necesidades del mercado, asegurando que los productores puedan mejorar sus procesos y productos constantemente.

Se recomienda que la empresa JESSICA continúe desarrollando y ejecutando estrategias de marketing innovadoras que resalten los beneficios del copoazú, tanto a nivel local como regional. Además, es importante explorar oportunidades de alianzas con instituciones públicas y privadas para aumentar la promoción del producto y su distribución en mercados más amplios.

5.3 Bibliografía

- Becker, G. S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. University of Chicago Press.
- Bolivia.com (2022). Copoazú: un "superfruto" amazónico para liderar la bioeconomía y reforestar. Recuperado de <https://www.bolivia.com/actualidad/nacionales/fruta-copoazu-amazonico-bioeconomia-reforestar-350329>
- Burns, T., & Stalker, G. M. (1961). *The Management of Innovation*. Tavistock Publications.
- Drucker, P. F. (1954). *The Practice of Management*. Harper & Brothers.
- Gómez-Mejía, L. R., Balkin, D. B., & Cardy, R. L. (2016). *Managing Human Resources* (8th ed.). Pearson.
- Martínez-Echevarría, F. (2012). *Empresario Individual y Sociedad Limitada Unipersonal*. En *Derecho Mercantil* (pp. 407–438). Tirant lo Blanch.
- Martins, S. I. F. S., & Jongen, W. M. F. (2017). *Theobroma cacao* and *Theobroma grandiflorum*: Bioactive Compounds and Associated Health Benefits. In *Bioactive Foods in Promoting Health* (pp. 1–22). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-802972-5.00015-1>
- Martins, S. I. F. S., & Jongen, W. M. F. (2022). *Theobroma cacao* and *Theobroma grandiflorum*: Botany, Composition and Pharmacological Activities of Pods and Seeds. *Foods* (Basel, Switzerland), 11(12), 1–22. <https://doi.org/10.3390/foods11122954>
- McGregor, D. (1960). *The Human Side of Enterprise*. McGraw-Hill.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.
- Stevenson, H. H., & Gumpert, D. E. (1985). *The Heart of Entrepreneurship*. *Harvard Business Review*, 63(2), 85–94.

Todosobrefrutas.com (s.f.). Producción de Copoazú – Cómo Cosechar y Cuánto Produce.

Recuperado de <https://todosobrefrutas.com/frutas/copoazu/produccion-de-copoazu>

ANEXOS

ANEXO N° 1

CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA

Introducción:

Estimado/a encuestado/a, estamos llevando a cabo un estudio para evaluar la viabilidad y aceptación de una nueva empresa que producirá pulpa de copoazú en la Comunidad La Esperanza. Agradecemos su participación, la cual es fundamental para el desarrollo del proyecto. Sus respuestas serán confidenciales y utilizadas únicamente para fines de investigación.

1. Información General

¿Cuál es su edad?

Menos de 18 años

18-24 años

25-34 años

35-44 años

45-54 años

55 años o más

¿Cuál es su nivel educativo?

Educación básica

Educación secundaria

Educación técnica

Educación universitaria

Postgrado

¿Cuál es su ocupación actual?

Estudiante

Trabajador/a independiente

Empleado/a

Empresario/a

Desempleado/a

Otro (especificar)

2. Conocimiento del Producto

¿Conoce el copoazú?

Sí

No

¿Ha consumido productos derivados del copoazú (por ejemplo, pulpa, jugo, postres)?

Sí

No

¿Qué tan interesado/a estaría en comprar pulpa de copoazú producida localmente?

Muy interesado/a

Interesado/a

Neutral

Poco interesado/a

Nada interesado/a

3. Preferencias y Expectativas

¿Qué factores considera más importantes al comprar pulpa de copoazú? (Marque todas las que apliquen)

Precio

Calidad del producto

Sostenibilidad y origen del producto

Sabor

Información nutricional

Disponibilidad

¿Cuál sería el rango de precios que estaría dispuesto/a a pagar por un kilogramo de pulpa de copoazú?

Menos de 10 BS

10-15 BS

16-20 BS

Más de 20 BS

¿Dónde preferiría comprar pulpa de copoazú?

Supermercado

Tienda especializada

Mercado local

Directamente de un productor

Otro (especificar)

4. Evaluación de la Empresa

¿Qué expectativas tiene sobre la empresa productora de pulpa de copoazú en términos de impacto en la comunidad?

Creación de empleo

Desarrollo económico local

Mejora en la infraestructura

Fomento de la producción sostenible

Otro (especificar)

Gracias por su participación. Sus respuestas son valiosas para el desarrollo exitoso de este proyecto.

ANEXO N° 2

GUÍA DE ENTREVISTAS

Objetivo: Obtener información en profundidad sobre las percepciones, necesidades y expectativas de la comunidad y de los posibles consumidores en relación con la producción y comercialización de pulpa de copoazú.

Introducción:

Saludo y presentación del entrevistador:

"Hola, mi nombre es [Nombre del Entrevistador], y estoy llevando a cabo una investigación sobre la implementación de una empresa productora de pulpa de copoazú en la Comunidad La Esperanza. Agradezco mucho que haya aceptado participar en esta entrevista."

Explicación del propósito de la entrevista:

"El objetivo de esta entrevista es conocer su opinión sobre el copoazú, sus derivados y la posibilidad de establecer una empresa local que produzca y comercialice estos productos. Sus respuestas serán muy valiosas para nosotros y serán tratadas con la más estricta confidencialidad."

Solicitar permiso para grabar la entrevista:

"¿Le parece bien si grabo nuestra conversación para poder revisarla más adelante? Esto ayudará a garantizar que no se me escape ningún detalle importante."

Preguntas Generales:

Conocimiento del Copoazú:

¿Qué sabe usted sobre el copoazú?

¿Ha consumido productos derivados del copoazú antes? Si es así, ¿cuáles?

Percepción del Producto:

¿Qué le parece la idea de consumir pulpa de copoazú? ¿Cuáles cree que serían los beneficios?

¿Qué tan interesado estaría en comprar pulpa de copoazú si estuviera disponible en su comunidad?

Preferencias de Consumo:

¿Qué factores son importantes para usted al comprar productos alimenticios? (Ej. precio, calidad, origen, etc.)

¿Con qué frecuencia cree que compraría pulpa de copoazú?

Opinión sobre la Empresa:

¿Qué piensa sobre la creación de una empresa local en su comunidad que produzca y comercialice pulpa de copoazú?

¿Cómo cree que esta empresa podría impactar a la comunidad local?

Aspectos Financieros:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un litro de pulpa de copoazú?

¿Qué opina sobre el acceso a productos locales en términos de precios y disponibilidad?

Sostenibilidad y Prácticas Ambientales:

¿Cuán importante es para usted que una empresa implemente prácticas sostenibles en su producción?

¿Qué sugerencias tendría para asegurar que esta empresa sea ambientalmente responsable?

Competencia y Oportunidades:

¿Hay otros productos similares disponibles en el mercado? ¿Cómo cree que la pulpa de copoazú se compararía con ellos?

¿Qué oportunidades ve para que esta empresa tenga éxito en el mercado local?

Conclusión:

Sugerencias y Recomendaciones:

¿Tiene alguna recomendación o sugerencia para la implementación de esta empresa?

¿Hay algo más que le gustaría agregar sobre la producción o comercialización de pulpa de copoazú?

Agradecimiento y cierre:

"Muchas gracias por su tiempo y por compartir sus opiniones. Su participación es muy valiosa para el éxito de este proyecto. Si tiene alguna otra sugerencia o comentario en el futuro, no dude en ponerse en contacto."

Notas para el Entrevistador:

Escuchar activamente y permitir que el entrevistado se exprese libremente.

No interrumpir al entrevistado, salvo para pedir aclaraciones si es necesario.

Tomar notas sobre aspectos clave, especialmente si el entrevistado proporciona información que no estaba prevista en las preguntas.

ANEXO N° 3
FOTOGRAFÍAS



FIGURA 1



FIGURA 2



FIGURA 3



FIGURA 4



FIGURA 5



FIGURA 6



FIGURA 7