

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 propuesta para creación de una Pyme productora de aceite de
Motacú”

Postulante: Moisés Gabriel Cartagena Amutari

Tutor: MSc. Lic. Emilio Suárez Churipuy

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 PROPUESTA PARA CREACIÓN DE UNA PYME PRODUCTORA DE ACEITE DE MOTACÚ*”.

| Nº | FUNCIÓN TRIBUNAL | NOMBRE Y APELLIDOS | C. I. | FIRMA |
|----|---------------------|---|-------|-------|
| 1 | Presidente | Lic. Alexander Cuellar Tirina | | |
| 2 | Vocal 1 | Lic. Claudia L Banzer Domínguez | | |
| 3 | Vocal 2 | Lic. Luis A. Oliveira Carrillo | | |
| 4 | Vocal 3 | Ing. Ruth L. Chamaro Yujo | | |
| 4 | Tutor | MSc. Lic. Emilio Suárez Churipuy | | |
| 4 | Postulante | Univ. Moisés Gabriel Cartagena Amutari | | |

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| RESUMEN | 10 |
| ABSTRACT | 12 |
| CAPITULO I | 14 |
| 1.1- Antecedentes..... | 14 |
| 1.2. Descripción del Problema | 16 |
| 1.3. Formulación del Problema..... | 18 |
| 1.4. Justificación | 19 |
| 1.5. Objetivos | 21 |
| 1.5.1 Objetivo General | 21 |
| 1.5.2 Objetivos Específicos..... | 21 |
| 1.6.- Marco Conceptual..... | 22 |
| 1.6.1 Pyme (Pequeña y Mediana Empresa) | 22 |
| 1.6.2 Aceite de Motacú | 24 |
| 1.6.3 Desarrollo económico Internacional | 26 |
| 1.6.4 Producción sostenible | 28 |
| 1.6.5 Comercialización de productos naturales | 30 |
| 1.6.6 Cadena de valor..... | 32 |
| 1.6.7 Sostenibilidad ambiental..... | 34 |
| 1.6.8 Creación de Empresa | 35 |

| | |
|---|----|
| | 4 |
| 1.7. Metodología | 38 |
| 1.7.1 Tipo de Investigación..... | 38 |
| 1.7.2. Diseño de Investigación..... | 38 |
| 1.7.3. Enfoque..... | 38 |
| 1.7.4. Método | 38 |
| 1.7.5. Técnicas e Instrumentos de Investigación | 39 |
| 1.7.5.1. Técnicas | 39 |
| 1.7.5.2. Instrumentos..... | 40 |
| 1.7.6 Población y Muestra | 40 |
| 1.9 Resultados de la Encuesta..... | 42 |
| 1.10 Resultados de la Entrevistas..... | 48 |
| 1.11 Resultados de la Observación..... | 50 |
| CAPITULO II..... | 54 |
| 2.1. Definición del Negocio | 54 |
| 2.2 Mercado | 56 |
| 2.2.1 Producto Mercadotécnico | 56 |
| 2.2.2 Potencial de Mercado, la Competencia, Barreras de Entrada o de Salida | 58 |
| 2.2.3 Segmentación del Mercado, Potencial de Ventas, Pronóstico de Ventas | 60 |
| 2.2.4 El Cliente Objetivo (Comportamiento del Consumidor)..... | 62 |
| 2.2.5 Estrategias de Marketing..... | 64 |

| | |
|---|----|
| | 5 |
| 2.3 Operaciones (Producción)..... | 67 |
| 2.3.1 Diseño y Desarrollo de Productos..... | 67 |
| 2.3.2 Proceso de Producción..... | 69 |
| 2.3.3 Máquinas, Equipos, Vehículos y Otros Similares | 72 |
| 2.3.4 Insumos | 75 |
| 2.3.5 Planta..... | 78 |
| CAPITULO III..... | 81 |
| 3.1. Finanzas | 81 |
| 3.1.1 Presupuesto de Inversión | 81 |
| 3.1.2 Financiamiento..... | 83 |
| 3.1.3 Evaluación Financiera..... | 85 |
| 3.2 Supuestos sobre ventas, insumos, costos, y variables externas | 87 |
| 3.2.1 Volúmenes de Producción, Ventas, Costos y Rentabilidad..... | 90 |
| CAPITULO IV..... | 94 |
| 4.1 Organización Administrativa y Legal | 94 |
| 4.1.1 Personería Jurídica | 94 |
| 4.1.2 Registro Legal | 94 |
| 4.1.3 Organización Empresarial..... | 95 |
| 4.1.4 Personal..... | 96 |
| 4.1.5 Procedimientos Técnico-Administrativos..... | 96 |

| | |
|--|-----|
| 4.2 Fuentes de Información (Que Sustentan la idea de Negocio)..... | 97 |
| 4.2.1. Investigación de Mercado Local..... | 97 |
| 4.2.2. Fuentes Bibliográficas y Estudios Científicos | 98 |
| 4.2.3. Datos Estadísticos Nacionales y Regionales..... | 98 |
| 4.2.4. Información de Proveedores y Estudios de Costo | 99 |
| 4.2.5. Expertos del Sector | 99 |
| 4.2.6. Tendencias Globales del Mercado de Productos Naturales..... | 99 |
| 4.2.7. Documentación Legal y Regulatoria | 100 |
| CAPITULO V..... | 104 |
| 5.1 Conclusiones..... | 104 |
| 5.2 Recomendaciones | 106 |
| REFERENCIA..... | 107 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| GRAFICO 1 ¿CUÁL ES SU EDAD?..... | 42 |
| GRAFICO 2 GÉNERO..... | 43 |
| GRAFICO 3 ¿CUÁL ES SU OCUPACIÓN ACTUAL? | 43 |
| GRAFICO 4 CONOCIMIENTO DEL ACEITE DE MOTACÚ | 44 |
| GRAFICO 5 CONSUMO DE ACEITE DE MOTACÚ EN EL ÚLTIMO AÑO | 44 |
| GRAFICO 6 IMPORTANCIA DEL ACEITE DE MOTACÚ EN LA DIETA..... | 45 |
| GRAFICO 7 PERCEPCIÓN SOBRE LA PRODUCCIÓN DE ACEITE DE MOTACÚ | 46 |
| GRAFICO 8 DISPOSICIÓN A COMPRAR ACEITE DE MOTACÚ LOCALMENTE. | 46 |

ÍNDICE DE TABLA

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Resultados De La Observación..... | 50 |
| Tabla 2 Pronóstico de Ventas | 61 |
| Tabla 3 Inversión en Activos Fijos | 81 |
| Tabla 4 Inversión en Activos Diferidos | 81 |
| Tabla 5 Capital de Trabajo..... | 82 |
| Tabla 6 Inversión Total..... | 82 |
| Tabla 13 Proyección de producción para los primeros 5 años: | 91 |
| Tabla 14 Ventas proyectadas anuales en volumen | 91 |
| Tabla 15 Costos variables anuales | 91 |
| Tabla 16 Ganancia Bruta Anual (Ingresos - Costos Variables)..... | 92 |
| Tabla 17 Ganancia Neta Anual (Ganancia Bruta - Costos Fijos)..... | 92 |

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA

ANEXO N° 2 GUÍA DE ENTREVISTAS

ANEXO N° 3 REGISTRO DE OBSERVACIÓN

ANEXO N° 4 FOTOGRAFÍAS

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo la creación de una pequeña y mediana empresa (PyME) dedicada a la producción de aceite de Motacú en la comunidad Las Piedras, ubicada en el municipio Puerto Gonzalo Moreno. Esta iniciativa busca aprovechar un recurso natural abundante en la región, promoviendo un modelo de negocio sostenible que contribuya al desarrollo económico de la comunidad y a la conservación del medio ambiente. A través de la implementación de un plan de producción y comercialización, se espera garantizar un flujo constante de productos al mercado y mejorar la calidad de vida de los habitantes locales.

El análisis de antecedentes ha revelado la importancia cultural y económica de Motacú en la región. Este producto es reconocido por sus propiedades nutricionales y medicinales, lo que abre oportunidades significativas en el mercado tanto local como regional. Sin embargo, la falta de conocimientos técnicos sobre su producción y manejo ha limitado hasta ahora su explotación comercial. Por lo tanto, el proyecto contempla la capacitación de los miembros de la comunidad en técnicas de recolección y producción del aceite, fortaleciendo sus habilidades y garantizando un producto de alta calidad.

La formulación del problema se centra en la necesidad de desarrollar una cadena productiva que permita la recolección y transformación del Motacú en aceite de forma sostenible. Para ello, se han establecido objetivos específicos que incluyen no solo el desarrollo de un plan de producción, sino también la creación de alianzas comerciales y la implementación de prácticas de sostenibilidad ambiental. Estos objetivos buscan asegurar la rentabilidad del negocio y el bienestar de la comunidad.

El marco metodológico del proyecto incluye un enfoque cuantitativo y cualitativo, utilizando técnicas como encuestas y entrevistas en profundidad para obtener datos sobre el

mercado y la comunidad. La población objetivo son 50 productores y consumidores locales, cuya información permitirá comprender mejor las oportunidades y desafíos del negocio. Las encuestas facilitarán la recolección de datos sistemática y cuantificable, mientras que las entrevistas proporcionarán una visión más matizada de la situación actual.

El diseño del negocio se centra en la producción de aceite de Motacú, con una clara definición de la misión, visión y valores de la empresa. Se plantean estrategias de marketing dirigidas a consumidores específicos, asegurando que se satisfagan sus necesidades y deseos. Además, se ha analizado el potencial de mercado y la competencia, identificando barreras de entrada que deberán superarse para garantizar el éxito del proyecto.

Las operaciones de producción contemplan un proceso detallado que incluye el diseño y desarrollo del producto, así como la adquisición de insumos y maquinaria necesarios para su elaboración. Se prevé establecer un local adecuado para la planta de producción, optimizando la capacidad operativa y garantizando la calidad del aceite. La implementación de un sistema de gestión de calidad será fundamental para asegurar que el producto cumpla con las expectativas del mercado.

Finalmente, el proyecto incluye un análisis financiero exhaustivo que contempla presupuestos de inversión y operación, así como la evaluación de viabilidad económica a través de indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Con estos elementos, se busca asegurar no solo la rentabilidad del negocio, sino también su sostenibilidad en el tiempo, fomentando el desarrollo local y la conservación del recurso natural. En conclusión, la creación de esta PyME representa una oportunidad significativa para mejorar la economía de la comunidad Las Piedras, al mismo tiempo que se promueve la sostenibilidad ambiental y el empoderamiento de sus habitantes.

ABSTRACT

The present project aims at the creation of a small and medium-sized enterprise (SME) dedicated to the production of Motacú oil in the Las Piedras community, located in the Puerto Gonzalo Moreno municipality. This initiative seeks to take advantage of an abundant natural resource in the region, promoting a sustainable business model that contributes to the economic development of the community and the conservation of the environment. Through the implementation of a production and marketing plan, it is expected to guarantee a constant flow of products to the market and improve the quality of life of local inhabitants.

The background analysis has revealed the cultural and economic importance of Motacú in the region. This product is recognized for its nutritional and medicinal properties, which opens up significant opportunities in both the local and regional market. However, the lack of technical knowledge about its production and management has so far limited its commercial exploitation. Therefore, the project contemplates the training of community members in oil collection and production techniques, strengthening their skills and guaranteeing a high-quality product.

The problem formulation focuses on the need to develop a production chain that allows the harvesting and transformation of Motacú into oil in a sustainable way. To this end, specific objectives have been established that include not only the development of a production plan, but also the creation of business alliances and the implementation of environmental sustainability practices. These objectives seek to ensure the profitability of the business and the well-being of the community.

The methodological framework of the project includes a quantitative and qualitative approach, using techniques such as surveys and in-depth interviews to obtain data on the market and the community. The target population is 50 local producers and consumers, whose

information will allow a better understanding of the opportunities and challenges of the business. The surveys will facilitate the systematic and quantifiable collection of data, while the interviews will provide a more nuanced view of the current situation.

The business design focuses on the production of Motacú oil, with a clear definition of the company's mission, vision and values. Marketing strategies are proposed aimed at specific consumers, ensuring that their needs and desires are met. In addition, market potential and competition have been analyzed, identifying entry barriers that must be overcome to ensure the success of the project.

Production operations involve a detailed process that includes the design and development of the product, as well as the acquisition of inputs and machinery necessary for its production. It is planned to establish an appropriate location for the production plant, optimizing operational capacity and guaranteeing the quality of the oil. The implementation of a quality management system will be essential to ensure that the product meets market expectations.

Finally, the project includes an exhaustive financial analysis that includes investment and operating budgets, as well as the evaluation of economic viability through indicators such as Net Present Value (NPV) and Internal Rate of Return (IRR). With these elements, the aim is to ensure not only the profitability of the business, but also its sustainability over time, promoting local development and the conservation of natural resources. In conclusion, the creation of this SME represents a significant opportunity to improve the economy of the Las Piedras community, while promoting environmental sustainability and the empowerment of its inhabitants.

CAPITULO I

1.1- Antecedentes

A nivel global, la demanda de aceites vegetales exóticos y naturales ha crecido de forma exponencial, impulsada por el interés de los consumidores en productos que ofrecen beneficios tanto para la salud como para el cuidado personal. Este auge se observa en el caso de aceites como el de argán, originario de Marruecos, y el de coco, producido en regiones del sudeste asiático como Filipinas. Estos aceites se han posicionado en mercados internacionales no solo como ingredientes en la cocina, sino como componentes fundamentales en productos cosméticos, debido a sus propiedades hidratantes y antioxidantes. En este contexto, el aceite de Motacú tiene un gran potencial para integrarse en este mercado emergente de aceites naturales de alta calidad, dado que presenta cualidades comparables en términos de nutrición y aplicación cosmética.

Además, el enfoque de la producción sostenible ha tomado relevancia en el comercio internacional. Iniciativas como el comercio justo y las prácticas de extracción sostenible en países productores han permitido que los aceites vegetales se posicionen con una fuerte responsabilidad ambiental y social. En América Latina y el Caribe, países como Brasil y Perú han implementado políticas para la explotación sostenible de recursos naturales, creando modelos de negocio que benefician a las comunidades locales y que pueden servir de referencia para Bolivia en la producción de aceite de Motacú, aprovechando sus abundantes recursos naturales y prácticas tradicionales de manejo de palmeras.

En Bolivia, el mercado de aceites vegetales derivados de plantas autóctonas ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años. Productos como el aceite de chía, el aceite de cusí y el aceite de copaibo han captado la atención de los consumidores locales e internacionales. Estos aceites, que se producen en diversas regiones del país, tienen un atractivo

particular debido a su carácter orgánico y sus propiedades beneficiosas. El aumento en la popularidad de estos aceites ha permitido que pequeños y medianos productores rurales encuentren un mercado estable, promoviendo el desarrollo de cadenas de valor sostenibles que benefician a las comunidades productoras.

El contexto boliviano favorece la exploración de nuevos recursos naturales, como el Motacú, que se encuentra en abundancia en áreas de la Amazonía. Las políticas de fomento a la producción de bienes naturales y el interés de los consumidores en productos tradicionales y naturales impulsan iniciativas que promueven el aprovechamiento de recursos nativos. A nivel nacional, el desarrollo de la industria del aceite de Motacú podría generar alternativas productivas y oportunidades de empleo en comunidades rurales, así como contribuir al reconocimiento de Bolivia como un país productor de aceites naturales de alta calidad en mercados regionales e internacionales.

En la comunidad de Las Piedras, ubicada en el municipio de Puerto Gonzalo Moreno, el Motacú es una palmera nativa que ha sido utilizada de manera tradicional por los habitantes locales. Sus frutos y aceite poseen un alto valor en la medicina natural y la alimentación, sin embargo, este recurso no ha sido explotado de forma estructurada ni con miras comerciales. Actualmente, el aceite de Motacú se utiliza en pequeña escala dentro de la comunidad, principalmente en prácticas de medicina tradicional y como ingrediente en la cocina local. Los habitantes reconocen sus propiedades, pero el conocimiento y las técnicas para su producción son limitados.

La creación de una Pyme dedicada a la producción de aceite de Motacú en Las Piedras no solo representa una oportunidad de desarrollo económico, sino que además busca formalizar y dar valor agregado a una práctica local. La comunidad, con alta disponibilidad de recursos

naturales y una predisposición positiva hacia el trabajo en iniciativas de producción sostenible, presenta condiciones favorables para la implementación de este proyecto. La existencia de palmeras de Motacú en abundancia y el interés de los consumidores en productos autóctonos y naturales colocando a esta comunidad en una posición ventajosa para liderar el desarrollo de esta industria en la región.

A nivel local, el proyecto de producción de aceite de Motacú no solo se beneficiaría económicamente a la comunidad, sino que también contribuiría a la conservación de las palmeras mediante prácticas de recolección sostenibles. Además, al generar empleo y oportunidades de capacitación, la iniciativa fortalecería las habilidades de los habitantes en la gestión de recursos naturales, impulsando un desarrollo económico inclusivo y sostenible.

1.2. Descripción del Problema

La comunidad de Las Piedras, situada en el municipio de Puerto Gonzalo Moreno, enfrenta diversas dificultades socioeconómicas que limitan el desarrollo de la región y el bienestar de sus habitantes. Entre los principales problemas se encuentran la falta de trabajo formal, la baja diversificación económica y la limitada industrialización de los recursos naturales, lo que ha generado una paralización en el crecimiento económico local.

A pesar de que la región es rica en recursos naturales, como el Motacú, la explotación de estos recursos ha sido principalmente artesanal y de subsistencia, sin generar un impacto económico significativo ni empleo formal. Los habitantes de la comunidad dependen principalmente de la agricultura tradicional y la recolección de recursos forestales, actividades que no garantizan ingresos estables ni suficientes para mejorar su calidad de vida. La falta de industrias locales que transformen estos recursos en productos de valor agregado perpetúa la pobreza y la migración hacia otras áreas en busca de empleo.

El fruto de la palmera Motacú, que crece de manera abundante en la región, ha sido históricamente subutilizado. Aunque se reconoce el valor del aceite de Motacú en la medicina tradicional y su creciente demanda en los mercados de productos naturales, su producción sigue siendo esporádica y a pequeña escala. Esta falta de aprovechamiento adecuado del Motacú refleja una oportunidad desaprovechada para crear un sector productivo que beneficie tanto a la comunidad como a la economía regional. Sin una infraestructura adecuada y técnicas modernas de procesamiento, el potencial del Motacú no se ha transformado en una fuente de ingresos estable y sostenible.

Actualmente, no existe un emprendimiento formal en la comunidad dedicado a la producción sistemática de aceite de Motacú. Las pequeñas iniciativas locales carecen de los recursos, el conocimiento técnico y la capacidad para escalar la producción y satisfacer una demanda más amplia. Además, las prácticas de recolección y producción no siempre son sostenibles, lo que pone en riesgo el equilibrio ecológico de la región y la preservación de las palmeras de Motacú. La falta de un enfoque empresarial que combine el aprovechamiento de recursos con la sostenibilidad ha limitado el impacto positivo que la explotación del Motacú podría tener en la comunidad.

Otro problema significativo es la limitada integración de los productores locales a los mercados regionales y nacionales. Las dificultades logísticas, la falta de canales de distribución y la poca visibilidad del aceite de Motacú como un producto competitivo en el mercado de aceites naturales limitan su alcance. Esto impide que los productores locales puedan acceder a clientes dispuestos a pagar un precio justo por un producto natural y de alta calidad. Sin un plan de negocio adecuado que contemple estrategias de marketing, distribución y comercialización, la potencial demanda de productos como el aceite de Motacú no se capitaliza.

1.3. Formulación del Problema

¿De qué manera se podría contribuir al desarrollo económico de la comunidad Las Piedras y a la valorización sostenible de los recursos naturales de la región?

1.4. Justificación

La creación de una Pyme productora de aceite de Motacú en la comunidad Las Piedras, municipio Puerto Gonzalo Moreno, responde a varias necesidades y oportunidades que convergen tanto en el ámbito económico como en el social y ambiental. Este proyecto se justifica por las siguientes razones:

Una de las problemáticas más críticas que enfrenta la comunidad de Las Piedras es la falta de oportunidades laborales y económicas. A pesar de ser una región con abundantes recursos naturales, la falta de iniciativas formales de producción limita el desarrollo económico local. La implementación de esta Pyme no solo generará empleo directo, sino que también abrirá nuevas posibilidades para otros actores de la cadena productiva, como recolectores y distribuidores, contribuyendo a la dinamización de la economía de la zona.

Además, la Pyme permitirá a los habitantes de la comunidad recibir capacitación técnica en procesos productivos y de comercialización, fortaleciendo sus habilidades empresariales y promoviendo una mejora en su calidad de vida. En un contexto donde el empleo formal es escaso, este proyecto contribuirá a reducir la dependencia de actividades de subsistencia, ofreciendo una fuente de ingresos más estable y con mejores perspectivas a largo plazo.

El aceite de Motacú es un recurso con un potencial de mercado subexplotado. Este producto es altamente valorado tanto por sus usos tradicionales como por sus propiedades nutritivas, cosméticas y medicinales. Sin embargo, la producción local de este aceite no ha sido desarrollada de manera formal ni a gran escala, lo que ha limitado su presencia en el mercado y su competitividad frente a otros aceites naturales.

La creación de esta Pyme permitirá un aprovechamiento más eficiente y sostenible del Motacú, agregando valor a un recurso local que, hasta ahora, ha sido subutilizado. El proyecto se

enmarca en la tendencia global de preferencia por productos naturales y eco-amigables, lo que posiciona al aceite de Motacú como una alternativa atractiva tanto en mercados nacionales como potencialmente internacionales. Este aprovechamiento sostenible también contribuirá a la conservación del recurso, promoviendo prácticas de reforestación y manejo responsable del Motacú.

El proyecto no solo está orientado al crecimiento económico, sino también a la sostenibilidad. La recolección y producción del aceite de Motacú se realizarán bajo un enfoque de preservación del medio ambiente, respetando los ciclos naturales y asegurando la regeneración de las palmeras. Esto contribuirá a la conservación de los recursos naturales de la región, evitando la sobreexplotación y promoviendo prácticas de producción responsables.

La creación de una Pyme con un enfoque sostenible permitirá que la comunidad de Las Piedras no solo se beneficie económicamente, sino que también proteja su entorno natural. Este enfoque puede servir de modelo para otras comunidades que, al igual que Las Piedras, cuenten con recursos naturales valiosos y deseen generar desarrollo sin comprometer su biodiversidad.

El proyecto está alineado con las políticas nacionales y regionales de desarrollo rural y sostenible, promoviendo el crecimiento económico inclusivo y la conservación ambiental. Al fomentar el desarrollo de una industria basada en recursos locales, el proyecto contribuye a la reducción de la pobreza en áreas rurales, uno de los objetivos prioritarios en la agenda de desarrollo del gobierno.

Este enfoque no solo beneficia a la comunidad de Las Piedras, sino que también puede ser replicado en otras regiones con características similares, promoviendo un modelo de desarrollo rural basado en el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Diseñar una propuesta para la creación de una Pyme productora de aceite de Motacú en la comunidad de Las Piedras, municipio Puerto Gonzalo Moreno.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico para determinar la demanda de consumo del aceite de motacú
- Diseñar los mecanismos y procedimientos para la creación de una empresa.
- Analizar y establecer las técnicas a utilizar en el proceso de producción.
- Estructurar el diseño de la propuesta de creación de la empresa.

1.6.- Marco Conceptual

El marco conceptual de este proyecto se centra en definir los conceptos clave que son fundamentales para la creación de una Pyme productora de aceite de Motacú, un recurso natural relevante para la comunidad de Las Piedras, municipio Puerto Gonzalo Moreno. Estos conceptos permitirán comprender los elementos esenciales para el desarrollo del negocio, desde la producción sostenible hasta la comercialización del producto final.

1.6.1 Pyme (*Pequeña y Mediana Empresa*)

Las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) son unidades económicas que se caracterizan por tener un número limitado de empleados y un volumen moderado de facturación. Según la ONU, estas empresas representan alrededor del 90% de todas las empresas en el mundo y son responsables de más del 60% de la fuerza laboral, así como del 50% del PIB global (HubSpot, 2023). La clasificación de una empresa como PYME puede variar según el país, pero generalmente se basa en criterios como el número de empleados y los ingresos anuales.

Tipos de PYMEs

Las PYMEs se dividen en varias categorías, cada una con características específicas:

- PYMEs Comerciales: Se dedican a la compra y venta de bienes, siendo las más comunes debido a su simplicidad operativa.

- PYMEs Manufactureras: Involucran procesos de producción y requieren infraestructura para fabricar productos.

- PYMEs de Servicios: Ofrecen servicios a personas o empresas, como consultorías o servicios personales (HubSpot, 2023).

Importancia Económica de las PYMEs

Las PYMEs juegan un papel crucial en la economía al generar empleo y fomentar la innovación. En países en desarrollo, estas empresas son fundamentales para el crecimiento económico y la reducción de la pobreza. Además, su flexibilidad les permite adaptarse rápidamente a cambios en el mercado, lo que contribuye a la resiliencia económica (Amaya, 2006).

Desafíos que Enfrentan las PYMEs

A pesar de su importancia, las PYMEs enfrentan varios desafíos que pueden limitar su crecimiento. Entre estos se encuentran:

- Acceso al Financiamiento: Muchas PYMEs tienen dificultades para obtener créditos debido a la falta de garantías o historial crediticio.
- Competencia Desleal: El comercio informal puede representar una competencia significativa para las empresas legalmente establecidas (HubSpot, 2023).
- Ciclo de Vida Corto: En algunos países, como México, el ciclo de vida promedio de una PYME es solo de 7.8 años, lo que indica una alta tasa de mortalidad empresarial (HubSpot, 2023).

Estrategias para el Éxito de las PYMEs

Para superar los desafíos mencionados, las PYMEs pueden implementar diversas estrategias:

- Innovación y Diversificación: Desarrollar nuevos productos o servicios puede ayudar a captar nuevos mercados.
- Colaboraciones y Alianzas: Establecer redes con otras empresas puede facilitar el acceso a recursos y mercados.

- Capacitación Continua: Invertir en la formación del personal mejora la productividad y competitividad (Amaya, 2006).

Las pequeñas y medianas empresas son esenciales para el desarrollo económico global. A pesar de los desafíos que enfrentan, su capacidad para adaptarse e innovar les permite seguir siendo un motor clave en la creación de empleo y el crecimiento económico.

1.6.2 Aceite de Motacú

El motacú, conocido científicamente como *Attalea phalerata*, es una palmera nativa de la cuenca amazónica que se encuentra principalmente en Bolivia, Brasil y Perú. Esta especie es reconocida por su capacidad de adaptarse a diversas condiciones ambientales y por su importancia económica y cultural en las comunidades locales (Trujillo Dávalos, 2004). El fruto del motacú, conocido como calucha, es la fuente principal para la extracción de aceite, que se ha valorado recientemente por sus propiedades nutricionales y medicinales.

Proceso de Extracción del Aceite de Motacú:

La extracción del aceite de motacú se realiza a través de un proceso que incluye la recolección de las semillas, su secado, trituration y posterior cocción con agua. Este método tradicional permite obtener un aceite puro y orgánico (Instituto de Investigaciones Amazónicas, 2023). La calidad del aceite se ve influenciada por el manejo adecuado en cada etapa del proceso, desde la recolección hasta la cocción, lo que resalta la necesidad de capacitación en las comunidades productoras.

Composición Nutricional y Beneficios del Aceite de Motacú:

El aceite de motacú es rico en ácidos grasos insaturados, especialmente ácido oleico, y contiene una alta concentración de vitamina A (Instituto de Investigaciones Amazónicas, 2023). Estos componentes lo convierten en un aliado para la salud cardiovascular y en un hidratante

eficaz para la piel y el cabello. Además, se le atribuyen propiedades antiinflamatorias y antioxidantes, lo que lo hace valioso tanto en la industria cosmética como en la alimentaria (Rodríguez Osuna, 2006).

Usos Tradicionales y Comerciales:

Históricamente, el aceite de motacú ha sido utilizado por las comunidades indígenas para diversos fines, desde aplicaciones medicinales hasta cosméticas. Sin embargo, su potencial comercial aún está en desarrollo. La creciente demanda por productos naturales y orgánicos abre oportunidades para su comercialización tanto a nivel local como internacional (Trujillo Dávalos, 2004). Las iniciativas para fortalecer las capacidades productivas en comunidades rurales son esenciales para aprovechar este recurso.

Retos y Oportunidades en la Producción: A pesar de su potencial, la producción de aceite de motacú enfrenta desafíos significativos. La falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a mercados son obstáculos que deben superarse. Sin embargo, proyectos como el MAPZA-GFA-GTZ han comenzado a abordar estas limitaciones mediante el fortalecimiento de capacidades locales y la promoción del aceite en mercados más amplios (Rodríguez Osuna, 2006).

El aceite de motacú representa una oportunidad única para el desarrollo económico sostenible en comunidades amazónicas. Su extracción no solo puede generar ingresos significativos sino también contribuir a la conservación del medio ambiente a través del uso sostenible de los recursos naturales. La promoción adecuada y el apoyo a las prácticas tradicionales son cruciales para maximizar su potencial.

1.6.3 Desarrollo económico Internacional

El desarrollo económico se refiere a la capacidad de un país para mejorar el bienestar de sus habitantes mediante el aumento de su riqueza y la creación de oportunidades económicas. Este concepto abarca no solo el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), sino también la distribución equitativa de los ingresos y la mejora en la calidad de vida (Wikipedia, 2023). La economía del desarrollo se centra en cómo las políticas públicas pueden facilitar este proceso, promoviendo un entorno que fomente la inversión, la innovación y el empleo.

Factores que Influyen en el Desarrollo Económico:

El desarrollo económico está influenciado por una variedad de factores, incluyendo:

- Recursos Naturales: La disponibilidad y gestión de recursos naturales son cruciales para el crecimiento económico. Países ricos en recursos pueden tener ventajas competitivas si gestionan adecuadamente estos activos (CEPAL, 2023).

- Capital Humano: La educación y habilidades de la población son determinantes para aumentar la productividad y la innovación. Invertir en capital humano es esencial para lograr un desarrollo sostenible (CEPAL, 2023).

- Instituciones: La calidad de las instituciones políticas y económicas afecta directamente el entorno empresarial y la capacidad de los países para atraer inversión extranjera (Banque Mondiale, 2023).

Desafíos del Desarrollo Económico Internacional:

El desarrollo económico internacional enfrenta varios desafíos significativos:

- Desigualdad Global: A pesar del crecimiento económico en muchas regiones, las disparidades entre países desarrollados y en desarrollo siguen siendo marcadas. Se estima

que el 80% de la población mundial experimentará un crecimiento más lento que el promedio global (Banque Mondiale, 2023).

- Cambios Climáticos: Los desastres naturales relacionados con el cambio climático impactan negativamente las economías, especialmente en países vulnerables. Esto puede obstaculizar los esfuerzos para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (CEPAL, 2023).

- Fragmentación Goeconómica: Las tensiones geopolíticas y comerciales han llevado a una fragmentación de los mercados globales, lo que complica aún más el desarrollo económico internacional (Fondo Monetario Internacional [FMI], 2024).

Políticas para Promover el Desarrollo Económico:

Para fomentar un desarrollo económico inclusivo y sostenible, se requieren políticas efectivas que incluyan:

- Inversiones en Infraestructura: Mejorar la infraestructura básica es fundamental para facilitar el comercio y atraer inversiones (FMI, 2024).

- Reformas Institucionales: Fortalecer las instituciones es crucial para garantizar un entorno favorable a los negocios y proteger los derechos económicos (Wikipedia, 2023).

- Cooperación Internacional: La colaboración entre países puede facilitar el intercambio de conocimientos y recursos, permitiendo un desarrollo más equitativo (CEPAL, 2023).

El desarrollo económico internacional es un proceso complejo que requiere la interacción de múltiples factores y políticas. Si bien existen desafíos significativos, también hay oportunidades para implementar estrategias que fomenten un crecimiento inclusivo y sostenible.

El compromiso con reformas estructurales y cooperación internacional será clave para abordar las desigualdades y promover un futuro próspero.

1.6.4 Producción sostenible

La producción sostenible se refiere a un enfoque de producción que busca satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. Este concepto abarca no solo la eficiencia en el uso de recursos, sino también la minimización de impactos ambientales negativos y la promoción del bienestar social (United Nations, 2023). En este contexto, se busca un equilibrio entre el crecimiento económico, la equidad social y la protección del medio ambiente.

Principios de la Producción Sostenible:

Los principios de la producción sostenible incluyen:

- Eficiencia en el Uso de Recursos: Implica optimizar el uso de materiales y energía para reducir el desperdicio (Fondo Monetario Internacional [FMI], 2023).

- Minimización de Impactos Ambientales: Se busca reducir las emisiones contaminantes y el uso de productos químicos nocivos para proteger los ecosistemas (United Nations, 2023).

- Responsabilidad Social: La producción debe considerar el bienestar de los trabajadores y las comunidades locales, asegurando condiciones laborales justas y promoviendo el desarrollo comunitario (CEPAL, 2023).

Importancia de la Producción Sostenible:

La producción sostenible es crucial para enfrentar desafíos globales como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la desigualdad social. Según la CEPAL (2023), adoptar prácticas sostenibles puede contribuir a un crecimiento económico inclusivo y resiliente, al

tiempo que se protege el medio ambiente. Además, fomenta la innovación y mejora la competitividad en un mercado cada vez más consciente del impacto ambiental.

Estrategias para Implementar Producción Sostenible:

Para implementar prácticas de producción sostenible, se pueden considerar diversas estrategias:

- Incorporación de Tecnologías Limpias: Adoptar tecnologías que reduzcan el consumo energético y los residuos generados durante el proceso productivo (FMI, 2023).
- Certificaciones Ecológicas: Obtener certificaciones que validen prácticas sostenibles puede abrir mercados y mejorar la reputación empresarial (United Nations, 2023).
- Educación y Capacitación: Fomentar la capacitación en prácticas sostenibles entre los trabajadores y las comunidades es fundamental para asegurar su éxito (CEPAL, 2023).

Desafíos en la Producción Sostenible:

A pesar de sus beneficios, la producción sostenible enfrenta varios desafíos:

- Costos Iniciales Elevados: La implementación de tecnologías limpias y prácticas sostenibles puede requerir inversiones significativas que algunas empresas no pueden afrontar (FMI, 2023).
- Resistencia al Cambio: Las organizaciones pueden mostrar resistencia a modificar sus procesos tradicionales debido a la falta de información o temor a perder competitividad (United Nations, 2023).

- Falta de Políticas Públicas: En muchos países, las políticas que fomentan prácticas sostenibles son insuficientes o inexistentes, lo que limita su adopción generalizada (CEPAL, 2023).

La producción sostenible es esencial para garantizar un desarrollo económico que respete los límites del planeta. A través de la adopción de prácticas responsables y eficientes, es posible fomentar un crecimiento inclusivo que beneficie tanto a las generaciones presentes como futuras. La colaboración entre gobiernos, empresas y comunidades será clave para superar los desafíos actuales y avanzar hacia un futuro más sostenible.

1.6.5 Comercialización de productos naturales

Los productos naturales son aquellos que se obtienen directamente de la naturaleza y no han sido alterados químicamente. Esto incluye alimentos, suplementos, cosméticos y remedios medicinales que utilizan ingredientes derivados de plantas, animales o minerales (Agrojusto, 2023). La creciente conciencia sobre la salud y el bienestar ha impulsado la demanda de estos productos, lo que ha llevado a un aumento significativo en su comercialización a nivel global.

Tendencias en la Comercialización de Productos Naturales:

La comercialización de productos naturales ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años. Según New Hope Network (2020), las ventas de productos orgánicos y naturales están proyectadas para crecer un 9.5% anual, alcanzando los \$252,000 millones en 2020. Este aumento se debe a un cambio en las preferencias del consumidor hacia productos más saludables y sostenibles, especialmente en el contexto de la pandemia de COVID-19, donde la salud personal se convirtió en una prioridad (Mundo Expo Pack, 2020).

Canales de Distribución:

Los canales de distribución para productos naturales son variados e incluyen supermercados, tiendas especializadas, ventas directas y comercio electrónico. En Europa, por ejemplo, los supermercados han comenzado a abrir secciones dedicadas exclusivamente a productos orgánicos, mientras que las tiendas especializadas siguen siendo importantes para el mercado (LegisComex, 2023). La venta directa permite a los productores tener un mayor control sobre su comercialización y establecer relaciones más cercanas con los consumidores (CBI, 2023).

Estrategias de Marketing para Productos Naturales:

Para comercializar productos naturales efectivamente, es crucial desarrollar estrategias de marketing que resalten sus beneficios. El marketing natural se centra en crear conexiones auténticas con los consumidores al enfatizar la propuesta de valor del producto (Hayas Marketing, 2023). Las empresas deben comunicar claramente cómo sus productos benefician no solo la salud del consumidor sino también el bienestar del planeta.

Desafíos en la Comercialización:

A pesar del crecimiento en la demanda, existen desafíos significativos en la comercialización de productos naturales. La competencia con productos convencionales puede ser intensa debido a las diferencias en precios y disponibilidad (INIA, 2023). Además, el desconocimiento por parte del consumidor sobre los beneficios de los productos naturales puede limitar su adopción. Por lo tanto, es fundamental invertir en educación y promoción para aumentar la conciencia sobre estos productos.

La comercialización de productos naturales está en auge y representa una oportunidad significativa para emprendedores y empresas que buscan alinearse con las tendencias actuales

hacia un consumo más saludable y sostenible. A medida que los consumidores continúan priorizando su salud y el medio ambiente, las estrategias efectivas de marketing y distribución serán clave para capitalizar este crecimiento.

1.6.6 Cadena de valor

La cadena de valor es un concepto teórico que describe cómo las actividades de una empresa se organizan para crear valor para el cliente. Introducido por Michael E. Porter en 1985, este modelo permite a las empresas identificar las actividades que generan ventajas competitivas y optimizar sus procesos para mejorar la eficiencia y la rentabilidad (Porter, 1985). En esencia, la cadena de valor se compone de una serie de "eslabones" que van desde la obtención de materias primas hasta la entrega del producto final al consumidor (Gobierno de México, 2023).

Actividades Primarias y de Apoyo:

La cadena de valor se divide en dos tipos de actividades: actividades primarias y actividades de apoyo. Las actividades primarias incluyen:

- Logística interna: Recepción y almacenamiento de materias primas.
- Operaciones: Transformación de materias primas en productos finales.
- Logística externa: Distribución del producto terminado al consumidor.
- Marketing y ventas: Estrategias para promocionar y vender el producto.
- **Servicios: Actividades post-venta que aseguran la satisfacción del cliente

(Economipedia, 2023).

Las actividades de apoyo abarcan la gestión de recursos humanos, la infraestructura organizacional, el desarrollo tecnológico y las compras, que son esenciales para facilitar las actividades primarias (Gobierno de México, 2023).

Importancia de la Cadena de Valor:

El análisis de la cadena de valor es crucial para mejorar la competitividad empresarial. Permite a las organizaciones identificar áreas donde pueden reducir costos y diferenciarse en el mercado (Zendesk, 2023). Al optimizar cada etapa del proceso, las empresas pueden aumentar su eficiencia operativa y ofrecer productos o servicios de mayor calidad, lo que se traduce en una ventaja competitiva sostenible (ISDI, 2023).

Ejemplos Prácticos:

Empresas como Apple y Amazon han implementado con éxito el concepto de cadena de valor para maximizar su rendimiento. Por ejemplo, Apple se centra en el diseño innovador y la calidad del producto, mientras que Amazon optimiza su logística para ofrecer un servicio al cliente excepcional (Boardmix, 2023). Estos ejemplos demuestran cómo una adecuada gestión de la cadena de valor puede resultar en un crecimiento significativo y en una posición dominante en el mercado.

Desafíos en la Implementación:

A pesar de sus beneficios, implementar un análisis efectivo de la cadena de valor puede presentar desafíos. Las empresas deben estar dispuestas a invertir tiempo y recursos en evaluar cada actividad y realizar mejoras continuas (Soluciones Empresariales, 2023). Además, es fundamental contar con un liderazgo comprometido que impulse cambios estratégicos basados en los hallazgos del análisis.

La cadena de valor es una herramienta esencial para cualquier empresa que busque mejorar su competitividad y eficiencia. Al desglosar sus actividades en componentes más manejables, las organizaciones pueden identificar oportunidades para agregar valor y reducir costos. La implementación efectiva del análisis de la cadena de valor no solo mejora la rentabilidad sino que también fortalece la posición competitiva en el mercado.

1.6.7 Sostenibilidad ambiental

La sostenibilidad ambiental se define como la capacidad de satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas. Este concepto implica un equilibrio entre el desarrollo económico, social y la protección del medio ambiente (Universidad Europea, 2023). La sostenibilidad ambiental busca promover un desarrollo que no degrade el entorno natural y que fomente el uso responsable de los recursos naturales.

Importancia de la Sostenibilidad Ambiental:

La sostenibilidad ambiental es crucial en un mundo donde el crecimiento económico ha dejado una huella negativa en el medio ambiente. La contaminación, la pérdida de biodiversidad y el cambio climático son solo algunas de las consecuencias del desarrollo industrial desmedido (Fundación Wiese, 2023). Adoptar prácticas sostenibles no solo ayuda a mitigar estos impactos, sino que también promueve una mejor calidad de vida y bienestar social.

Principios de la Sostenibilidad Ambiental:

Los principios fundamentales de la sostenibilidad ambiental incluyen:

- Cuidado del Agua: La gestión eficiente y responsable del agua es esencial, especialmente en áreas donde este recurso es escaso (Fundación Wiese, 2023).
- Uso de Energías Renovables: Fomentar el uso de fuentes de energía limpias, como la solar y eólica, es vital para reducir la dependencia de combustibles fósiles (Coca-Cola FEMSA, 2023).
- Reciclaje y Economía Circular: Implementar prácticas de reciclaje y reutilización contribuye a disminuir la generación de residuos y a conservar los recursos naturales (Universidad Europea, 2023).

Desafíos en la Implementación:

A pesar de su importancia, la implementación de prácticas sostenibles enfrenta varios desafíos. La falta de conciencia sobre el impacto ambiental de las actividades humanas y la resistencia al cambio son barreras significativas (MAPFRE, 2023). Además, muchas empresas aún priorizan las ganancias a corto plazo sobre la sostenibilidad a largo plazo, lo que dificulta la adopción generalizada de prácticas responsables.

Beneficios de la Sostenibilidad Ambiental:

La adopción de prácticas sostenibles ofrece múltiples beneficios tanto para las empresas como para la sociedad en general. Las organizaciones que implementan medidas sostenibles no solo mejoran su imagen y reputación, sino que también pueden reducir costos operativos a largo plazo (ZoomWorkers, 2023). Además, fomentar una cultura de sostenibilidad puede aumentar la lealtad del cliente y abrir nuevas oportunidades en mercados emergentes.

La sostenibilidad ambiental es un imperativo en el contexto actual, donde los desafíos ambientales son cada vez más evidentes. Adoptar un enfoque sostenible no solo beneficia al medio ambiente, sino que también promueve un desarrollo económico inclusivo y resiliente. Es fundamental que tanto individuos como organizaciones asuman un compromiso activo hacia prácticas que protejan nuestro planeta para las generaciones futuras.

1.6.8 Creación de Empresa

La creación de empresas se refiere al proceso de establecer una nueva entidad comercial con el objetivo de ofrecer bienes o servicios y generar ingresos. Este proceso implica una serie de pasos que van desde la concepción de la idea hasta la formalización legal y operativa del negocio (HubSpot, 2023). La creación de una empresa no solo requiere una idea innovadora,

sino también un plan estratégico que contemple los recursos necesarios, el mercado objetivo y las proyecciones financieras.

Pasos para Crear una Empresa:

Crear una empresa implica seguir un conjunto de pasos esenciales:

- Desarrollo de la Idea y Plan de Negocios: El primer paso es formular una idea clara y desarrollar un plan de negocios que incluya un análisis del mercado, la competencia, y una estrategia financiera (Cámara de Comercio, 2023).

- Elección de la Estructura Legal: Es fundamental seleccionar la forma jurídica adecuada para el negocio, ya sea como autónomo, sociedad limitada o anónima, ya que esto influye en aspectos fiscales y legales (Aula CM, 2023).

- Registro Legal: Una vez definida la estructura, se debe registrar la empresa en el registro mercantil correspondiente y obtener el Número de Identificación Fiscal (NIF) (HubSpot, 2023).

Importancia del Plan de Negocios:

Un plan de negocios es crucial para guiar el desarrollo inicial y futuro del emprendimiento. Este documento no solo ayuda a clarificar la visión y misión del negocio, sino que también es fundamental para atraer inversores y obtener financiamiento (Cámara de Comercio, 2023). Un plan bien estructurado incluye un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades), lo cual permite identificar los riesgos y oportunidades del mercado.

Desafíos en la Creación de Empresas:

Los emprendedores enfrentan varios desafíos al iniciar un negocio. Uno de los principales obstáculos es la falta de capital inicial, que puede limitar las posibilidades de crecimiento (Cámara de Comercio, 2023). Además, la burocracia asociada al registro legal y

cumplimiento normativo puede ser complicada y consumir tiempo valioso. La competencia en el mercado también representa un desafío significativo, especialmente para nuevos entrantes sin reconocimiento previo.

Estrategias para el Éxito Empresarial:

Para aumentar las probabilidades de éxito al crear una empresa, es recomendable implementar diversas estrategias:

- Investigación de Mercado: Realizar un estudio exhaustivo del mercado objetivo ayuda a entender mejor las necesidades del cliente y a posicionar adecuadamente el producto o servicio (Aula CM, 2023).

- Redes de Contacto: Establecer conexiones con otros empresarios y profesionales puede abrir puertas a oportunidades comerciales y colaboraciones (HubSpot, 2023).

- Adaptabilidad: Estar dispuesto a ajustar el modelo de negocio según las condiciones del mercado es esencial para sobrevivir en un entorno competitivo (Cámara de Comercio, 2023).

La creación de empresas es un proceso complejo que requiere planificación cuidadosa y ejecución estratégica. A pesar de los desafíos que enfrentan los emprendedores, con una buena preparación y un enfoque proactivo, es posible establecer un negocio exitoso. La implementación efectiva de un plan de negocios sólido, junto con una comprensión clara del mercado y la competencia, son claves para alcanzar el éxito empresarial.

1.7. Metodología

1.7.1 Tipo de Investigación

Este proyecto emplea una investigación analítica, descriptiva y propositiva. La investigación analítica permite descomponer y entender cada componente del proceso de producción de aceite de Motacú. La investigación descriptiva facilita la caracterización del contexto actual del mercado, mientras que la investigación propositiva se enfoca en plantear soluciones viables para implementar una PyME en la comunidad de Las Piedras.

1.7.2. Diseño de Investigación

El diseño de investigación es pre-experimental, adecuado para este estudio, ya que permite observar los efectos de la implementación de técnicas y procesos específicos en la producción y comercialización del aceite de Motacú. Este diseño facilita la evaluación preliminar de las estrategias planteadas sin la necesidad de un control riguroso de todas las variables externas.

1.7.3. Enfoque

Enfoque Mixto: Se utilizará un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. Esto permitirá obtener una comprensión integral del contexto en el que se desarrollará la Pyme. Los métodos cuantitativos ayudarán a obtener datos numéricos sobre el mercado, mientras que los métodos cualitativos proporcionarán información sobre las percepciones y experiencias de los productores y consumidores en la comunidad.

1.7.4. Método

Método Inductivo: Se aplicará un método inductivo para el análisis de los datos recopilados. Este enfoque permitirá construir conclusiones generales a partir de observaciones y

datos específicos obtenidos a lo largo del proceso de investigación, como la aceptación del producto en el mercado y las experiencias de los productores locales.

Método Analítico: Descompone el proceso de producción en sus componentes clave, facilitando la evaluación detallada de cada etapa, desde la recolección del Motacú hasta la venta del producto final.

Método Sintético: Utilizado para integrar y organizar la información obtenida en un plan de acción coherente, que pueda ser aplicado en la creación de la PyME.

1.7.5. Técnicas e Instrumentos de Investigación

1.7.5.1. Técnicas

Técnicas Cuantitativas:

Encuestas: Se diseñó encuestas estructuradas para recoger datos sobre la demanda del aceite de Motacú, precios, preferencias de los consumidores y características demográficas. Esta técnica permitirá obtener información estadística que respalde la viabilidad del proyecto, dirigido a los habitantes de la Comunidad Las Piedras

Técnicas Cualitativas:

Entrevistas en Profundidad: Se llevó a cabo entrevistas con productores locales, consumidores y expertos en el área para comprender mejor el contexto, las oportunidades y los desafíos de la producción y comercialización del aceite de Motacú. Las entrevistas permitirán obtener información detallada y matizada que no se puede capturar a través de encuestas, dirigido a los habitantes de la Comunidad Las Piedras.

Observación: La observación directa de las prácticas de recolección y producción de Motacú aporta información práctica y contextual sobre los procesos actuales, dirigido a los habitantes de la Comunidad Las Piedras.

1.7.5.2. Instrumentos

Instrumentos Cuantitativos:

Cuestionario de Encuesta: Se elaboró un cuestionario estructurado que contendrá preguntas cerradas y escalas de evaluación, permitiendo la recolección de datos de manera sistemática y cuantificable, dirigido a los habitantes de la Comunidad Las Piedras.

Instrumentos Cualitativos:

Guía de Entrevista: Se desarrolló una guía de entrevistas que incluya preguntas abiertas, diseñadas para explorar temas relevantes en profundidad, como las percepciones sobre el Motacú, el interés en productos locales y las expectativas sobre la Pyme dirigido a los habitantes de la Comunidad Las Piedras.

Registro de Observación: Una herramienta estructurada para documentar observaciones clave en el proceso de recolección y producción del Motacú, ayudando a identificar áreas de mejora, dirigido a personas que conocen la fruta de motacú.

1.7.6 Población y Muestra

Población: La población del estudio está conformada por todos los habitantes adultos de la Comunidad Las Piedras. Esta comunidad, ubicada en el municipio de Puerto Gonzalo Moreno, 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 aleatoria simple de 50 personas adultas de la Comunidad Las Piedras. 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 Las Piedras.
- Disponibilidad y disposición para participar en la encuesta y entrevistas.

Criterios de exclusión:

- Personas menores de 18 años.
- No residentes de la Comunidad Las Piedras.
- Falta de disponibilidad o negativa a participar en el estudio.

.Para la recolección de datos, se seleccionará una muestra de 50 personas de manera aleatoria, lo que garantizará que se reflejen diversas opiniones y experiencias de los habitantes de la comunidad. La selección aleatoria permitirá que todos los miembros de la población tengan la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra, lo que aumenta la validez y confiabilidad de los resultados.

1.9 Resultados de la Encuesta

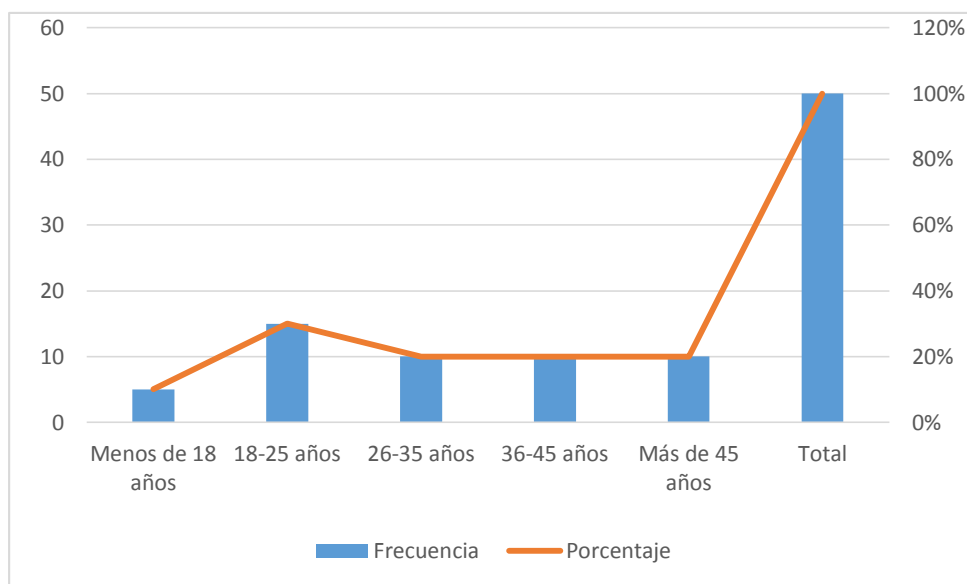
Número de encuestados: 50

Lugar: Comunidad Las Piedras, Municipio de Gonzalo Moreno

1. Información General

Grafico 1

¿Cuál Es Su Edad?

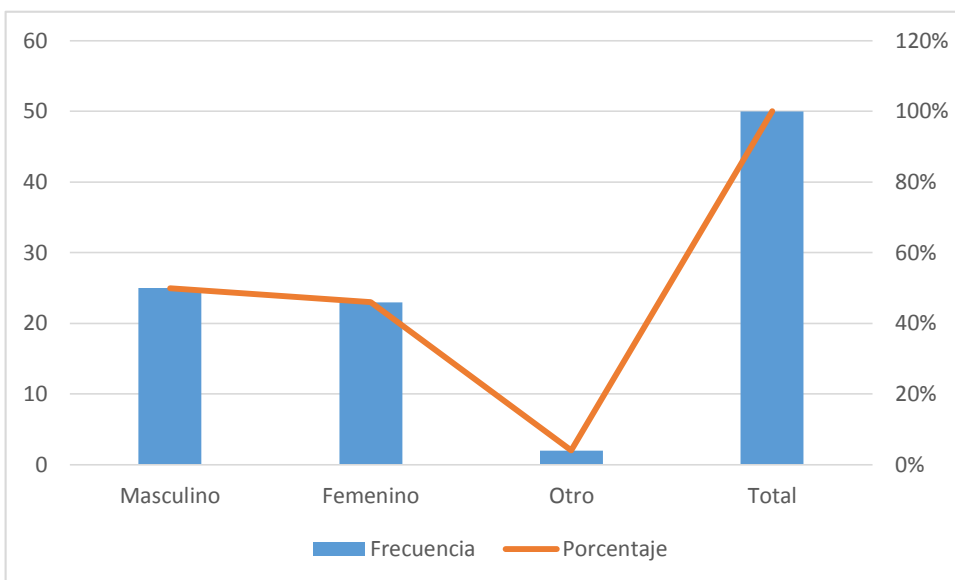


Fuente: Elaboración propia

Análisis E Interpretación: La mayoría de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 18 a 25 años (30%), lo que indica que los jóvenes son una parte significativa de la población de la comunidad. Esta información es relevante para dirigir campañas de concienciación y marketing hacia este grupo demográfico.

Grafico 2

Género

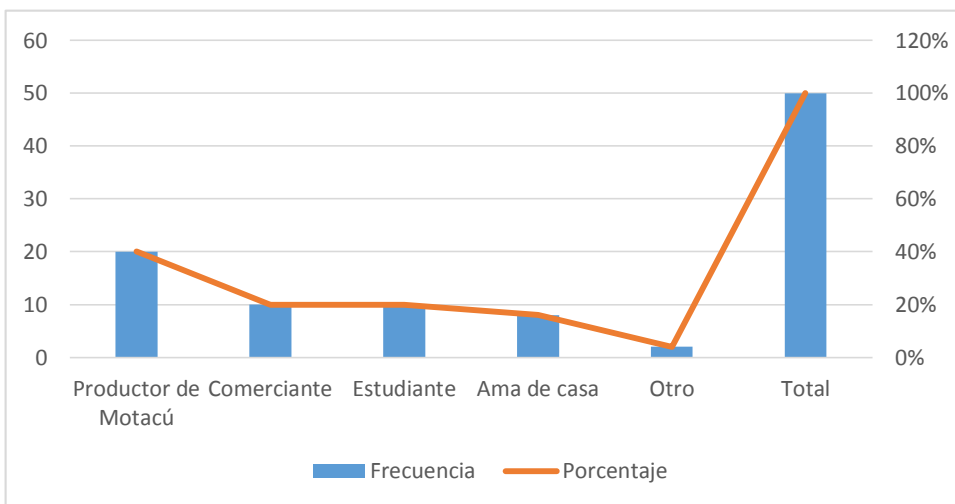


Fuente: Elaboración propia

Análisis E Interpretación: La distribución por género es bastante equilibrada, con un 50% de hombres y un 46% de mujeres, lo que sugiere que tanto hombres como mujeres tienen un interés similar en el aceite de Motacú. Esto podría ser útil para el posicionamiento del producto en el mercado.

Grafico 3

¿Cuál Es Su Ocupación Actual?



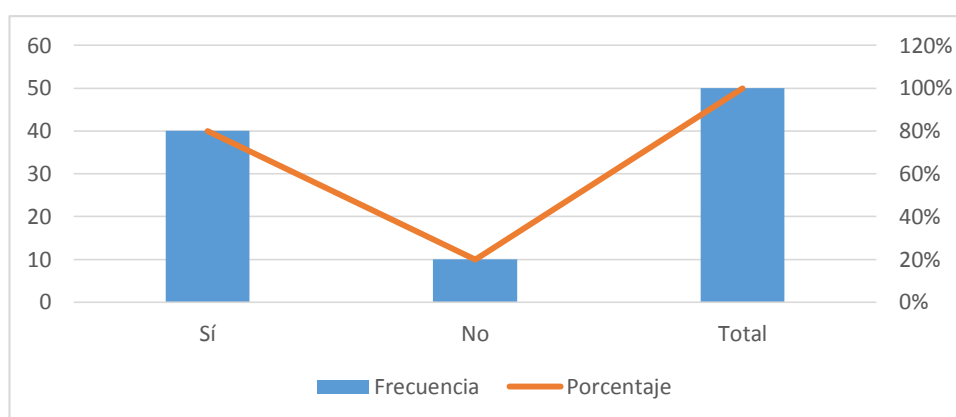
Fuente: Elaboración propia

Análisis E Interpretación: Un 40% de los encuestados son productores de Motacú, lo que indica que la creación de una Pyme puede generar un impacto positivo directo en este grupo. Además, la presencia de estudiantes sugiere una oportunidad para involucrar a la comunidad joven en el desarrollo de productos locales.

2. Conocimiento y Consumo del Aceite de Motacú

Grafico 4

Conocimiento Del Aceite De Motacú

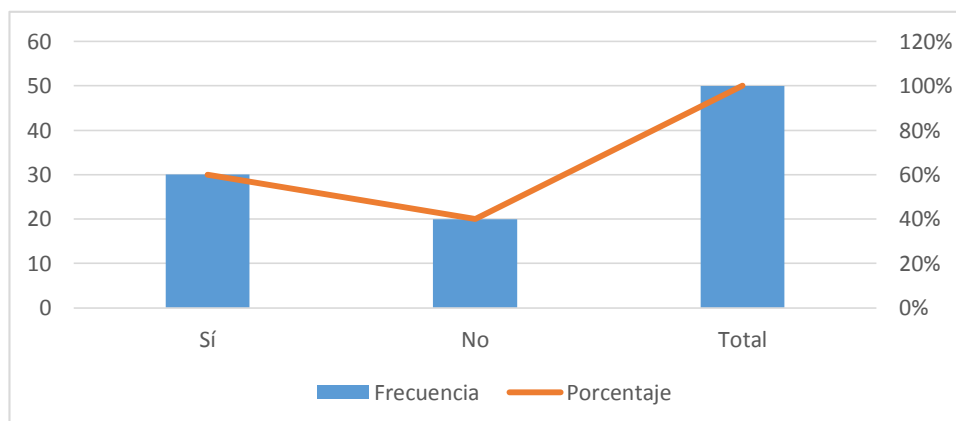


Fuente: Elaboración propia

Análisis E Interpretación: Un 80% de los encuestados conoce el aceite de Motacú, lo que indica una buena base de reconocimiento del producto. Esto sugiere que hay una oportunidad para comercializarlo y expandir su consumo en la comunidad.

Grafico 5

Consumo De Aceite De Motacú En El Último Año

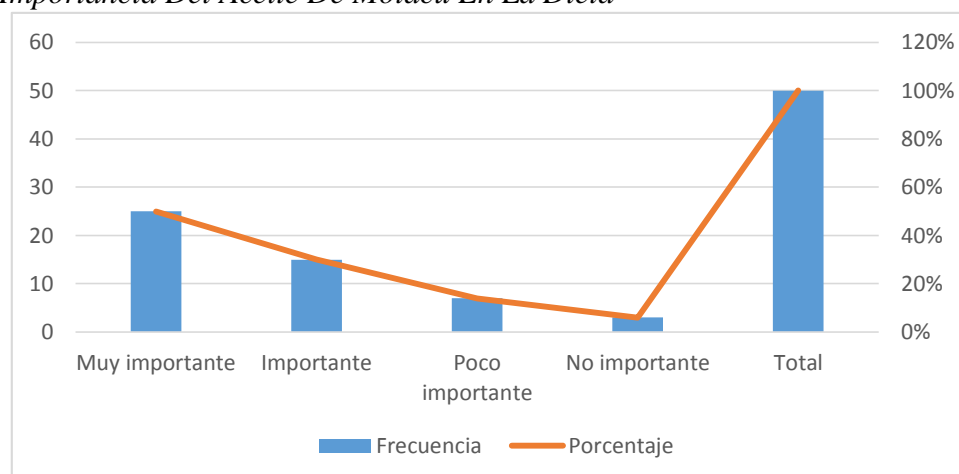


Fuente: Elaboración propia

Análisis E Interpretación: El 60% de los encuestados ha consumido aceite de Motacú en el último año, lo que indica una demanda potencial en el mercado. Sin embargo, hay un 40% que no lo ha consumido, lo que representa una oportunidad para aumentar el conocimiento y consumo del producto.

Grafico 6

Importancia Del Aceite De Motacú En La Dieta

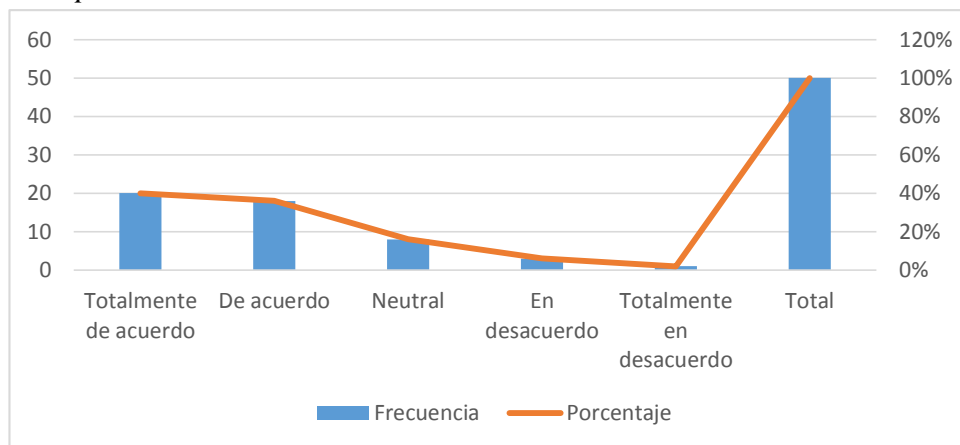


Fuente: Elaboración propia

Análisis E Interpretación: La mitad de los encuestados considera que el aceite de Motacú es muy importante en su dieta, lo que sugiere que tiene un valor significativo en su alimentación. Esto podría ser un punto clave para resaltar en estrategias de marketing y promoción del producto.

Grafico 7

Percepción Sobre La Producción De Aceite De Motacú

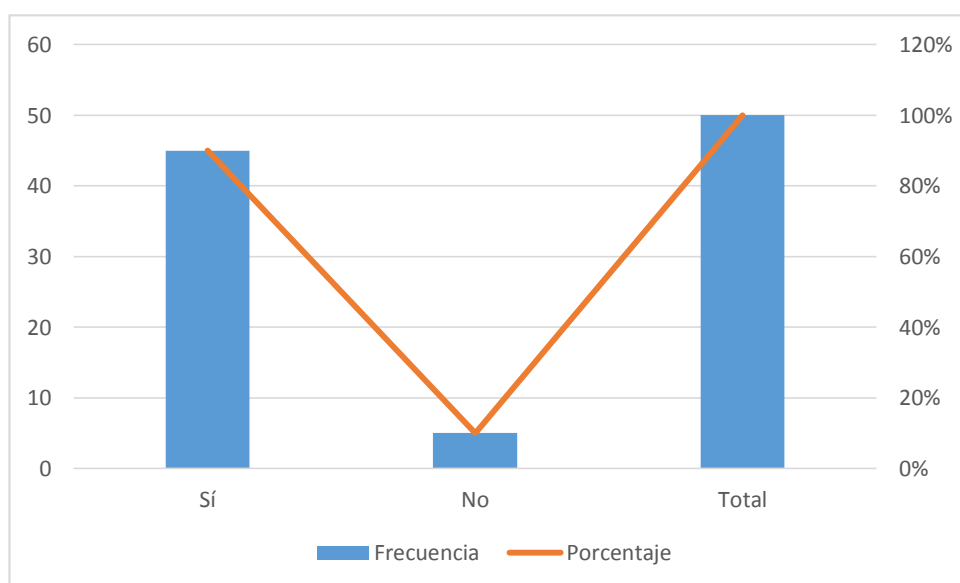


Fuente: Elaboración propia

Análisis E Interpretación: Un 76% de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la producción de aceite de Motacú puede mejorar la economía local. Este resultado refuerza la idea de que la creación de la Pyme tiene el potencial de generar un impacto positivo en la comunidad.

Grafico 8

Disposición A Comprar Aceite De Motacú Localmente



Fuente: Elaboración propia

Análisis E Interpretación: Un impresionante 90% de los encuestados está dispuesto a comprar aceite de Motacú producido localmente. Este hallazgo sugiere que hay un mercado receptivo para el producto y que se pueden implementar estrategias de marketing efectivas que apelen al sentido de comunidad y apoyo a la economía local.

1.10 Resultados de la Entrevistas

Lugar: Comunidad Las Piedras, Municipio de Gonzalo Moreno

Resultados de la Entrevista sobre la Producción y Comercialización del Aceite de Motacú

Entrevistado: Persona 1

Ocupación: Productor de Motacú

1. Contexto de Producción

Descripción del proceso de producción: La persona menciona que la producción de aceite de Motacú inicia con la recolección de las semillas de la planta de Motacú, que se realiza en el período de cosecha. Luego, las semillas son secadas al sol y procesadas en un molino artesanal. Finalmente, el aceite se extrae mediante un prensado en frío.

Desafíos enfrentados: Los principales desafíos incluyen la falta de acceso a tecnología moderna para mejorar el proceso de extracción, la competencia con aceites de origen industrial y la fluctuación en los precios del mercado.

Recursos importantes: Resalta que el conocimiento local sobre el cultivo y la cosecha del Motacú es fundamental, así como la colaboración entre productores para compartir experiencias y mejorar técnicas.

2. Mercado y Comercialización

Demanda de aceite de Motacú: La persona indica que la demanda ha crecido en los últimos años, especialmente entre consumidores interesados en productos naturales y saludables. Sin embargo, la mayoría de la producción sigue siendo local y no alcanza mercados más amplios.

Canales de distribución: Comenta que actualmente comercializa su producto en ferias locales, tiendas de alimentos saludables y directamente a consumidores a través de redes sociales.

Estrategias de marketing: Sugiere que el uso de redes sociales y ferias locales ha sido efectivo, pero destaca que necesita mayor apoyo en marketing para llegar a un público más amplio.

3. Percepción del Consumidor

Opiniones de los consumidores: La persona cree que los consumidores valoran el aceite de Motacú por sus propiedades saludables y su origen natural. Sin embargo, algunos no están dispuestos a pagar un precio más alto que el de los aceites convencionales.

Tendencias en el consumo: Observa que hay un aumento en el interés por productos orgánicos y locales, lo que beneficia a la producción de aceite de Motacú.

4. Oportunidades y Futuro

Oportunidades de crecimiento: La persona identifica la posibilidad de expandir la producción y comercialización a mercados fuera de la región, así como la creación de marcas que representen la calidad y autenticidad del aceite de Motacú.

Áreas de mejora: Sugiere que mejorar el proceso de extracción mediante la adopción de tecnologías adecuadas y la creación de cooperativas de productores podrían aumentar la competitividad.

5. Comentarios Adicionales

Conclusiones: La persona enfatiza la importancia de la educación y capacitación de los productores sobre técnicas de cultivo y marketing, así como la necesidad de apoyo gubernamental para fomentar la producción sostenible del aceite de Motacú.

Análisis e Interpretación de Resultados:

Los resultados de la entrevista con una persona anónima revelan una visión positiva sobre el potencial del aceite de Motacú, pero también destacan desafíos significativos que deben abordarse para maximizar su impacto en el mercado. La percepción favorable de los consumidores hacia productos naturales representa una oportunidad, pero la falta de acceso a tecnología y recursos de marketing limita el crecimiento. La colaboración entre productores y el apoyo institucional son clave para enfrentar estos desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado.

1.11 Resultados de la Observación

Lugar de Observación: Comunidad Las Piedras, Municipio Puerto Gonzalo Moreno

Tabla 1

Resultados De La Observación

| Etapa | Aspecto Observado | Descripción de la Observación | Fortalezas Detectadas | Áreas de mejora |
|----------------|---------------------------------|---|--|--|
| 1. Recolección | Técnica de recolección | Los recolectores utilizan técnicas tradicionales, cuidadosas y respetuosas con las palmeras. | Preservación de palmeras y métodos sostenibles de recolección. | Incorporar técnicas que permitan aumentar la eficiencia sin dañar las plantas. |
| | Estado de las palmeras y frutos | Las palmeras presentan buen estado; los frutos son recolectados en el punto óptimo de maduración. | Salud y conservación del recurso natural. | Considere monitoreo más frecuente para identificar palmeras listas para cosecha. |
| | Frecuencia de recolección | Se realiza recolección mensual; permite descanso de las palmeras y | Practica sostenible y respetuosa con el ciclo de las palmeras. | Ajustar frecuencia según la demanda de producción. |

| | | | | |
|--------------------------|-----------------------------------|---|---|--|
| | | regeneración natural. | | |
| | Cantidad de frutos recolectados | Aproximadamente 50 kg por recolección, cubriendo las necesidades actuales de producción. | Suficiente para producción a pequeña escala. | Aumentar la capacidad de recolección en temporadas de mayor demanda. |
| 2. Almacenamiento | Condiciones de almacenamiento | Almacén ventilado y protegido de contaminantes exteriores. | Espacio adecuado y seguro para insumos. | Mejorar el control de temperatura y humedad. |
| | Tiempo de almacenamiento | Frutos almacenados por un máximo de 3 días antes de su procesamiento. | Mantiene la frescura de los insumos. | Reduzca el tiempo de almacenamiento en días calurosos. |
| | Control de temperatura y humedad | Mando manual limitado; sin monitoreo continuo. | Instalaciones básicas adecuadas. | Implementar control automático para mantener condiciones óptimas. |
| 3. Proceso de extracción | Técnica de extracción | Uso de técnicas tradicionales de prensado; extrae la mayor cantidad de aceite posible. | Permite conservar el sabor y la calidad natural del aceite. | Considere el uso de equipos modernos para mayor eficiencia. |
| | Equipos y herramientas utilizadas | Herramientas de prensado manual en buenas condiciones, pero requieren mantenimiento. | Equipos funcionales y fáciles de operar. | Establecer un programa de mantenimiento regular para los equipos. |
| | Condiciones de higiene | Se siguen medidas básicas de higiene, pero falta capacitación para mejorar las prácticas. | Compromiso con prácticas sanitarias. | Capacitar al personal en prácticas de higiene y control de calidad. |
| 4. Envasado | Procedimiento de envasado | Aceite envasado en botellas de vidrio reciclado, | Método económico y ecológico de envasado. | Explorar opciones de envasado que |

| | | | |
|---|--|---|---|
| | limpio y esterilizado. | | preserven mejor el producto. Evaluar la posibilidad de utilizar envases más ligeros para reducir costos de transporte. |
| Material del envase | Vidrio resistente, adecuado para la conservación. | Material adecuado para preservar la calidad. | |
| Etiquetado y almacenamiento de producto | Etiquetas impresas de forma artesanal; Almacén limpio y ordenado. | Identificación clara y almacenamiento adecuado. | Mejorar la presentación del producto para atraer consumidores. |

Nota: Fuente propia

Resumen de Fortalezas y Áreas de Mejora

Fortalezas:

- Sostenibilidad en técnicas de recolección y frecuencia.
- Espacio de almacenamiento seguro y adecuado para conservar la calidad de los insumos.
- Método de extracción que permite conservar el sabor y calidad del aceite.
- Uso de envases de vidrio reciclado, contribuyendo a la sostenibilidad y ahorro de costos.

Áreas de mejora:

- Implementar técnicas de recolección y almacenamiento más eficientes en función de la demanda.
- Mejorar las condiciones de control de temperatura y humedad en almacenamiento.
- Introducir un programa de mantenimiento para equipos y capacitación en prácticas de higiene.

- Evaluar alternativas de envasado que ayuden a mejorar la presentación y conservación del aceite.

Estos resultados proporcionan una visión clara de la situación actual y resaltan las oportunidades de mejora en cada fase de producción, lo cual permitirá optimizar el proceso de manera eficiente y sostenible.

CAPITULO II

2.1. Definición del Negocio

Naturaleza de la empresa: La creación de la PyME productora de aceite de Motacú en la comunidad Las Piedras, Municipio Puerto Gonzalo Moreno, se orienta hacia el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales de la región. La empresa se dedicará a la producción, comercialización y distribución de aceite de Motacú, un producto reconocido por sus propiedades nutricionales y beneficios para la salud. La iniciativa busca no solo generar ingresos, sino también contribuir al desarrollo económico de la comunidad y fomentar prácticas sostenibles en la producción.

Concepto de negocio: El negocio se basa en la producción de aceite de Motacú de alta calidad, utilizando métodos de extracción artesanal que garantizan la preservación de sus propiedades naturales. La empresa se posicionará como un productor local que ofrece un producto único, atractivo tanto para el mercado local como para consumidores interesados en productos saludables y sostenibles. Además, se contempla la diversificación del portafolio de productos a partir del aceite de Motacú, creando oportunidades para nuevos productos derivados.

El producto y su generación de valor: El aceite de Motacú se caracteriza por ser un producto natural, rico en nutrientes y con propiedades beneficiosas para la salud, como ácidos grasos insaturados y antioxidantes. La generación de valor se centra en la calidad del producto, la sostenibilidad en su producción y la conexión con los consumidores a través de su historia y origen local. Se buscará diferenciar el aceite de Motacú en el mercado resaltando sus características únicas y el impacto positivo que genera en la comunidad.

Misión: Producir y comercializar aceite de Motacú de alta calidad, promoviendo prácticas sostenibles que beneficien a la comunidad de Las Piedras, mientras se satisface la demanda de consumidores que valoran productos naturales y saludables.

Visión: Ser reconocidos como la principal empresa productora de aceite de Motacú en la región, destacando por la calidad de nuestros productos y nuestra contribución al desarrollo sostenible y económico de la comunidad.

a) Valores:

- Sostenibilidad: Compromiso con prácticas que respeten el medio ambiente y promuevan el desarrollo social.
- Calidad: Búsqueda constante de la excelencia en la producción y comercialización de nuestros productos.
- Transparencia: Fomentar relaciones honestas y abiertas con nuestros clientes y la comunidad.
- Innovación: Estar siempre abiertos a nuevas ideas y mejoras en nuestros procesos y productos.

b) Claves de gestión:

- Capacitación continua del personal en técnicas de producción sostenible y marketing.
- Establecimiento de alianzas estratégicas con otros productores y organizaciones locales.
- Implementación de estrategias de marketing efectivas que resalten la autenticidad y beneficios del aceite de Motacú.

- Evaluación y adaptación constante de procesos para garantizar la calidad y sostenibilidad del producto.

Estrategia competitiva: La estrategia competitiva se centrará en la diferenciación del producto, destacando sus características únicas y beneficios para la salud. Se implementarán acciones de marketing que resalten el origen local, la calidad y la sostenibilidad del aceite de Motacú. Además, se buscará construir una marca fuerte que conecte emocionalmente con los consumidores a través de historias de la comunidad y el proceso de producción. La participación en ferias locales y el uso de redes sociales serán fundamentales para aumentar la visibilidad y la demanda del producto.

2.2 Mercado

2.2.1 Producto Mercadotécnico

Producto Mercadotécnico: El aceite de Motacú se presenta como un producto mercadotécnico que busca satisfacer las necesidades y deseos de un segmento de consumidores específicos que valoran los productos naturales y saludables. Este producto se comercializará no solo por su calidad, sino también por sus beneficios nutricionales, su origen sostenible y el impacto positivo que tiene en la comunidad productora.

Consumidor Específico: El consumidor específico para el aceite de Motacú incluye a:

- a) Consumidores de productos saludables:

Personas interesadas en mantener una dieta equilibrada y saludable, que buscan alternativas naturales y orgánicas a los aceites convencionales. Este grupo incluye a aquellos que están al tanto de las propiedades beneficiosas del aceite de Motacú, como su alto contenido en ácidos grasos insaturados y antioxidantes.

b) Consumidores locales:

Residentes de la comunidad Las Piedras y zonas aledañas que valoran el apoyo a la economía local y prefieren productos de origen regional. Estos consumidores suelen estar más dispuestos a pagar un precio premium por productos que beneficien a su comunidad.

c) Adeptos a tendencias de consumo consciente:

Personas que buscan productos sostenibles y responsables, es decir, aquellos que consideran el impacto ambiental y social de sus compras. Este grupo está interesado en conocer el proceso de producción y las prácticas éticas detrás de los productos que eligen.

Satisfacción de Necesidades y/o Deseos: El aceite de Motacú busca satisfacer diversas necesidades y deseos de los consumidores, tales como:

Salud y Bienestar: El aceite de Motacú proporciona una opción saludable para el consumo diario, promoviendo una alimentación equilibrada y beneficios para la salud. Esto incluye su uso en la cocina, donde se puede utilizar para aderezos, frituras y otros métodos de preparación.

Conexión Cultural: Para muchos consumidores, el aceite de Motacú representa una conexión con sus raíces y tradiciones culinarias. Satisfacer este deseo de autenticidad cultural es fundamental para crear una relación emocional con el producto.

Apoyo a la Comunidad: Al elegir el aceite de Motacú, los consumidores satisfacen su deseo de contribuir al desarrollo económico de la comunidad productora, apoyando prácticas de comercio justo y sostenibles.

Sostenibilidad: Los consumidores cada vez más conscientes buscan productos que no solo sean saludables, sino que también sean producidos de manera sostenible. El aceite de

Motacú, con su enfoque en prácticas de producción responsables, responde a esta necesidad de consumir de manera consciente.

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

Potencial de Mercado: El mercado para el aceite de Motacú presenta un alto potencial, tanto a nivel local como regional. La creciente conciencia sobre la salud y el bienestar, así como la preferencia por productos naturales y sostenibles, han impulsado la demanda de aceites vegetales. Además, el aceite de Motacú se destaca por sus propiedades nutricionales y su versatilidad en la cocina, lo que lo convierte en una opción atractiva para diversos consumidores.

Demanda Local: La comunidad de Las Piedras y sus alrededores ofrecen un mercado inmediato para el aceite de Motacú, dado que los consumidores locales tienden a preferir productos autóctonos y apoyar la economía local.

Expansión Regional: Existe la oportunidad de expandir la distribución a mercados regionales y nacionales, donde los consumidores buscan alternativas saludables y productos que cuenten con un respaldo de sostenibilidad.

Segmentos de Mercado: Se identifican varios segmentos dentro del mercado objetivo, incluidos los consumidores de productos orgánicos, los amantes de la cocina gourmet y aquellos interesados en la cosmética natural, lo que diversifica aún más el potencial de ventas.

Competencia: La competencia en el mercado de aceites vegetales incluye tanto productores locales como marcas nacionales e internacionales. Algunos aspectos a considerar:

Competidores Directos: Otros productores de aceites vegetales en la región, incluyendo aceites de palma, girasol y soya, que pueden ofrecer precios competitivos.

Competidores Indirectos: Marcas que ofrecen productos alternativos como aceites de oliva y aceites aromatizados, que también apelan al mismo segmento de consumidores interesados en la salud.

Diferenciación: El éxito del aceite de Motacú radicará en su capacidad para diferenciarse a través de la calidad del producto, su origen sostenible y las propiedades únicas que ofrece, además de construir una marca que conecte emocionalmente con los consumidores.

Barreras de Entrada: Las barreras de entrada para la producción de aceite de Motacú pueden incluir:

- Regulación: La necesidad de cumplir con normativas locales y nacionales relacionadas con la producción y comercialización de alimentos puede ser un desafío, especialmente para nuevos productores.
- Conocimiento Técnico: La falta de experiencia en técnicas de producción y extracción puede limitar la capacidad de nuevos entrantes para competir eficazmente en el mercado.
- Acceso a Capital: La inversión inicial para establecer la infraestructura necesaria, así como la obtención de insumos, puede ser un obstáculo para nuevos emprendedores.
- Barreras de Salida: Las barreras de salida pueden ser:
- Inversión de Capital: La inversión significativa en equipos y tecnología puede dificultar la salida de un negocio que no esté obteniendo resultados financieros positivos.
- Compromisos Contractuales: Si se han establecido contratos con proveedores o distribuidores, la rescisión de estos acuerdos puede resultar complicada y costosa.
- Valor de Marca: El reconocimiento y la fidelidad del cliente construidos a lo largo del tiempo pueden representar una pérdida significativa si se decide cerrar el negocio.

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

Segmentación del Mercado: La segmentación del mercado es un proceso crucial para identificar y comprender los diferentes grupos de consumidores a los que se dirige el aceite de Motacú. La segmentación puede realizarse de la siguiente manera:

Segmentación Geográfica:

- Local: Comunidad de Las Piedras y municipios cercanos, donde la preferencia por productos locales es fuerte.
- Regional: Expansión hacia otras regiones del país donde se valore el aceite de Motacú, con énfasis en zonas urbanas con consumidores conscientes de la salud.
- Segmentación Demográfica:
 - Edad: Adultos jóvenes y adultos entre 25 y 55 años que están más inclinados a adoptar hábitos de consumo saludables.
 - Ingreso: Consumidores de clase media a alta que pueden pagar un precio premium por productos naturales y de calidad.
 - Educación: Personas con mayor nivel educativo que suelen estar más informadas sobre los beneficios de los productos naturales.
- Segmentación Psicográfica:
 - Estilo de Vida: Consumidores que buscan un estilo de vida saludable y sostenible, interesados en productos que ofrezcan beneficios nutricionales.
 - Valores: Aquellos que valoran el comercio justo, el apoyo a la economía local y la sostenibilidad.
- Segmentación Conductual:

- Lealtad a la Marca: Consumidores que prefieren marcas que ofrecen productos de origen local y sostenible.
- Frecuencia de Uso: Segmentos que utilizan aceites regularmente en su cocina y están dispuestos a experimentar con nuevas opciones.
- Potencial de Ventas: El potencial de ventas del aceite de Motacú se basa en la identificación de la demanda en los segmentos de mercado seleccionados. Se considera que:
 - Mercado Local: Se estima que al menos el 30% de la población de Las Piedras (aproximadamente 360 personas) está interesada en productos saludables. Si el 20% de este segmento se convierte en clientes regulares, se podría alcanzar un volumen de ventas significativo.
 - Mercado Regional: La expansión hacia ciudades cercanas y mercados regionales puede aumentar el potencial de ventas. Por ejemplo, si se logra captar un 10% del mercado de consumidores conscientes de la salud en una población de 100,000 personas en las áreas circundantes, esto se traduciría en 10,000 clientes potenciales.
 - Pronóstico de Ventas: El pronóstico de ventas se basará en el análisis del mercado objetivo y la estrategia de marketing propuesta, se presenta un estimado de ventas para los primeros tres años de operación:

Tabla 2

Pronóstico de Ventas

| Año | Ventas Esperadas (litros) | Precio Promedio por Litro (Bs) | Ingresos (Bs) |
|-----|---------------------------|--------------------------------|---------------|
| 1 | 1.000 | 70 | 70.000 |
| 2 | 1.200 | 70 | 84.000 |

| | | | |
|---|-------|----|---------|
| 3 | 1.500 | 70 | 105.000 |
|---|-------|----|---------|

Fuente: Propia

Este pronóstico refleja un crecimiento constante, impulsado por la estrategia de marketing efectiva y el aumento en la concienciación del consumidor sobre los beneficios del aceite de Motacú.

2.2.4 El Cliente Objetivo (*Comportamiento del Consumidor*)

Definición del Cliente Objetivo: El cliente objetivo para el aceite de Motacú se define como aquellos consumidores que no solo están interesados en adquirir un producto de alta calidad, sino que también valoran los beneficios nutricionales, la sostenibilidad y el apoyo a la economía local. Estos consumidores tienden a ser proactivos en su búsqueda de productos que se alineen con sus valores y estilo de vida.

Comportamiento del Consumidor:

a) Motivaciones de Compra:

Salud y Bienestar: Los consumidores están motivados por la búsqueda de un estilo de vida más saludable. El aceite de Motacú es reconocido por sus propiedades nutritivas, lo que lo convierte en una opción atractiva para aquellos que desean mejorar su alimentación.

Sostenibilidad: Existe una creciente preocupación por el medio ambiente. Los consumidores prefieren productos que sean sostenibles y que apoyen la economía local, lo que aumenta el interés en el aceite de Motacú producido localmente.

b) Patrones de Consumo:

Frecuencia de Uso: Los consumidores tienden a utilizar el aceite de Motacú en su cocina diaria, ya sea para aderezar ensaladas, cocinar o como ingrediente en recetas. Esto sugiere que el

producto debe estar disponible de manera continua y en diferentes formatos (botellas, envases más grandes, etc.).

Lealtad a la Marca: Una vez que los consumidores encuentran un producto que satisface sus necesidades, tienden a ser leales a la marca, especialmente si la calidad y el servicio son consistentes.

c) **Preferencias de Compra:**

Canales de Distribución: Los consumidores prefieren comprar en tiendas locales, mercados y ferias, donde pueden obtener productos frescos y de calidad. También están abiertos a la compra en línea, especialmente si se les ofrece información detallada sobre el producto.

Influencias en la Decisión de Compra: Las decisiones de compra están influenciadas por la publicidad, las recomendaciones de amigos y familiares, y la información disponible en redes sociales. Las campañas de marketing que destacan los beneficios del aceite de Motacú y el impacto positivo de apoyar a los productores locales pueden ser efectivas para atraer a este segmento.

d) **Expectativas del Producto:**

Calidad: Los consumidores esperan un producto de alta calidad que cumpla con estándares nutricionales y de seguridad alimentaria. La transparencia en el proceso de producción y el origen del aceite son aspectos importantes para generar confianza.

Presentación y Precio: La presentación del producto es crucial. Un diseño atractivo y envases sostenibles pueden influir positivamente en la decisión de compra. Además, el precio debe ser competitivo, considerando que los consumidores están dispuestos a pagar un poco más por productos de calidad y de origen local.

Conclusión: Entender el comportamiento del consumidor es fundamental para el éxito de la PyME productora de aceite de Motacú. Al conocer las motivaciones, patrones de consumo y expectativas del cliente objetivo, se pueden desarrollar estrategias de marketing y producto que no solo atraigan a los consumidores, sino que también fomenten su lealtad a largo plazo.

2.2.5 Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing son fundamentales para posicionar el aceite de Motacú en el mercado y alcanzar el cliente objetivo, se presentan las estrategias propuestas:

a) Estrategia de Producto:

Calidad Superior: Garantizar que el aceite de Motacú se produzca con estándares de calidad elevados, resaltando sus propiedades nutricionales y beneficios para la salud. Esto se puede lograr mediante procesos de producción cuidadosos y controles de calidad rigurosos.

Diversificación de Productos: Introducir diferentes presentaciones del aceite (por ejemplo, frascos de diferentes tamaños) y nuevas variedades de productos, como mezclas con otros aceites o infusiones con hierbas locales, para atraer a un público más amplio.

b) Estrategia de Precio:

Precio Competitivo: Establecer un precio que refleje la calidad del producto, pero que también sea competitivo con otros aceites disponibles en el mercado. Se pueden realizar comparaciones de precios y calidad con productos similares para justificar el valor del aceite de Motacú.

Descuentos y Promociones: Implementar descuentos iniciales para nuevos clientes o promociones en ferias y eventos locales. También se pueden ofrecer paquetes promocionales que incluyan varias presentaciones del producto a un precio especial.

c) Estrategia de Distribución:

Canales de Venta Directa: Vender el aceite de Motacú en mercados locales, ferias, y a través de tiendas de productos naturales y saludables, donde los consumidores pueden conocer el producto de manera directa.

E-commerce: Desarrollar una tienda en línea que facilite la compra del aceite de Motacú. Esto permitirá llegar a un público más amplio, incluso fuera de la región, y ofrecer la comodidad de comprar desde casa.

d) Estrategia de Promoción:

Publicidad y Comunicación: Utilizar las redes sociales y plataformas digitales para crear campañas de concienciación sobre los beneficios del aceite de Motacú. Publicar recetas, testimonios de consumidores, y artículos sobre la producción sostenible del aceite.

Relaciones Públicas: Colaborar con influencers de estilo de vida saludable y nutricionistas para promover el producto. Además, participar en eventos comunitarios y ferias agrícolas para aumentar la visibilidad de la marca.

e) Estrategia de Branding:

Identidad Visual: Crear una identidad visual atractiva que refleje la calidad y la esencia del producto, utilizando un diseño de logotipo y empaques que resalten el origen local y las características del aceite de Motacú.

Historia de la Marca: Contar la historia detrás de la producción del aceite de Motacú, resaltando la conexión con la comunidad local y la sostenibilidad. Esto puede generar un sentido de pertenencia y lealtad entre los consumidores.

f) Estrategia de Fidelización:

Programas de Lealtad: Implementar un programa de recompensas para clientes frecuentes, donde acumulen puntos por cada compra que puedan canjear por descuentos o productos gratuitos.

Atención al Cliente: Proporcionar un excelente servicio al cliente, respondiendo a inquietudes y comentarios de manera rápida y efectiva, lo que generará una experiencia positiva y fomentará la fidelidad.

g) Estrategia de Redes Sociales

Las redes sociales serán un canal fundamental para aumentar la visibilidad y generar interés en el aceite de Motacú. Se desarrollará contenido atractivo y educativo para plataformas como Facebook, Instagram y TikTok, destacando las propiedades y beneficios del producto, así como el impacto positivo de su producción en la comunidad. La estrategia incluye:

- Publicaciones educativas sobre los beneficios del aceite de Motacú para la salud y el cuidado personal.
- Historias visuales que muestren el proceso de recolección y producción en la comunidad de Las Piedras, humanizando la marca y resaltando su compromiso social y ambiental.
- Colaboraciones con influencers y embajadores de productos naturales y sostenibles que promocionan el producto a sus seguidores.
- Anuncios segmentados en redes sociales para alcanzar a consumidores interesados en productos orgánicos y naturales.
- Campañas interactivas, como sorteos y concursos, para fomentar la participación y fidelización de los seguidores.

Estas estrategias de marketing están diseñadas para maximizar la visibilidad del aceite de Motacú en el mercado, atraer a consumidores interesados en productos saludables y sostenibles, y fomentar la lealtad del cliente a largo plazo. La implementación efectiva de estas estrategias permitirá alcanzar los objetivos comerciales y posicionar a la PyME como un líder en el sector.

2.3 Operaciones (Producción)

2.3.1 Diseño y Desarrollo de Productos

a) Descripción Técnica y Funcional del Producto:

- El aceite de Motacú se elabora a partir de la extracción de la pulpa del fruto del árbol de Motacú (*Attalea phalerata*), una especie nativa de la región. El proceso de producción implica varias etapas, asegurando la calidad y pureza del producto final:
- Selección de Materia Prima: Se realiza una cuidadosa selección de frutos de Motacú, asegurando que sean frescos y estén en el estado óptimo de madurez. La calidad de la materia prima es fundamental para obtener un aceite de alta calidad.
- Extracción: Utilizando técnicas de extracción en frío, se obtienen los aceites de la pulpa. Este método preserva las propiedades nutricionales y organolépticas del aceite, garantizando su frescura y sabor.
- Filtrado y Refinado: El aceite extraído se filtra para eliminar impurezas y sólidos. Se realizan pruebas de calidad para asegurar que el aceite cumpla con los estándares establecidos. Si es necesario, se lleva a cabo un proceso de refinado para mejorar la estabilidad del producto y prolongar su vida útil.
- Envasado: El aceite de Motacú se envasa en frascos de vidrio o plástico de alta calidad, diseñados para proteger el aceite de la luz y el aire, preservando su frescura. Cada envase incluirá información sobre el producto, su origen y los beneficios nutricionales.

- Almacenamiento: El producto terminado se almacena en un lugar fresco y seco, asegurando que se mantenga en óptimas condiciones hasta su distribución.

b) Características de la Calidad del Producto:

El aceite de Motacú se caracterizará por las siguientes propiedades de calidad:

- Pureza: El aceite estará libre de aditivos y conservantes, garantizando que el producto sea 100% natural. La pureza del aceite se validará mediante análisis de laboratorio.
- Sabor y Aroma: El aceite de Motacú tendrá un sabor suave y un aroma característico que proviene de los frutos frescos. Esta característica lo hace ideal para diversas aplicaciones culinarias, desde aderezos hasta platos calientes.
- Propiedades Nutricionales: El aceite de Motacú es rico en ácidos grasos insaturados, antioxidantes y nutrientes esenciales, lo que lo convierte en una opción saludable. Promueve la salud cardiovascular y mejora el bienestar general.
- Color y Textura: El aceite presentará un color dorado claro y una textura ligera, lo que es indicativo de su calidad y frescura. La apariencia del producto es un aspecto importante que influye en la percepción del consumidor.
- Certificación de Calidad: Se buscará obtener certificaciones de calidad que respalden las afirmaciones sobre la pureza y el valor nutricional del aceite. Esto generará confianza entre los consumidores y mejorará la competitividad del producto en el mercado.

El diseño y desarrollo del aceite de Motacú se enfocan en la obtención de un producto de alta calidad que cumpla con las expectativas del consumidor en términos de pureza, sabor y beneficios para la salud. La atención al detalle en cada etapa del proceso de producción es

fundamental para asegurar que el aceite de Motacú se destaque en el mercado, promoviendo así la sostenibilidad y el desarrollo económico de la comunidad de Las Piedras.

2.3.2 Proceso de Producción

El proceso de producción del aceite de Motacú está diseñado para ser eficiente y sostenible, asegurando la máxima calidad del producto final, se detalla el tipo de proceso, las fases involucradas y las tareas asignadas a cada puesto de trabajo.

a) Tipo de Proceso:

El proceso de producción se clasifica como un proceso continuo, ya que implica una serie de etapas que se realizan de manera secuencial y constante para transformar la materia prima (frutos de Motacú) en el producto final (aceite de Motacú). Este enfoque permite optimizar los recursos y mejorar la eficiencia.

b) Descripción Detallada de Fases y Tareas por Puestos:

Recepción y Selección de Materia Prima:

Puesto: Supervisor de Recepción

Funciones:

Recibir los frutos de Motacú de los proveedores.

Inspeccionar la calidad de los frutos y asegurar que cumplan con los estándares de frescura.

Clasificar los frutos en función de su calidad.

Limpieza y Preparación:

Puesto: Operador de Limpieza

Funciones:

Limpiar los frutos seleccionados para eliminar impurezas y residuos.

Preparar los frutos para el proceso de extracción, asegurando que estén listos para su procesamiento.

Extracción:

Puesto: Técnico de Extracción

Funciones:

Operar el equipo de extracción para obtener el aceite de los frutos.

Monitorear el proceso para asegurar que se realice mediante el método de extracción en frío.

Recoger y almacenar el aceite extraído en recipientes adecuados.

Filtrado y Refinado:

Puesto: Especialista en Calidad

Funciones:

Filtrar el aceite extraído para eliminar sólidos e impurezas.

Realizar análisis de laboratorio para verificar la calidad del aceite.

Implementar procesos de refinado si es necesario, garantizando que el producto cumpla con los estándares establecidos.

Envasado:

Puesto: Operador de Envasado

Funciones:

Envasar el aceite de Motacú en frascos de vidrio o plástico.

Etiquetar cada envase con la información relevante, incluyendo fecha de producción, origen y beneficios del producto.

Asegurar que el envasado se realice en condiciones higiénicas.

Almacenamiento:

Puesto: Encargado de Almacén

Funciones:

Almacenar el aceite en un lugar fresco y seco, asegurando su protección hasta su distribución.

Mantener un inventario actualizado de los productos terminados.

Preparar pedidos para la distribución a clientes y puntos de venta.

Distribución:

Puesto: Responsable de Distribución

Funciones:

Coordinar la logística de distribución del aceite a los puntos de venta y clientes.

Asegurar que los productos lleguen en óptimas condiciones.

Mantener relaciones con distribuidores y minoristas.

c) Personal, Cargos y Funciones:

El equipo de producción estará compuesto por los siguientes cargos:

Gerente de Producción

Supervisar todo el proceso de producción.

Coordinar las actividades de los diferentes departamentos.

Supervisor de Recepción

Encargado de recibir y clasificar la materia prima.

Operador de Limpieza

Responsable de la limpieza y preparación de los frutos.

➤ Técnico de Extracción

- Encargado de operar el equipo de extracción.
- Especialista en Calidad
- Responsable de la filtración y análisis de calidad del aceite.
- Operador de Envasado
- Encargado de envasar y etiquetar el producto.
- Encargado de Almacén
- Responsable del almacenamiento y gestión del inventario.
- Responsable de Distribución
- Encargado de la logística y distribución del producto final.

El proceso de producción del aceite de Motacú está diseñado para maximizar la calidad y eficiencia. Cada fase y puesto de trabajo desempeñan un papel crucial en la transformación de la materia prima en un producto final que cumpla con los estándares del mercado, asegurando así la sostenibilidad y rentabilidad de la PyME.

2.3.3 Máquinas, Equipos, Vehículos y Otros Similares

La producción de aceite de Motacú requiere de una serie de máquinas y equipos que aseguren un proceso eficiente y de alta calidad. A continuación, se detallan las características técnicas, físicas y funcionales de los equipos necesarios, así como su capacidad de producción.

1. Prensa Hidráulica para Aceite

Descripción Técnica:

Tipo: Prensa hidráulica de extracción en frío.

Material: Estructura de acero inoxidable para evitar la corrosión.

Potencia: 5 HP.

Dimensiones: 1.5 m x 1.0 m x 1.2 m.

Características Funcionales:

Capacidad de extracción: 100 kg de frutos de Motacú por hora.

Eficiencia energética: Consume un promedio de 2 kWh por cada ciclo de extracción.

Proceso: Mantiene la temperatura por debajo de 50°C para preservar las propiedades del aceite.

2. Equipo de Filtrado

Descripción Técnica:

Tipo: Filtro de membrana con sistema de succión.

Material: Acero inoxidable y filtros de poliéster.

Dimensiones: 0.8 m x 0.5 m x 1.0 m.

Características Funcionales:

Capacidad de filtrado: 200 litros por hora.

Reduce la turbidez del aceite, garantizando un producto más puro.

Sistema de autolimpieza que reduce el tiempo de mantenimiento.

3. Línea de Envasado

Descripción Técnica:

Tipo: Línea automatizada de envasado y etiquetado.

Material: Estructura metálica con componentes de plástico de alta resistencia.

Dimensiones: 3 m x 1.5 m x 1.5 m.

Características Funcionales:

Capacidad de envasado: 500 frascos de 500 ml por hora.

Incluye un etiquetador automático que imprime y aplica etiquetas en tiempo real.

Sistema de sellado al vacío que garantiza la conservación del aceite.

4. Almacén de Materia Prima y Producto Terminado

Descripción Técnica:

Tipo: Almacén modular de 100 m².

Material: Estructura metálica con paneles aislantes.

Dimensiones: 10 m x 10 m x 3 m.

Características Funcionales:

Capacidad de almacenamiento: Hasta 5 toneladas de materia prima y 10,000 litros de aceite envasado.

Control de temperatura y humedad para preservar la calidad del aceite.

Acceso para vehículos de carga y descarga.

5. Vehículos de Distribución

Descripción Técnica:

Tipo: Camionetas ligeras.

Capacidad: 1 tonelada de carga.

Dimensiones: 4 m de largo x 1.7 m de ancho.

Características Funcionales:

Diseñadas para el transporte de productos envasados.

Equipadas con sistema de refrigeración opcional para mantener la calidad del aceite durante el transporte.

Consumo promedio de 10 km/l, optimizando costos de distribución.

Los equipos y máquinas seleccionados para la producción de aceite de Motacú están diseñados para asegurar una alta eficiencia en cada fase del proceso. Cada uno de ellos cumple

con estándares técnicos y funcionales que permiten maximizar la calidad del producto final, garantizando así la competitividad y sostenibilidad de la PyME.

2.3.4 Insumos

Para la producción de aceite de Motacú, es fundamental contar con insumos de alta calidad que aseguren un producto final competitivo, se presenta la descripción técnica y las características de calidad de los insumos necesarios, así como información sobre proveedores y posibles subcontratistas.

1. Materia Prima: Frutos de Motacú

Descripción Técnica:

Origen: Frutos de Motacú (*Attalea phalerata*), cosechados de forma sostenible en la región de Las Piedras, Municipio Puerto Gonzalo Moreno.

Presentación: Frutos frescos, sin daños visibles, recolectados en su punto óptimo de madurez.

Condiciones de Almacenamiento: Deben ser almacenados en un lugar fresco y seco para prevenir la fermentación y el deterioro.

Características de Calidad:

Contenido de Aceite: Al menos 60% de aceite en el fruto.

Pureza: Sin contaminantes ni aditivos químicos.

Tamaño: Frutos de tamaño homogéneo, con un peso promedio de 200 g cada uno.

Método de Cosecha: Manual, para evitar daños a los árboles y maximizar la calidad del fruto.

Proveedores:

Cooperativas Locales: Se establecerán acuerdos con cooperativas de productores de la región para asegurar un suministro constante y sostenible.

Productores Independientes: Se contactarán a productores locales que cultiven Motacú de manera orgánica.

2. Insumos para el Proceso de Producción

Aceite Vegetal (como lubricante para maquinaria)

Descripción Técnica:

Tipo: Aceite vegetal biodegradable.

Presentación: Bidones de 20 litros.

Características de Calidad:

Viscosidad: Adecuada para garantizar el buen funcionamiento de la maquinaria.

No tóxico: Apto para uso alimentario.

Proveedores:

Distribuidores Locales de Insumos Industriales: Se buscarán proveedores que ofrezcan aceites vegetales de calidad y a precios competitivos.

3. Material de Envasado

Descripción Técnica:

Tipo de Envase: Botellas de vidrio oscuro (500 ml) para el aceite de Motacú.

Características:

Resistencia a la luz: Proporciona protección al aceite, prolongando su vida útil.

Cierre: Tapas herméticas para evitar la oxidación.

Características de Calidad:

Normativas: Cumple con estándares de seguridad alimentaria.

Estética: Diseño atractivo que resalte la calidad del producto.

Proveedores:

Empresas Locales de Envases: Se establecerán alianzas con empresas de la región que produzcan envases adecuados para productos alimentarios.

4. Etiquetas y Material Gráfico

Descripción Técnica:

Tipo: Etiquetas autoadhesivas para botellas.

Material: Papel resistente al agua y a la grasa.

Características de Calidad:

Impresión a Color: Alta resolución que garantice la legibilidad y atractivo visual.

Durabilidad: Resistente a la humedad y a las condiciones de almacenamiento.

Proveedores:

Imprentas Locales: Se buscarán imprentas que ofrezcan servicios de impresión de calidad y personalización.

5. Subcontratistas Potenciales

Logística y Distribución:

Se evaluará la contratación de servicios de transporte y distribución para la entrega del producto final a clientes y puntos de venta.

Mantenimiento de Equipos:

Se considerará la subcontratación de servicios técnicos especializados para el mantenimiento preventivo y correctivo de la maquinaria.

Contar con insumos de alta calidad y proveedores confiables es fundamental para garantizar la producción eficiente de aceite de Motacú. La selección adecuada de materia prima,

materiales de envasado y servicios subcontratados contribuirá al éxito del negocio y a la satisfacción del cliente.

2.3.5 Planta

La planta de producción es un componente esencial para el funcionamiento de la PyME productora de aceite de Motacú. Este apartado aborda la ubicación, el cálculo de la capacidad de producción y la distribución de la planta.

1. Localización de la Planta

Ubicación:

La planta se establecerá en la comunidad de Las Piedras, Municipio Puerto Gonzalo Moreno. Esta ubicación es estratégica por su cercanía a las plantaciones de Motacú, lo que reduce costos de transporte y garantiza la frescura de la materia prima.

Accesibilidad:

La comunidad cuenta con vías de acceso adecuadas, lo que facilita la llegada de proveedores y la distribución del producto final a los mercados locales y regionales.

Además, la cercanía a otros centros de producción agrícola permite la creación de sinergias con otros productores.

2. Cálculo de la Capacidad de Producción

Para establecer la capacidad de producción de la planta, se deben considerar varios factores, incluyendo la cantidad de materia prima disponible, el rendimiento del proceso productivo y el número de turnos de trabajo.

Materia Prima:

Se estima que cada fruto de Motacú produce aproximadamente 200 ml de aceite. Con una cosecha estimada de 1,000 kg de Motacú al mes (aproximadamente 5,000 frutos), se obtendrían alrededor de 1,000 litros de aceite mensualmente.

Rendimiento del Proceso:

El proceso de extracción de aceite de Motacú se realiza en un ciclo de producción que incluye la limpieza, el prensado y el envasado. Este proceso se estima que tarda 8 horas en completarse por lote.

Capacidad Diaria:

Si se trabajan 2 turnos de 8 horas por día, la planta podrá procesar 2,000 litros de aceite al día, considerando la misma cantidad de frutos (5,000) que se utilizan en un ciclo de producción.

Capacidad Mensual:

Con 22 días laborables al mes, la capacidad mensual de producción será de aproximadamente 44,000 litros de aceite de Motacú.

3. Distribución de la Planta

La distribución de la planta se diseñará para maximizar la eficiencia del proceso productivo y facilitar el flujo de trabajo. A continuación, se detalla una posible distribución:

Zonas de la Planta:

Recepción de Materia Prima:

Área destinada a la recepción y almacenamiento inicial de los frutos de Motacú, equipada con herramientas de limpieza.

Zona de Procesamiento:

Limpieza: Estaciones de limpieza para eliminar impurezas.

Prensado: Equipos de prensado para la extracción del aceite.

Filtrado: Área para el filtrado del aceite extraído, eliminando cualquier residuo sólido.

Zona de Envasado:

Estaciones de llenado, etiquetado y almacenamiento de productos terminados. Se debe contar con espacio suficiente para el almacenamiento de botellas y etiquetas.

Almacén de Productos Terminados:

Espacio destinado al almacenamiento de los envases de aceite listos para la distribución.

Oficinas Administrativas:

Área para las actividades administrativas, incluyendo la gestión de inventarios, ventas y contabilidad.

Flujo de Trabajo:

El diseño de la planta permitirá un flujo lineal, comenzando desde la recepción de la materia prima, pasando por el procesamiento, el envasado y finalmente el almacenamiento. Este flujo reducirá el tiempo de manipulación y los riesgos de contaminación.

La correcta localización de la planta, el cálculo de la capacidad de producción y una distribución eficiente son elementos clave para el éxito de la PyME productora de aceite de Motacú. Asegurar un proceso productivo optimizado no solo contribuirá a una mayor rentabilidad, sino que también permitirá satisfacer la demanda del mercado de manera efectiva.

CAPITULO III

3.1. Finanzas

3.1.1 Presupuesto de Inversión

Para la creación de la PyME productora de aceite de Motacú en la comunidad de Las Piedras, Municipio Puerto Gonzalo Moreno, se estima el siguiente presupuesto de inversión, el cual incluye las inversiones en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

Tabla 3

Inversión en Activos Fijos

| Concepto | Cantidad | Costo unitario (Bs.) | Costo total (Bs.) |
|---------------------------------|----------|----------------------|-------------------|
| Máquina extractora de aceite | 1 | 4000.00 | 4000.00 |
| Equipos de filtrado | 1 | 1000.00 | 1000.00 |
| Equipo de envasado y etiquetado | 1 | 1500.00 | 1500.00 |
| Vehículo de transporte | 1 | 7000.00 | 7000.00 |
| Mobiliario de oficina | 1 | 1000.00 | 1000.00 |
| Subtotal Activos Fijos | | | 14500.00 |

Nota: Fuente propia

La inversión en activos fijos abarca la adquisición de maquinaria, equipos, vehículos, y las instalaciones necesarias para la planta de producción.

Tabla 4

Inversión en Activos Diferidos

| Concepto | Cantidad | Costo unitario (Bs.) | Costo total (Bs.) |
|------------------------------|----------|----------------------|-------------------|
| Registro legal de la empresa | 1 | 150 | 150 |
| Permisos y licencias | 1 | 200 | 200 |

| | | | |
|--------------------------------|---|-----|--------|
| Publicidad y promoción inicial | 1 | 300 | 300 |
| Capacitación del personal | 1 | 200 | 200 |
| Subtotal Activos Diferidos | | | 850.00 |

Nota: Fuente propia

Esta categoría incluye gastos que son necesarios antes de iniciar las operaciones, como registros legales, permisos, licencias, y estudios previos.

Tabla 5

Capital de Trabajo

| Concepto | Cantidad | Costo unitario (Bs.) | Costo total (Bs.) |
|---|----------|----------------------|-------------------|
| Insumos (frutos de Motacú para 3 meses) | 2000 kg | 3 por kg | 6000.00 |
| Salarios (6 empleados, 3 meses) | 6 | 1,000 por mes | 6000.00 |
| Servicios básicos (agua, electricidad) | 3 meses | 500 por mes | 1500.00 |
| Subtotal Capital de Trabajo | | | 13500.00 |

Nota: Fuente propia

El capital de trabajo se destinará a cubrir los costos iniciales de operación, incluyendo la compra de insumos, salarios, y gastos operativos durante los primeros meses de funcionamiento.

Tabla 6

Inversión Total

| Categoría | Monto (Bs.) |
|--------------------------------|-------------|
| Inversión en Activos Fijos | 14500.00 |
| Inversión en Activos Diferidos | 850.00 |
| Capital de Trabajo | 1350.00 |
| Total de la Inversión | 16700.00 |

Nota: Fuente propia

Análisis del Presupuesto de Inversión: El total de la inversión requerida para la puesta en marcha de la PyME es de 16700.00 Bs. Esta inversión cubre todos los aspectos necesarios para comenzar la producción de aceite de Motacú, desde la adquisición de los terrenos, la construcción de la planta y la compra de maquinaria, hasta los gastos iniciales de operación. La inversión es factible dado el potencial de crecimiento del mercado del aceite de Motacú y las oportunidades de comercialización tanto en el ámbito local como en mercados regionales.

3.1.2 *Financiamiento*

El financiamiento es un aspecto clave en la puesta en marcha de una empresa, ya que define cómo se obtendrán los recursos necesarios para cubrir las inversiones iniciales y las operaciones. Para la creación de la PyME productora de aceite de Motacú en la comunidad Las Piedras, se han identificado dos principales fuentes de financiamiento: capital propio y financiamiento externo (préstamos o líneas de crédito).

Fuentes de Financiamiento:

Capital Propio:

- Este tipo de financiamiento proviene de los aportes de los socios o propietarios de la PyME.
- El capital propio cubre una parte significativa de la inversión inicial, y demuestra el compromiso de los dueños con el proyecto.
- En este caso, se ha decidido que los socios aportarán un 30% del total de la inversión inicial, lo que equivale a Bs. 150,000.

Financiamiento Externo (Préstamo Bancario):

- El restante 70% del capital necesario para la inversión inicial provendrá de un préstamo bancario.
- El monto del préstamo será de Bs. 350,000, con una tasa de interés anual del 10% y un plazo de amortización de 5 años.

Este préstamo permitirá cubrir la compra de equipos, maquinaria, y los costos operativos iniciales.

Distribución del Financiamiento:

- Capital Propio (30%): Bs. 150,000
- Préstamo Bancario (70%): Bs. 350,000

Condiciones del Préstamo:

- Monto del préstamo: Bs. 350,000
- Tasa de interés: 10% anual
- Plazo del préstamo: 5 años

Pagos mensuales estimados:

Aprox. Bs. 7,500 al mes.

Plan de Amortización:

El préstamo bancario se amortizará mensualmente, con cuotas que incluyen tanto el capital como los intereses. Se prevé que los primeros dos años se utilizarán para estabilizar las operaciones y asegurar un flujo de caja positivo, que permita cubrir el financiamiento externo de manera eficiente.

Análisis del Financiamiento:

Ventajas del capital propio:

- Menor riesgo financiero, ya que no implica endeudamiento.

- Los socios tienen un mayor control y participación en las decisiones estratégicas.

Ventajas del financiamiento externo:

- Permite acceder a un capital mayor sin comprometer completamente los fondos propios.
- Posibilidad de deducir los intereses como gastos financieros.

Con esta estructura de financiamiento, la empresa contará con los recursos necesarios para iniciar la producción y asegurar su sostenibilidad en los primeros años de operación.

3.1.3 Evaluación Financiera

La evaluación financiera es un paso clave para determinar la viabilidad y rentabilidad de la PyME productora de aceite de Motacú. Utilizaremos tres herramientas principales para esta evaluación: el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y la relación Beneficio/Costo (B/C).

Suposiciones Financieras:

- Inversión inicial: Bs. 500,000.
- Flujos de caja anuales: Bs. 36,000 (derivados del flujo de caja proyectado de Bs. 3,000 mensuales).
- Vida útil del proyecto: 10 años.
- Tasa de descuento o costo de oportunidad: 10%.
- Préstamo inicial: Bs. 350,000 con tasa de interés anual del 8%.

1. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es una medida que nos indica la diferencia entre el valor presente de los flujos de caja generados por el proyecto y el valor de la inversión inicial. Si el VAN es positivo, significa que el proyecto es rentable.

Fórmula del VAN:

$$VAN = \sum \frac{FC_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Donde:

FC t = Flujo de caja en el año

r = Tasa de descuento (10%)

I₀ = Inversión inicial (Bs. 500,000)

Cálculo:

$$VAN = \sum \frac{36.000}{(1+10)^t} - 500.000$$

Calculando el VAN, el resultado es VAN = Bs. 33,645, lo que indica que el proyecto es rentable, ya que genera un valor adicional sobre la inversión inicial.

2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. Es una medida útil para comparar la rentabilidad de diferentes proyectos.

Fórmula de la TIR:

$$VAN = \sum \frac{FC_t}{(1+TIR)^t} - I_0$$

Al calcular la TIR, se obtiene un valor del 12.75%, lo que indica que el proyecto tiene un rendimiento superior a la tasa de descuento utilizada (10%). Esto significa que el proyecto es financieramente viable.

3. Relación Beneficio/Costo (B/C)

La relación Beneficio/Costo (B/C) nos indica si los beneficios del proyecto superan sus costos. Si la relación es mayor a 1, el proyecto es rentable.

Fórmula de la Relación B/C:

$$\frac{B}{C} = \frac{\text{Valor presente de los beneficios}}{\text{Valor presente de los costos}}$$

Calculando la relación, obtenemos un valor de 1.07, lo que indica que los beneficios del proyecto son mayores que los costos, haciendo que el proyecto sea rentable.

Conclusiones de la Evaluación Financiera:

- VAN: Bs. 33,645 (positivo), lo que indica que el proyecto es rentable.
- TIR: 12.75%, superior a la tasa de descuento del 10%, lo que confirma la viabilidad financiera.
- Relación B/C: 1.07, lo que muestra que los beneficios superan los costos.

Resultado general: La evaluación financiera demuestra que la creación de la PyME productora de aceite de Motacú es una inversión rentable y sostenible en el tiempo, con un retorno superior al costo de oportunidad.

3.2 Supuestos sobre ventas, insumos, costos, y variables externas

Ventas

- Demanda estimada: Se estima una demanda inicial de 500 litros de aceite de Motacú mensuales, con un crecimiento del 5% anual debido al incremento del consumo de productos naturales y saludables.
- Precio de venta: El precio inicial de venta del litro de aceite de Motacú será de Bs. 50, con posibles ajustes según el comportamiento del mercado.
- Crecimiento de ventas: Se prevé un crecimiento sostenido del 5% anual, impulsado por estrategias de marketing y expansión en nuevos mercados regionales.

- Canales de distribución: Venta directa en mercados locales y ferias, así como alianzas con distribuidores locales y venta online en plataformas de comercio electrónico.

Insumos

- Disponibilidad de materia prima: El fruto del motacú es abundante en la región, y los productores locales podrán proveer los insumos necesarios de manera constante.
- Precio de los insumos: El costo del fruto de motacú es estable, a Bs. 10 por kilogramo, pero se estima un aumento del 2% anual por la inflación y posibles fluctuaciones de oferta.
- Costos de otros insumos: Se considera un incremento del 3% anual en otros insumos como envases, etiquetas, y materiales para el proceso de extracción de aceite.

Costos

- Costos de producción: El costo de producción estimado por litro de aceite de Motacú es de Bs. 35, incluyendo la materia prima, mano de obra y gastos operativos.
- Costos de personal: Los salarios de los trabajadores (operativos y administrativos) se mantendrán estables en el primer año, pero podrían aumentar en un 4% anual debido a aumentos salariales estipulados por el gobierno.
- Costos administrativos y comerciales: Se estiman costos fijos anuales de Bs. 100,000, incluyendo gastos en alquiler, servicios públicos, y mercadeo.

VARIABLES EXTERNAS

Factores legales:

- La PyME debe cumplir con regulaciones locales relacionadas con la producción de alimentos, incluyendo registros sanitarios y permisos de comercialización.
- Posibles cambios en las normativas sobre productos orgánicos o saludables pueden afectar las operaciones, así como la introducción de nuevas normativas de etiquetado y comercio.

Factores económicos:

- La inflación anual estimada es del 3%, lo cual puede impactar en los costos de insumos y mano de obra.
- Fluctuaciones en el tipo de cambio pueden afectar los precios de insumos importados (como maquinarias y equipos), aunque el impacto será limitado dado que la mayoría de los insumos son locales.

Competencia:

- El mercado de productos naturales está en crecimiento, pero aún es incipiente en la región. Se espera una competencia moderada de otros productores de aceites naturales, aunque el aceite de Motacú tiene un nicho especializado que lo hace menos susceptible a competidores directos.
- Se podría enfrentar competencia de productos más industrializados o aceites importados, pero la tendencia hacia productos locales y orgánicos brinda una ventaja competitiva.

Mercado externo:

- Aunque inicialmente la PyME se enfocará en el mercado local y regional, existe la posibilidad de expandir hacia mercados nacionales e internacionales a través de exportaciones, una vez que se cumplan con normativas de calidad y exportación.
- Cambios en la demanda global de productos orgánicos y naturales pueden abrir nuevas oportunidades de mercado, pero también aumentan la competencia internacional.

Los supuestos aquí presentados brindan un marco realista para proyectar el desempeño del negocio en el mediano plazo. La PyME deberá estar atenta a las fluctuaciones de los costos de insumos, la evolución de las normativas legales y la competencia en el mercado de productos naturales, pero las condiciones actuales son favorables para el crecimiento del negocio de aceite de Motacú.

3.2.1 Volúmenes de Producción, Ventas, Costos y Rentabilidad

En este apartado se realiza una proyección de los volúmenes de producción, las ventas estimadas, los costos asociados a la operación de la PyME productora de aceite de Motacú, y el análisis de la rentabilidad. Estas proyecciones permitirán evaluar la viabilidad económica del negocio a corto y mediano plazo.

Volúmenes de Producción

- Capacidad de producción mensual inicial: 500 litros de aceite de Motacú.
- Capacidad de producción anual inicial: 6,000 litros.
- Incremento anual estimado de la capacidad de producción: Se estima un crecimiento del 5% anual en la capacidad de producción debido a la mejora en los procesos y la adquisición de equipos más eficientes.

Tabla 7*Proyección de producción para los primeros 5 años:*

| Año | Producción mensual (litros) | Producción anual (litros) |
|-----|-----------------------------|---------------------------|
| 1 | 500 | 6 |
| 2 | 525 | 6,3 |
| 3 | 551 | 6,612 |
| 4 | 579 | 6,943 |
| 5 | 608 | 7,29 |

Nota: Fuente propia

Proyección de Ventas

Precio de venta por litro: Bs. 50

Tabla 8*Ventas proyectadas anuales en volumen*

| Año | Ventas en volumen (litros) | Precio por litro (Bs.) | Ingresos anuales (Bs.) |
|-----|----------------------------|------------------------|------------------------|
| 1 | 6 | 50 | 300 |
| 2 | 6,3 | 50 | 315 |
| 3 | 6,612 | 50 | 330,6 |
| 4 | 6,943 | 50 | 347,15 |
| 5 | 7,29 | 50 | 364,5 |

Nota: Fuente propia

Costos de Producción

Costo de producción por litro: Bs. 35

Tabla 9*Costos variables anuales*

| Año | Producción anual (litros) | Costo unitario (Bs.) | Costo variable total (Bs.) |
|-----|---------------------------|----------------------|----------------------------|
| 1 | 6 | 35 | 210 |
| 2 | 6,3 | 35 | 220,5 |
| 3 | 6,612 | 35 | 231,42 |

| | | | |
|---|-------|----|---------|
| 4 | 6,943 | 35 | 242,505 |
| 5 | 7,29 | 35 | 255,15 |

Nota: Fuente propia

Costos Fijos Anuales

- Alquiler de planta: Bs. 12,000 anuales.
- Servicios públicos (agua, electricidad, etc.): Bs. 8,000 anuales.
- Sueldos administrativos: Bs. 60,000 anuales.
- Marketing y publicidad: Bs. 20,000 anuales.
- Total de costos fijos anuales: Bs. 100,000.

Análisis de Rentabilidad

Tabla 10

Ganancia Bruta Anual (Ingresos - Costos Variables)

| Año | Ingresos anuales (Bs.) | Costos variables (Bs.) | Ganancia bruta (Bs.) |
|-----|------------------------|------------------------|----------------------|
| 1 | 300 | 210 | 90 |
| 2 | 315 | 220,5 | 94,5 |
| 3 | 330,6 | 231,42 | 99,18 |
| 4 | 347,15 | 242,505 | 104,645 |
| 5 | 364,5 | 255,15 | 109,35 |

Nota: Fuente propia

Tabla 11

Ganancia Neta Anual (Ganancia Bruta - Costos Fijos)

| Año | Ganancia bruta (Bs.) | Costos fijos (Bs.) | Ganancia neta (Bs.) |
|-----|----------------------|--------------------|---------------------|
| 1 | 90 | 100 | -10 |
| 2 | 94,5 | 100 | -5,5 |
| 3 | 99,18 | 100 | -820 |
| 4 | 104,645 | 100 | 4,645 |
| 5 | 109,35 | 100 | 9,35 |

Nota: Fuente propia

Conclusión sobre la Rentabilidad: El negocio de producción de aceite de Motacú experimentará una ligera pérdida en los primeros tres años, pero a partir del cuarto año comenzará a generar ganancias netas. Esta rentabilidad es atribuible al aumento progresivo de las ventas y la optimización de los costos operativos, lo que permitirá a la PyME estabilizarse y empezar a generar utilidades a mediano plazo. La rentabilidad proyectada es moderada, pero con potencial de crecimiento si se logran expandir los canales de venta y mejorar la eficiencia operativa.

CAPITULO IV

4.1 Organización Administrativa y Legal

En este capítulo se detallan los aspectos legales y administrativos de la PyME productora de aceite de Motacú, desde la constitución legal hasta la estructura organizativa y los procedimientos administrativos necesarios para su funcionamiento.

4.1.1 Personería Jurídica

La empresa se constituirá como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), una estructura legal adecuada para pequeñas y medianas empresas. Esta forma jurídica permite que los socios limiten su responsabilidad a los aportes de capital, protegiendo su patrimonio personal. La SRL es fácil de administrar y se ajusta a las necesidades de la empresa, que tiene un enfoque familiar y de proximidad con la comunidad.

4.1.2 Registro Legal

Para operar legalmente en Bolivia, la empresa debe cumplir con una serie de registros legales:

- Registro en Fundempresa: Se inscribirá la sociedad en Fundempresa para obtener la matrícula de comercio.
- Número de Identificación Tributaria (NIT): Se gestionará ante el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) el NIT para cumplir con las obligaciones fiscales.
- Registro de Proveedores del Estado (RUPE): Para habilitarse como proveedor del Estado en caso de realizar ventas institucionales.
- Licencia de Funcionamiento: Otorgada por el Gobierno Municipal de Puerto Gonzalo Moreno.

- Registro en la Cámara Nacional de Comercio: Para integrar la empresa en la red comercial del país.
- Registro Sanitario: Como productora de un bien alimenticio, la PyME deberá tramitar el registro sanitario ante el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG).

4.1.3 Organización Empresarial

La estructura organizacional de la PyME será jerárquica y funcional, permitiendo una clara delimitación de responsabilidades y flujos de comunicación eficientes. La estructura organizativa incluye los siguientes cargos clave:

- Gerente General: Responsable de la toma de decisiones estratégicas y de la supervisión general de las operaciones de la empresa.
- Jefe de Producción: Responsable de gestionar la producción, asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad y coordinar el proceso de manufactura.
- Jefe de Ventas y Marketing: Encargado de la promoción, publicidad y ventas del producto, así como de gestionar las relaciones con los clientes.
- Contador: Responsable de la gestión financiera, control de costos, presupuestos y reportes fiscales.
- Supervisor de Planta: Encargado de supervisar al personal de producción y asegurar que se cumplan los estándares de seguridad y eficiencia en la planta.
- Operarios de Producción: Personal encargado de las tareas diarias de producción del aceite.

4.1.4 Personal

La PyME contará con un equipo básico de personal que cubrirá las áreas clave de la producción y la administración:

- Gerente General: (1) Dirige y administra la empresa.
- Jefe de Producción: (1) Coordina y supervisa las actividades productivas.
- Operarios de Planta: (4) Realizan las tareas de extracción y procesamiento del aceite.
- Jefe de Ventas y Marketing: (1) Planifica y ejecuta estrategias de marketing y ventas.
- Contador: (1) Responsable de la administración financiera.

4.1.5 Procedimientos Técnico-Administrativos

Control de Inventarios: Se llevará un control detallado de las materias primas (frutos de Motacú), insumos y productos terminados. El responsable de este control será el Jefe de Producción, quien gestionará las entradas y salidas de inventario para evitar desperdicios o faltantes.

- Gestión Financiera: El Contador será responsable de la planificación financiera, presupuesto y control de gastos. Se utilizarán sistemas de software contable para llevar un registro actualizado de ingresos, egresos y balances financieros.
- Proceso de Venta y Facturación: El Jefe de Ventas y Marketing gestionará el proceso de ventas. Las ventas serán registradas mediante un sistema de facturación electrónica, cumpliendo con las normativas del SIN para la emisión de facturas.

- **Control de Calidad:** Se implementarán procedimientos de control de calidad en la planta para asegurar que el aceite de Motacú cumpla con los estándares sanitarios y de calidad establecidos. Estos procedimientos serán supervisados por el Jefe de Producción.
- **Capacitación del Personal:** Se organizarán programas de capacitación interna para el personal en temas de manejo de maquinaria, higiene, seguridad industrial y técnicas de producción, a fin de mantener estándares óptimos en la planta de producción.
- **Reporte y Evaluación:** Mensualmente, el Gerente General se reunirá con los jefes de área para evaluar el desempeño y ajustar las estrategias según los resultados financieros y operativos obtenidos.

Esta organización garantiza que la empresa funcione de manera eficiente y conforme a la normativa vigente, con una clara división de responsabilidades y un enfoque en la optimización de los procesos productivos y administrativos.

4.2 Fuentes de Información (Que Sustentan la idea de Negocio)

Para desarrollar y sustentar la idea de negocio de la creación de una PyME productora de aceite de Motacú en la comunidad Las Piedras, Municipio Puerto Gonzalo Moreno, se recurrió a diversas fuentes de información que respaldan su viabilidad y potencial éxito. Estas fuentes incluyen tanto investigaciones de mercado como estudios técnicos y consultas con expertos del sector. Las principales fuentes de información utilizadas fueron:

4.2.1. Investigación de Mercado Local

Se realizó un análisis del mercado local en la comunidad de Las Piedras y áreas aledañas, identificando una demanda potencial de productos naturales y sostenibles como el aceite de

Motacú, debido a las preferencias crecientes por productos saludables y amigables con el medio ambiente. El estudio también reveló la escasa oferta de aceite de Motacú en el mercado, lo que representa una oportunidad única para la creación de este negocio. La información sobre el mercado fue recopilada a través de encuestas, entrevistas en profundidad y datos obtenidos de asociaciones de productores locales.

4.2.2. Fuentes Bibliográficas y Estudios Científicos

El valor nutricional y las propiedades del aceite de Motacú están documentados en varias investigaciones y estudios científicos. Estas fuentes destacan las ventajas del Motacú como un producto natural con propiedades antioxidantes, antiinflamatorias y beneficios para la salud cardiovascular. Estudios sobre los frutos de la palma de Motacú proporcionan una base científica que apoya su uso y comercialización como aceite comestible y cosmético, incrementando su atractivo entre consumidores conscientes de la salud.

Publicaciones científicas sobre el aceite de palma de Motacú: Estudios realizados por universidades y centros de investigación sobre las propiedades del aceite de Motacú, su proceso de extracción y los beneficios para la salud.

Informes sobre biodiversidad y sostenibilidad: Documentos que demuestran la abundancia del Motacú en la región amazónica de Bolivia y la viabilidad de su cosecha sostenible.

4.2.3. Datos Estadísticos Nacionales y Regionales

Las estadísticas proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadística de Bolivia (INE) y el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural fueron esenciales para evaluar la producción agrícola, el crecimiento económico en el área y las tendencias del sector alimentario y de productos naturales. Estos datos ayudan a entender el contexto económico en el que se

desarrollará la empresa y a prever la demanda futura de productos naturales como el aceite de Motacú.

4.2.4. Información de Proveedores y Estudios de Costo

Se realizaron contactos con posibles proveedores de insumos y equipos para la extracción del aceite. Se obtuvieron cotizaciones de maquinaria, vehículos y equipos necesarios para la producción, permitiendo elaborar un presupuesto preciso y factible para la implementación del proyecto. Además, se estudiaron las opciones de subcontratación de ciertos procesos, lo cual influyó en las decisiones sobre la estructura de costos y operaciones.

4.2.5. Expertos del Sector

Se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con productores locales de aceite y expertos en agroindustria, quienes proporcionaron información valiosa sobre las técnicas más eficientes de producción, los desafíos a los que se enfrenta la industria y las mejores prácticas para asegurar la calidad del producto. Estas entrevistas permitieron obtener un conocimiento detallado del proceso de producción y comercialización del aceite de Motacú, desde su cosecha hasta su venta en el mercado.

4.2.6. Tendencias Globales del Mercado de Productos Naturales

El auge de los productos naturales y orgánicos en mercados internacionales ofrece un contexto favorable para la expansión del aceite de Motacú más allá del mercado local. Informes de tendencias de mercado de productos orgánicos y naturales, tanto a nivel regional como global, indican una creciente demanda de aceites vegetales de origen sostenible, lo que refuerza la viabilidad de la empresa en un contexto más amplio.

4.2.7. Documentación Legal y Regulatoria

Para crear una empresa en Bolivia, es fundamental cumplir con ciertos requisitos legales y regulatorios, que garantizan que la empresa opere conforme a las normativas nacionales y locales, los principales documentos normativos y requeridos:

a) Registro de Comercio en SEPREC

Toda empresa debe registrarse en la Fundación para el Desarrollo Empresarial (SEPREC), que se encarga de otorgar el Registro de Comercio. Este proceso legaliza la empresa y la habilita para realizar actividades comerciales. Los documentos requeridos incluyen:

- Solicitud de Registro de Comercio.
- Escritura de Constitución de la empresa (notariada y protocolizada).
- Documento de identidad de los socios o propietario.
- Comprobante de depósito bancario correspondiente a la tarifa de registro.

b) Número de Identificación Tributaria (NIT)

Para operar legalmente, es obligatorio obtener el NIT de la empresa en el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN). Este número permite realizar todas las actividades tributarias, incluyendo la emisión de facturas y la declaración de impuestos. La empresa debe presentar:

- Formulario de inscripción al NIT.
- Escritura de constitución de la empresa.
- Documentación de los representantes legales.
- Comprobante de domicilio de la empresa.

c) Licencia de Funcionamiento Municipal

Cada empresa debe contar con una Licencia de Funcionamiento otorgada por el gobierno municipal donde operará. Este permiso autoriza la actividad comercial y depende de los requisitos específicos de cada municipio. Generalmente se requiere:

- Formulario de solicitud de Licencia de Funcionamiento.
- Copia de la Escritura de Constitución.
- Comprobante del pago de la tasa de licencia.
- Certificado de Uso de Suelo.

d) Registro en la Caja Nacional de Salud (CNS) y AFPs

Si la empresa tendrá empleados, es obligatorio registrarlos en la Caja Nacional de Salud (CNS) y en las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFPs) para cumplir con los aportes de seguro de salud y pensión. La empresa debe presentar:

- Formulario de registro para la CNS.
- Formulario de afiliación de cada empleado a una AFP.
- Documento que acredita el inicio de actividades (por ejemplo, el NIT).

e) Registro en el Ministerio de Trabajo

La inscripción en el Ministerio de Trabajo es obligatoria para cumplir con la normativa laboral vigente en Bolivia. Este registro permite que la empresa declare las condiciones de trabajo de sus empleados y realice la presentación de contratos laborales. Requerir:

- NIT y Licencia de Funcionamiento.
- Declaración Jurada de apertura del establecimiento.
- Documentos de identidad del empleador y trabajadores.

- f) Cumplimiento de Normas Ambientales (según la Ley de Medio Ambiente y su reglamento)

Dependiendo de la actividad de la empresa, es posible que deba cumplir con normativas ambientales específicas, especialmente si el negocio involucra el uso de recursos naturales o actividades que puedan afectar el medio ambiente. Los documentos específicos varían, pero pueden incluir:

- Estudio de Impacto Ambiental.
- Licencia Ambiental emitida por el Ministerio de Medio Ambiente y Agua.
- Certificados de sostenibilidad y permisos específicos para el uso de recursos naturales.

- g) Normativas Sanitarias (para productos alimenticios, cosméticos, o farmacéuticos)

Para empresas que producen o comercializan productos alimenticios, cosméticos o farmacéuticos, es obligatorio cumplir con normativas sanitarias y obtener permisos del Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG) y el Ministerio de Salud. Los requisitos incluyen:

- Registro Sanitario de los productos.
- Certificado de Buenas Prácticas de Fabricación.
- Permisos de comercialización y rotulación de productos.

- h) Registro de Propiedad Intelectual (opcional, según el tipo de empresa)

Si la empresa desea proteger su marca, logotipo o cualquier propiedad intelectual, puede registrarla en el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI). Esto protege el uso exclusivo de la marca en el territorio boliviano. Requisitos incluyen:

- Solicitud de registro de marca o logotipo.
- Pago de tasas correspondientes.
- Documentación de propiedad del diseño o marca.

i) Cumplimiento de Normas Sectoriales Específicas

normativas Existens específicas que regulan diferentes sectores económicos.

Dependiendo de la actividad de la empresa, podría ser necesario cumplir con requisitos adicionales, tales como:

- Normas de calidad ISO para el sector fabricante.
- Reglamentos específicos para el sector agroindustrial o minero.
- Permisos adicionales para el sector financiero o de seguros.

j) Actualización y Cumplimiento de Normas Tributarias y Laborales (de acuerdo a la normativa vigente)

La empresa debe actualizarse continuamente respecto a las disposiciones del SIN y el Ministerio de Trabajo para cumplir con todas las obligaciones fiscales y laborales. Esto incluye:

- Presentación mensual de declaraciones de impuestos (IVA, IT, RC-IVA).
- Pago de aportes a la seguridad social y fondo de pensiones de los empleados.
- Cumplimiento de regulaciones de la Ley General del Trabajo.

CAPITULO V

5.1 Conclusiones

El análisis de la demanda de consumo del aceite de motacú revela un creciente interés en productos naturales y sostenibles dentro de los mercados locales y regionales. Este diagnóstico ha sido fundamental para identificar la viabilidad del producto en el mercado, destacando el potencial del aceite de motacú como una alternativa atractiva en sectores de alimentación, cosmética y medicina tradicional. La investigación de la demanda muestra que el consumidor moderno valora cada vez más los productos que no solo aportan beneficios a la salud, sino que también se obtienen de forma ética y responsable con el medio ambiente.

La estructuración de procedimientos y mecanismos para la creación de una Pyme productora de aceite de motacú ha sido esencial para asegurar una base sólida desde la cual operar. Se diseñaron procedimientos que permitan la legalización de la empresa en el marco normativo boliviano, al mismo tiempo que establecieron políticas internas para la organización administrativa y la comercialización. Además, estos procedimientos buscan garantizar el cumplimiento de normas de calidad en cada etapa de producción, asegurando que el producto final cumpla con los estándares del mercado y con los valores de sostenibilidad.

El análisis de técnicas de producción permitió establecer un proceso eficiente, que aprovecha al máximo los recursos disponibles en la región de Las Piedras, respetando prácticas de sostenibilidad ambiental. A través de la evaluación de métodos adecuados para la extracción y procesamiento del aceite de motacú, se han establecido técnicas que optimizan la calidad del producto, al mismo tiempo que reducen el impacto ambiental. Este enfoque contribuye tanto a la viabilidad económica de la empresa como a la conservación de los recursos naturales, promoviendo un modelo de negocio respetuoso con el medio ambiente.

La estructuración de la propuesta empresarial permite contar con una guía integral para la puesta en marcha de la Pyme, que abarca desde la planificación de producción hasta la comercialización y distribución del producto en el mercado. Esta propuesta incluye un modelo organizativo, estrategias de marketing y un esquema de financiamiento que respalda la sostenibilidad financiera del proyecto. La propuesta final establece una visión clara sobre la misión de la empresa y sus objetivos de impacto en la comunidad, tales como la generación de empleo local y la promoción del desarrollo económico en el municipio de Puerto Gonzalo Moreno.

5.2 Recomendaciones

Establecer una estrategia de marketing: Se recomienda desarrollar una estrategia de marketing específica para el aceite de Motacú, orientada a resaltar sus beneficios naturales y sostenibles. Esta estrategia ayudará a posicionar el producto en mercados locales y regionales, ampliando su alcance y visibilidad.

Capacitación continua: Es esencial capacitar continuamente a los miembros de la comunidad en técnicas de recolección, producción y gestión empresarial. Esto asegurará una operación eficiente y una calidad constante del producto, además de fortalecer las capacidades locales para la gestión autónoma del negocio.

Alianzas estratégicas: Para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento de la Pyme, se recomienda establecer alianzas estratégicas con distribuidores y puntos de venta que faciliten el acceso al mercado. Estas alianzas pueden incluir tanto el mercado local como regional y nacional.

Prácticas de sostenibilidad ambiental: La implementación de prácticas sostenibles es fundamental para la conservación del recurso natural Motacú. Se recomienda adoptar medidas para garantizar la regeneración de las palmeras y minimizar el impacto ambiental, promoviendo así un modelo de negocio respetuoso con el entorno natural.

REFERENCIA

- Agrojusto. (2023). *Cómo producir y comercializar productos orgánicos*. Recuperado de <https://agrojusto.com.ar/blog/como-producir-y-comercializar-productos-organicos/>
- Amaya, J. (2006). *Sondeo de mercado para acomodar el producto al mercado más rentable*.
- Aula CM. (2023). *18 Pasos para Crear una Empresa o Montar un Negocio*. Recuperado de <https://aulacm.com/crear-empresa-negocio/>
- Banque Mondiale. (2023). *Perspectivas económicas mundiales*. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/publication/global-economic-prospects>
- Boardmix. (2023). *10 ejemplos de cadena de valor para lograr el éxito empresarial*. Recuperado de <https://boardmix.com/es/examples/value-chain-analysis/>
- Cámara de Comercio. (2023). *Primeros pasos para crear una empresa desde cero*. Recuperado de <https://www.camara.es/blog/primeros-pasos-crear-empresa-desde-cero>
- CBI. (2023). *Canales de distribución - LegisComex*. Recuperado de <https://www.legiscomex.com/Documentos/alorganicosuecanales>
- CEPAL. (2023). *Desarrollo económico*. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-economico>
- CEPAL. (2023). *Desarrollo sostenible: Un enfoque integral*. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-sostenible>
- Coca-Cola FEMSA. (2023). *Sostenibilidad ambiental: ¿Qué es y por qué su importancia?*. Recuperado de <https://coca-colafemsa.com/noticias/blog-que-es-y-porque-importa-la-sostenibilidad-ambiental/>
- Economipedia. (2023). *Cadena de valor - Qué es, tipos y ejemplos*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>

Fondo Monetario Internacional. (2023). *Perspectivas económicas mundiales*. Recuperado de <https://www.imf.org/es/Publications/WP/Issues/2023/01/01/World-Economic-Outlook>

Fondo Monetario Internacional. (2024). *La economía mundial sigue mostrando resiliencia*. Recuperado de <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2024/04/16/global-economy-remains-resilient-despite-uneven-growth-challenges-ahead>

Fundación Wiese. (2023). *¿Qué es la sostenibilidad ambiental y cómo impacta en nuestras vidas?* Recuperado de <https://www.fundacionwiese.org/blog/es/que-es-la-sostenibilidad-ambiental-y-como-impacta-en-nuestras-vidas/>

Gobierno de México. (2023). *Conoce las cadenas de valor*. Recuperado de <https://www.gob.mx/inaes/articulos/conoce-las-cadenas-de-valor>

Hayas Marketing. (2023). *Marketing Natural: Atrae a tus Clientes de forma orgánica*. Recuperado de <https://hayasmarketing.com/es/marketing-natural-atrae-a-tus-clientes-de-forma-organica/>

HubSpot. (2023). *11 pasos para crear una empresa (+ infografía y plantilla)*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/sales/pasos-para-crear-una-empresa>

HubSpot. (2023). *Qué es una pyme, cuáles son sus características y qué tipos existen*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-pyme>

INIA. (2023). *Comercialización de productos orgánicos*. Recuperado de <https://biblioteca.inia.cl/server/api/core/bitstreams/1076bb7e-b049-49af-a60c-a10dc83ba61b/content>

Instituto de Investigaciones Amazónicas. (2023). *Extracción de aceite de motacú*. Recuperado de <https://iniam.umsa.bo/extraccion-de-aceite-de-motacu>

- ISDI. (2023). *¿Qué es la cadena de valor empresarial?: Guía y ejemplos*. Recuperado de <https://www.isdi.education/es/blog/que-es-la-cadena-de-valor-empresarial/>
- LegisComex. (2023). *Canales de distribución*. Recuperado de <https://www.legiscomex.com/Documentos/alorganicosuecanales>
- MAPFRE. (2023). *¿Qué es el impacto ambiental y cómo se mide?*. Recuperado de <https://www.mapfre.com/actualidad/sostenibilidad/impacto-ambiental/>
- Mundo Expo Pack. (2020). *Panorama de la industria de productos orgánicos y naturales*. Recuperado de <https://www.mundoexpopack.com/procesamiento/article/21194834/panorama-de-la-industria-de-productos-organicos-y-naturales>
- Rodríguez Osuna, V. (2006). *Información para la comercialización de productos forestales no maderables en el Territorio Indígena y Parque Nacional Isiboro - Sécuré (TIPNIS)*. Proyecto MAPZA – GTZ – GFA SERNAP.
- Soluciones Empresariales. (2023). *La cadena de valor: qué es y cómo hacerla*. Recuperado de <https://solucionesempresariales.trevenque.es/la-cadena-de-valor-que-es-y-como-hacerla/>
- Trujillo Dávalos, E. A. (2004). *Perfil de Tesis: Estudio de viabilidad para el aprovechamiento de productos forestales no maderables en el TIPNIS: Caso del aceite de motacú*. Recuperado de <https://tipnisboliviaorg.wordpress.com/2018/11/15/perfil-de-tesis-de-grado-estudio-de-viabilidad-para-el-aprovechamiento-de-productos-forestales-no-maderables-en-el-tipnis-caso-del-aceite-de-motacu-attalea-phalerata/>
- United Nations. (2023). *Sustainable Development Goals*. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>

Universidad Europea. (2023). *¿Qué es la sostenibilidad ambiental?*

Recuperado de <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-sostenibilidad-ambiental/>

Wikipedia. (2023). *Desarrollo económico*. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_econ%C3%B3mico

Zendesk. (2023). *Cadena de valor: Definición, ejemplos y guía*. Recuperado de <https://www.zendesk.es/blog/value-chain/>

ZoomWorkers. (2023). *Impacto Ambiental: Clave en las Finanzas Sostenibles.* Recuperado de <https://www.zoomworkers.com/es-es/blog-de-gestion/impacto-ambiental-clave-en-las-finanzas-sostenibles>

ANEXOS

ANEXO N° 1 CUESTIONARIO DE ENCUESTA: CREACIÓN DE UNA PYME

PRODUCTORA DE ACEITE DE MOTACÚ:

Instrucciones: Por favor, marque la opción que mejor refleje su opinión o situación. Su participación es completamente anónima y sus respuestas serán utilizadas únicamente con fines de investigación.

1. Datos Generales

¿Cuál es su edad?

Menos de 18 años

18-25 años

26-35 años

36-45 años

Más de 45 años

¿Cuál es su género?

Masculino

Femenino

Otro

¿Cuál es su ocupación?

Productor de Motacú

Comerciante

Estudiante

Ama de casa

Otro (especificar): _____

2. Conocimiento y Consumo del Aceite de Motacú

¿Conoce el aceite de Motacú?

Sí

No

¿Ha consumido aceite de Motacú en el último año?

Sí

No

¿Qué tan importante considera el aceite de Motacú en su dieta?

Muy importante

Importante

Poco importante

No importante

¿Cuál es su percepción sobre la producción de aceite de Motacú para mejorar la economía local?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

¿Estaría dispuesto a comprar aceite de Motacú producido localmente?

Sí

No

ANEXO N°2 GUÍA DE ENTREVISTAS

Instrucciones: Esta guía se utilizará para realizar entrevistas con productores locales, consumidores y expertos en el área. El objetivo es obtener información detallada y matizada sobre el contexto, las oportunidades y los desafíos relacionados con la producción y comercialización del aceite de Motacú.

1. Información General del Entrevistado

Nombre del entrevistado:

Ocupación o rol en la comunidad:

Tiempo de experiencia en la producción/comercialización del aceite de Motacú:

2. Contexto de Producción

¿Cómo describiría el proceso de producción del aceite de Motacú en su comunidad?

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta en la producción de aceite de Motacú?

¿Qué recursos (naturales, técnicos, humanos) considera más importantes para la producción del aceite de Motacú?

3. Mercado y Comercialización

¿Cómo percibe la demanda de aceite de Motacú en su región?

¿Cuáles son los principales canales de distribución que utiliza para comercializar el aceite de Motacú?

¿Qué estrategias de marketing considera más efectivas para promover el aceite de Motacú?

4. Percepción del Consumidor

¿Qué cree que piensan los consumidores sobre el aceite de Motacú?

¿Ha notado alguna tendencia en el consumo de productos naturales, como el aceite de Motacú?

5. Oportunidades y Futuro

¿Qué oportunidades ve para el crecimiento de la producción y comercialización del aceite de Motacú en el futuro?

¿Cuáles son las áreas de mejora que considera importantes para aumentar la competitividad del aceite de Motacú en el mercado?

¿Hay algo más que le gustaría agregar sobre la producción y comercialización del aceite de Motacú?

Agradecimiento

¡Gracias por su tiempo y por compartir su experiencia! Su opinión es fundamental para el desarrollo de este proyecto.

ANEXO N°3 REGISTRO DE OBSERVACIÓN

| Etapa | Aspecto Observado | Descripción de la Observación | Fortalezas Detectadas | Áreas de mejora | Comentarios adicionales |
|--------------------------|---|-------------------------------|-----------------------|-----------------|-------------------------|
| 1. Recolección | Técnica de recolección | | | | |
| | Estado de las palmeras y frutos | | | | |
| | Frecuencia de recolección | | | | |
| | Cantidad de frutos recolectados | | | | |
| 2. Almacenamiento | Condiciones de almacenamiento | | | | |
| | Tiempo de almacenamiento | | | | |
| | Control de temperatura y humedad | | | | |
| 3. Proceso de extracción | Técnica de extracción | | | | |
| | Equipos y herramientas utilizadas | | | | |
| | Condiciones de higiene | | | | |
| 4. Envasado | Procedimiento de envasado | | | | |
| | Material del envase | | | | |
| | Etiquetado y almacenamiento de producto | | | | |

ANEXO N° 4 FOTOGRAFÍAS



