

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO**  
UNIDAD ACADÉMICA LAS PIEDRAS  
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
FINANCIERAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



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

“Diseño de una Empresa Productora y Comercializadora de Chivé”

Postulante: Univ. Claudia Rebeca Rodríguez Eamara

Tutor: Mgr. Lic. Emilio Suarez Chiripuy

Las Piedras - Pando – Bolivia

Diciembre-2024

## HOJA DE APROBACIÓN

Nómina y rúbrica del tribunal evaluador de la exposición y defensa del trabajo final de investigación en la Modalidad de Proyecto de Grado del Programa de Administración de Empresas, misma que lleva por Título: “Diseño de una Empresa Productora y Comercializadora de Chivé”

N°	FUNCIÓN TRIBUNAL	NOMBRE Y APELLIDOS	C. I.	FIRMA
1	Presidente	Ing. Eddy Salinas Sánchez	.....	.....
2	Secretario	Lic. Alexander Cuellar Tirina	.....	.....
3	Vocal 1	Lic. Elena Chávez Aparicio	.....	.....
4	Vocal 2	Ing. Maria E. Ávila Ayala	.....	.....
5	Vocal 3	Ing. Wisner Ávila Valera	.....	.....
6	Tutor	Mgr.Lic. Emilio Suarez Churipuy	.....	.....
7	Postulante	Univ. Claudia Rebeca Rodríguez Eamara	.....	.....

Sello de la institución

## DEDICATORIA

A Dios: Porque gracias a él y la sabiduría que me dio he podido lograr mis metas esperadas.

A mis Padres: Antonio Rodríguez y Magdalena Gamarra mis pilares fundamentales dándome cada consejo y no dejarme caer, brindarme todo el apoyo incondicional gracias los amo.

A mis hermanos: Jacob, Ónice y Magdiel gracias a ustedes por ayudarme y darme su apoyo cuidarme de mis princesas.

A mis Hijas: Amores míos esto es por ustedes y para ustedes gracias por su comprensión y ser mi aliento diario por darme fuerza para seguir las amo.

A mis tres incondicionales:

Daniel, Shinyi y Fernanda a ustedes mil gracias por estar a mi lado y apoyarme en todo y cada día de aventura.

A mi Ángel preciosa:

Mami esto es también para ti tu creíste en mí, cuando yo creí que podía estar orgullosa  
Te amo Gracias.

## AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a:

Dios por la guía, la sabiduría y la fortaleza que me ha brindado a lo largo de este camino.

Mis padres Antonio Rodríguez y Magdalena Eamara por su incondicional apoyo, amor y sacrificio. Su presencia ha sido fundamental en mi formación personal y profesional.

Mis docentes Lic. Elena Chávez y Lic. Luz María Otha gracias a sus palabras y su dedicación y orientación me han ayudado a crecer y alcanzar mis metas y mi tutor el Mgr. Lic. Emilio Suarez Chiripuy gracias por su orientación y experiencia en estoy a punto de terminar mi etapa profesional.

También agradecer a cada una de las personas que de alguna manera contribuyeron a mi crecimiento y desarrollo durante esta etapa.

Este proyecto es el resultado de la colaboración y el apoyo de cada una de ellas.

Gracias por ser parte de mi trayectoria

## Índice

CAPITULO I .....	11
1.1. Antecedentes .....	11
1.2. Descripción del problema .....	14
1.3. Formulación del Problema .....	15
1.4. Justificación .....	15
1.5. Objetivos .....	18
<i>1.5.1. Objetivo General</i> .....	18
<i>1.5.2. Objetivos Específicos</i> .....	18
1.6. Marco conceptual.....	19
<i>1.6.1. Chive</i> 19	
<i>1.6.2. Propiedades</i> .....	19
<i>1.6.3. Beneficios</i> .....	19
<i>1.6.4. Empresa Comercializadora</i> .....	20
<i>1.6.5. Empresa Productora</i> .....	21
<i>1.6.6. Estudio de Mercado</i> .....	21
<i>1.6.7. Oferta</i> 21	
<i>1.6.8. Demanda</i> .....	21
<i>1.6.9. Estudio Técnico</i> .....	22
<i>1.7.1. Producción</i> .....	22

1.7.2. Estudio Organizacional .....	22
1.8. Metodología .....	23
1.8.1. Tipo de investigación .....	23
1.8.2. Diseño de investigación .....	23
1.8.3. Método de investigación .....	23
1.8.4. enfoque de investigación.....	23
1.8.5. Técnica de investigación.....	23
1.8.6. Universo o población.....	24
1.8.7. Muestra	25
CAPITULO II.....	27
2.1. Definición del Negocio .....	27
2.1.1. Naturaleza de la Empresa.....	27
2.1.2. Concepto de negocio.....	27
2.1.3. El Producto y su generación de valor.....	27
2.1.4. Misión	28
2.1.5. Visión	28
2.1.7. Estrategias Competitivas .....	28
2.2. Mercado .....	29
2.2.1 Producción de Yuca en el departamento del Beni.....	29
2.2.2. Consumidor Especifico .....	31

2.2.3. Satisfacción de necesidades y deseos .....	34
2.2.4. Potencial de mercado .....	34
2.2.5. La Competencia .....	35
2.2.6. Barreras de entradas y salidas .....	37
2.2.7. Segmentación de mercado .....	38
2.2.8. Potencial de ventas .....	39
2.2.9. Pronostico de ventas .....	40
2.3.1. El Cliente Objetivo.....	47
2.3.2. Estrategias de marketing .....	47
2.3 Operaciones de Producción.....	48
2.3.1 Diseño y desarrollo del producto .....	48
2.3.2. Descripción técnica y funcional del producto .....	50
2.3.3. Característica de calidad del producto .....	50
2.3.4. Proceso de Producción.....	52
2.3.6. Descripción de Personal cargo y funciones: .....	57
2.3.7. Maquinarias, equipos y vehículos.....	64
2.3.8. Descripción específica de Características técnicas .....	67
2.3.9. Insumo	69
2.4.1. Planta	73
CAPITULO III.....	74

3.1. Finanzas .....	74
3.1.1. Presupuesto de Inversión.....	74
3.1.2. Presupuesto de operaciones .....	76
3.1.3. Punto de equilibrio .....	76
3.1.4. Financiamiento .....	77
3.1.5. Flujo de caja .....	82
3.1.6. Evaluación financiera.....	92
CAPITULO IV.....	94
4.1 Organización Administrativa .....	94
4.1.1. Personería Jurídica .....	94
4.1.2. Registro Legal.....	95
4.1.3. Organización Empresarial.....	96
4.1.4. Personal.....	98
4.1.5. Procedimientos técnicos administrativos .....	98
4.1. Fuente de Información que Sustente el Negocio .....	103
CAPITULO V.....	104
5.1. Conclusión .....	104
5.2. Recomendaciones .....	104
5.3. Bibliografía Referencia.....	105

## Índice de Tablas

Tabla 1 Composición Química de la Yuca .....	20
Tabla 2 Población de Estudio de Mercado .....	25
Tabla 3 Análisis de la Competencia.....	36
Tabla 4 Principales Productos Agrícolas - Municipio de Riberalta.....	36
Tabla 5 Potencial de Venta .....	39
Tabla 6 Pronostico de Venta.....	40
Tabla 7 Estimación de la Demanda en Familia .....	40
Tabla 8 Estimación de la Demanda .....	41
Tabla 9 Estimación de la Demanda de Familia .....	44
Tabla 10 Demanda Total Anual .....	44
Tabla 11 Tipos de chive.....	51
Tabla 12 Especificaciones Técnicas del Producto.....	52
Tabla 13 Maquinarias y/o Equipos .....	64
Tabla 14 Insumo de Administración.....	69
Tabla 15 Requerimiento de Material de Escritorio.....	69
Tabla 16 Requerimiento de Material de Limpieza .....	71
Tabla 17 Presupuesto del Proyecto .....	74
Tabla 18 Capital de Operaciones .....	76
Tabla 19 Financiamiento.....	77
Tabla 20 Costo de Producción .....	80
Tabla 21 Flujo de Caja del Proyecto de Chive .....	82
Tabla 22 Supuestos Escenario .....	88

Tabla 23 Insumos del Proyecto.....	88
Tabla 24 Producción .....	90
Tabla 25 Personal de la Empresa .....	98

## Índice de figuras

Figura 1 Producción de Yuca Departamento del Beni.....	29
Figura 2 Consumo de Chivé en el Hogar.....	31
Figura 3 Consumo de Chivé por Familia al Mes .....	32
Figura 4 Forma de Adquisición de Chivé.....	32
Figura 5 Tipo de Chive .....	33
Figura 6 Aceptación de la Empresa .....	33
Figura 7 Lugar de Adquisición de Chivé.....	34
Figura 8 Diseño y desarrollo del producto.....	48
Figura 9 Proceso de Industrialización del Chive .....	50
Figura 10 Organigrama.....	63
Figura 11 Rayador Metálico .....	65
Figura 12 Prensa Metálica .....	65
Figura 13 Horno Industrial.....	65
Figura 14 Municipios Productores de Yuca Proveedores.....	72

## Índice de anexos

Anexo 1 Planta de yuca donde se obtiene la materia prima. ....	106
Anexo 2 Recolección de yuca materia prima .....	106
Anexo 3 Planta de yuca.....	106
Anexo 4 Materia prima yuca.....	106

## RESUMEN

El presente proyecto es tomar una oportunidad de Plan de Negocio, a través de la empresa productora y comercializadora de Chivé en la ciudad de Riberalta. La creación de esta empresa permitirá el aprovechamiento de la materia prima agrícola, específicamente de la yuca, dándole un valor agregado, dando trabajo laboral a muchas personas, desarrollo económico de la región amazónica.

El estudio de mercado el en cual se observó que existe demanda del producto y un mercado asegurado de consumo de un producto terminado.

Se realizó el estudio técnico y organizacional que permitió determinar la una Sociedad de Responsabilidad Limitada familiar y localización de la empresa, el diseño del proceso de producción para cubrir con el 30% del total de la demanda que la empresa.

Finalmente se realizó un estudio económico financiero, en el que se demostró mediante los indicadores la implementación de la empresa de Chivé es viable y rentable, beneficios positivos en cinco años la cual se recomienda buscar financiadores para su ejecución.

Palabras Clave: Estudio de mercado, demanda, oferta, producción, productividad, organización y administración.

## ABSTRACT

This project is to take a Business Plan opportunity, through the Chivé production and marketing company in the city of Riberalta. The creation of this company will allow the use of agricultural raw materials, specifically cassava, giving it added value, providing work for many people, and economic development of the Amazon region.

The market study in which it was observed that there is demand for the product and an assured market for the consumption of a finished product.

The technical and organizational study was carried out that allowed determining a family Limited Liability Company and location of the company, the design of the production process to cover 30% of the company's total demand.

Finally, an economic and financial study was carried out, in which it was demonstrated through the indicators that the implementation of the Chivé company is viable and profitable, with positive benefits in five years, which is why it is recommended to seek financiers for its execution.

Keywords: Market study, demand, supply, production, productivity, organization and administration.

## CAPITULO I

### 1.1. Antecedentes

El chive de yuca, una bebida tradicional y ancestral elaborada a partir de la yuca, ha ganado relevancia más allá de las fronteras de sus países de origen, encontrando interés en el mercado internacional. Esta bebida, profundamente enraizada en las costumbres de algunas culturas indígenas sudamericanas, especialmente en la Amazonía, es valorada tanto por sus propiedades nutricionales como por su sabor distintivo y el proceso artesanal de su elaboración.

A medida que el consumo global se orienta hacia productos naturales y tradicionales, el chive de yuca comienza a despertar interés entre consumidores de distintas regiones. Las propiedades de la yuca, fuente importante de carbohidratos complejos, y su bajo contenido de grasas, lo convierten en una alternativa saludable y atractiva para el mercado de bebidas exóticas. Además, el proceso de elaboración tradicional, que incluye el rallado, secado y tostado de la yuca, resuena con las tendencias actuales de consumo que valoran los productos con historias culturales y modos de producción sostenibles.

En Bolivia, el consumo de chive de yuca, es una tradición que data de tiempos ancestrales y está especialmente arraigada en las regiones amazónicas y orientales, como Beni y Pando. Este producto, elaborado a partir de la yuca rallada y tostada, forma parte de la cultura alimentaria de diversas etnias indígenas de la Amazonía boliviana, como los Tacana, Cavineño y Tsimane, quienes han conservado la receta y el proceso artesanal de su preparación a lo largo de generaciones. El chive no solo es una bebida, sino un alimento que representa el vínculo entre la población local y su entorno natural, ya que la yuca es uno de los cultivos más importantes de la región.

Históricamente, el chive ha sido consumido en reuniones y festividades comunitarias, además de ser una fuente importante de energía para las comunidades, dadas las propiedades

nutritivas de la yuca. En tiempos recientes, el chive ha comenzado a ser valorado fuera de estos contextos tradicionales, integrándose en mercados locales y nacionales gracias a un creciente interés por productos tradicionales y alimentos sostenibles. Las iniciativas de producción artesanal y comercialización del chive buscan preservar la herencia cultural indígena y apoyar el desarrollo económico de las comunidades productoras, al mismo tiempo que promueven un alimento saludable y propio de la biodiversidad boliviana.

El creciente interés en este tipo de productos representa una oportunidad para la comercialización del chive de yuca en mercados internacionales que buscan experiencias auténticas y sabores nuevos, al mismo tiempo que promueve el conocimiento y la apreciación de las prácticas culturales de las comunidades que han conservado esta bebida durante generaciones.

En el contexto de la ciudad de Riberalta, ubicada en una región de gran riqueza natural en Bolivia, se plantea el desarrollo de un proyecto ambicioso y prometedor: el diseño de una empresa dedicada a la producción y comercialización de Chivé, un producto derivado de las raíces de yuca. Este proyecto busca aprovechar los recursos locales y tradicionales para ofrecer un producto innovador y de alta calidad que pueda satisfacer tanto las demandas del mercado local como las oportunidades de expansión a nivel regional e internacional.

El Chivé, un alimento arraigado en la cultura local, representa una oportunidad única para fusionar tradición y emprendimiento en el barrio Centenario de Riberalta. La yuca, una materia prima abundante en la región, ofrece la base perfecta para la producción de este producto, que se caracteriza por su versatilidad culinaria y su valor nutricional.

El chive de yuca es un producto innovador que combina la textura y versatilidad de la yuca (mandioca o casava) con el sabor y las características del chive (cebollino). A continuación, te ofrezco un ejemplo de antecedentes para un plan de negocio enfocado en la

elaboración de chive de yuca, un producto potencialmente nuevo en el mercado que puede aprovecharse dentro de la industria de alimentos saludables y sostenibles.

La yuca ha sido un cultivo fundamental en América Latina, África y algunas partes de Asia durante siglos. Su cultivo es vital para la seguridad alimentaria de varias regiones, ya que es una fuente rica de carbohidratos y puede crecer en suelos pobres con bajos requerimientos de agua. La yuca se consume en múltiples formas, desde cocida o frita, hasta en harina para la preparación de panes, galletas y otros productos de panadería sin gluten.

En los últimos años, la yuca ha ganado popularidad más allá de sus mercados tradicionales, impulsada por el auge de dietas libres de gluten y su uso en la cocina gourmet. Este tubérculo se está posicionando como un ingrediente clave en la elaboración de productos saludables y nutritivos, debido a su bajo contenido en grasas y azúcares, y su capacidad para adaptarse a diversas aplicaciones culinarias.

La elaboración de chive de yuca surge como una oportunidad innovadora para aprovechar lo mejor de ambos ingredientes. En la búsqueda de nuevas alternativas alimenticias saludables, este producto podría posicionarse como una opción versátil en el mercado de snacks, panificados, y otros productos procesados a base de yuca, donde el chive aporta un sabor distintivo y fresco.

El chive con la yuca ofrece una alternativa saludable para consumidores interesados en productos sin gluten, ricos en carbohidratos naturales y con un perfil de sabor único. Los beneficios del chive y la yuca juntos podrían captar la atención de consumidores preocupados por la salud y el bienestar, al ofrecer un producto rico en nutrientes, fácil de digerir y con un perfil bajo en grasas saturadas.

## 1.2. Descripción del problema

A pesar del crecimiento en la demanda de productos frescos y saludables, la elaboración y comercialización de chive enfrenta varios desafíos que limitan su pleno desarrollo y expansión en el mercado. Los problemas identificados se presentan tanto en las etapas de producción como en la distribución y comercialización, afectando la capacidad de satisfacer las necesidades del mercado y de competir de manera efectiva.

El proceso de cultivo de la yuca, aunque no es extremadamente complicado, sigue dependiendo en gran medida de técnicas tradicionales y mano de obra intensiva. En muchas regiones, la producción de chive se realiza a pequeña escala, sin el uso de tecnologías agrícolas avanzadas, lo que limita la eficiencia y la capacidad de producir a gran escala. Los problemas más comunes incluyen:

Bajos rendimientos por hectárea de la yuca : La falta de acceso a tecnología de precisión, sistemas de riego eficientes o invernaderos limita la productividad de los cultivos, especialmente en zonas con climas adversos.

Dependencia del clima de la yuca: Es susceptible a condiciones climáticas extremas, como heladas o sequías, lo que puede afectar negativamente la producción, especialmente en cultivos al aire libre.

Escasa investigación y desarrollo: Existe poca inversión en investigación de cultivos para mejorar las variedades de yuca en términos de resistencia a plagas, mayor rendimiento o mejor conservación.

La elaboración y comercialización del chive enfrenta una serie de problemas que van desde la falta de tecnificación en la producción y la corta vida útil del producto, hasta una competencia intensa en el mercado de hierbas frescas y la falta de estrategias de marketing efectivas. Abordar estos desafíos requiere una inversión en tecnología, mejores prácticas de

conservación y distribución, y una mayor promoción del producto para mejorar su posicionamiento en el mercado y satisfacer las expectativas de los consumidores modernos.

### **1.3. Formulación del Problema**

¿De qué manera se podría contribuir para que los agricultores puedan obtener un valor agregado de la yuca que producen en la zona?

### **1.4. Justificación**

Se exponen las razones por las cuales es conveniente llevar a cabo el presente trabajo, las mismas que se expresan a través de la justificación económica, social y técnica.

La ciudad de Riberalta, es conocida por su riqueza natural y su fuerte tradición forestales. En esta región, la yuca es uno de los cultivos más importantes, utilizado por generaciones como fuente primaria de alimento y base para creación de varios productos tradicionales. Dentro de esta riqueza de recursos, ha sido parte integral de la dieta local y tiene un potencial significativo para la producción a gran escala y su comercialización. Sin embargo, hasta ahora, no ha habido un esfuerzo estructurado para aprovechar este potencial a través del diseño de una empresa dedicada a la producción y comercialización del Chivé.

Desde un punto de vista económico, este proyecto representa un motor de crecimiento para la ciudad, generando ingresos para los inversionistas y contribuyendo al presupuesto municipal. La empresa impulsará la economía local, integrando a otras empresas y comunidades agrícolas, creando empleos y dinamizando el mercado relacionado con el Chivé.

En el ámbito social, la creación de esta empresa tendrá un impacto positivo en las comunidades locales. A través de la generación de empleo y el aumento de ingresos, el proyecto contribuirá al desarrollo de las zonas productoras, beneficiando directamente a las personas involucradas en el proceso de producción y comercialización del Chivé. Esto se traduce en una mejora en la calidad de vida de las familias locales.

Desde el punto de vista técnico, este proyecto es innovador en la ciudad de Riberalta, siendo la primera empresa legalmente establecida para la producción y comercialización de Chivé. Esta iniciativa establece un precedente para futuros emprendimientos en la región, demostrando el potencial de la yuca y sus productos derivados.

El presente proyecto se justifica en términos económicos por medio del diseño de la empresa dedicada a la producción y comercialización de Chivé que generará ingresos para los inversionistas, así como también incrementará los ingresos municipales o beneficiarios y las comunidades del contexto y producción agrícola, permitiendo la integración de otras empresas y comunidades agrícolas que generen movimiento económico al estar relacionado directa o indirectamente

A través del presente proyecto las contribuciones sociales son las siguientes: apoyará al desarrollo de las zonas productoras de la región, ayudará a incrementar los ingresos de las personas que intervienen en el proceso de producción y comercialización por medio de la generación de empleo brindando así una mejor calidad de vida a las personas.

Técnicamente la implementación del diseño de una empresa productora y comercializadora de un producto derivado de la yuca que es el Chivé es una idea innovadora en la ciudad de Riberalta, ya que en la actualidad no existe una institución u organización establecida legalmente de estas características.

La implementación de una empresa productora y comercializadora de chivé a base de raíces de yuca en el Barrio Centenario de Riberalta municipio de Riberalta tiene significativos beneficios ambientales. Este proyecto fomenta el uso sostenible de recursos es al promover el cultivo de yuca, reduciendo la deforestación y conservando la biodiversidad local. Además, contribuye a la mitigación del cambio climático mediante la absorción de CO<sub>2</sub> por las plantas de yuca y el compostaje de residuos orgánicos. Integrado en un sistema agroecológico, promueve prácticas agrícolas sostenibles y la diversificación de cultivos,

mejorando la resiliencia frente a variaciones climáticas. La producción local disminuye la huella ecológica al reducir la necesidad de transporte, y la empresa sirve como plataforma para la educación y sensibilización ambiental, fomentando la adopción de prácticas sostenibles en la comunidad. En conjunto, el proyecto impulsa el desarrollo y producción de sembrar la yuca en la región.

## **1.5. Objetivos**

### ***1.5.1. Objetivo General***

Diseñar una empresa productora y comercializadora de Chivé en el barrio centenario para darle un valor agregado a la yuca que producen los agricultores de la ciudad de Riberalta.

### ***1.5.2. Objetivos Específicos***

Diagnosticar el estudio de mercado para determinar las necesidades, analizar la demanda y oferta del chive.

Determinar un estudio técnico para el proceso de producción de chive en base a las raíces de yuca.

Definir la estructura organizacional para la empresa de chive:

Determinar el diseño estableciendo los costos para la implementación de la empresa del chive.

## **1.6. Marco conceptual**

### ***1.6.1. Chive***

Según Pérez (2020), “el Chivé es un alimento tradicional amazónico elaborado a partir de las raíces de yuca, conocido por su valor nutritivo y su rol en la dieta de las comunidades locales. El proceso de elaboración del Chivé involucra la fermentación y posterior secado de la yuca, lo que le confiere un vital característico y lo hace adecuado para su almacenamiento y transporte en climas tropicales”.

### ***1.6.2. Propiedades***

La yuca es un tubérculo con alto contenido en hidratos de carbono complejos y por tanto en energía. Es un alimento saludable en cuanto a su alto contenido en vitaminas y minerales. No hay que obviar que para determinadas poblaciones mundiales la yuca es la fuente principal de algunos minerales como el potasio y el calcio, además de vitaminas como la C, la B1, B2 y B5. Además, tiene un alto contenido en agua.

Tiene una densidad de nutrientes esenciales y proteínas muy baja, como le pasa a la patata, por ejemplo.

### ***1.6.3. Beneficios***

Los beneficios desde un punto de vista nutricional, al ser un alimento fácil de digerir, su consumo está recomendado en aquellas personas que sufren de trastornos y afecciones digestivas, como por ejemplo en caso de gastritis o gastritis nerviosa, acidez estomacal, úlcera o colitis y es ideal en una dieta equilibrada precisamente porque es digerida poco a poco, además de contar con un importante poder saciante.

Tal es su poder energético que se convierte en un alimento adecuado para deportistas y para aquellas personas que están sometidas a gran desgaste físico y mental. Por ello es un tubérculo recomendado a cualquier edad, siendo ideal su consumo en niños en crecimiento y adolescentes en desarrollo.

La composición química de la yuca es la siguiente:

**Tabla 1**

*Composición Química de la Yuca*

Componentes	Por 100 g
Agua	64.2 g
Proteína	1.0 g
Grasa	0.4 g
Carbohidrato	32.8 g
Fibra	1.0 g
Ceniza	0.6 g
Calcio	40.0 mg
Fosforos	34.0 mg
Hierro	1.4 mg
Tiamina	0.05 mg
Riboflavina	0.04 mg
Niacina	0.60 mg
Ácido ascórbico	19.0 mg
Calorías	132.kcal

*Nota:* Aldana, Héctor Miguel. 2006

**1.6.4. Empresa Comercializadora**

Según Kotler y Keller (2016), una empresa comercializadora es "una entidad que compra productos a fabricantes o distribuidores y los vende a consumidores finales,

minoristas u otros intermediarios. Su función principal es facilitar el flujo de bienes desde el productor hasta el consumidor mediante actividades de promoción, venta y distribución".

#### ***1.6.5. Empresa Productora***

Según Heizer y Render (2014), una empresa productora es "una organización dedicada a la transformación de materias primas en productos terminados a través de proceso de producción que incluyen la planificación, diseño, operación y control de los sistemas productivos". Esta definición destaca el enfoque en la transformación y creación de bienes mediante procesos eficientes.

#### ***1.6.6. Estudio de Mercado***

Según Kotler y Armstrong (2018), un estudio de mercado es "el proceso sistemático de diseño, recopilación, análisis y presentación de datos relevantes para una situación de marketing específica que enfrenta una organización". Esta definición destaca la importancia de la metodología sistemática para obtener datos útiles y aplicables a la toma de decisiones de marketing.

#### ***1.6.7. Oferta***

Según Pindyck y Rubinfeld (2017), la oferta se refiere a "la cantidad de un bien o servicio que los productores están dispuestos a ofrecer en el mercado a diferentes precios durante un período de tiempo determinado. La oferta está determinada por factores como el costo de producción, la tecnología, la disponibilidad de recursos y las expectativas de los productores.

#### ***1.6.8. Demanda***

Según Mankiw y Taylor (2017), la demanda se refiere a "la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes precios durante un período de tiempo específico. La demanda está influenciada por factores como el precio del

bien, los ingresos de los consumidores, los precios de bienes relacionados y las preferencias de los consumidores".

#### ***1.6.9. Estudio Técnico***

Según Díaz de Santos (2013), un estudio técnico es "la parte del plan de negocio que se enfoca en la evaluación de los aspectos técnicos y operativos de un proyecto o una empresa. Incluye la descripción detallada de los procesos de producción, la tecnología requerida, los recursos necesarios y la capacidad de producción.

#### ***1.7.1. Producción***

Según Chase, Jacobs y Aquilano (2018), la producción se define como "el proceso de creación de bienes y servicios mediante la transformación de inputs (insumos) en outputs (productos) utilizando recursos como mano de obra, capital, tecnología y materiales".

#### ***1.7.2. Estudio Organizacional***

Según Robbins y Judge (2019), un estudio organizacional es "el análisis sistemático de la estructura, el diseño, los procesos, las culturas y el comportamiento de una organización con el fin de comprender cómo funcionan y cómo pueden mejorarse para lograr los objetivos organizacionales".

## **1.8. Metodología**

### ***1.8.1. Tipo de investigación***

**Exploratoria:** para identificar oportunidades, desafíos y tendencia del mercado del chive

**Descriptiva:** para detallar aspectos específicos como características del mercado, procesos de producción y necesidades de los clientes.

### ***1.8.2. Diseño de investigación***

**No experimental:** porque no se manipula las variables, si no que se analiza las condiciones existentes.

**Transversal:** porque se recopiló los datos en un tiempo determinado para evaluar la viabilidad del proyecto y conocer el entorno actual.

### ***1.8.3. Método de investigación***

**Inductivo:** Se utilizó para poder inferir el comportamiento de la población, mediante la clasificación de los datos obtenidos a través de la observación, entrevistas y encuestas empleadas principalmente en el estudio de mercado.

**Analítico:** Este método permitió realizar la comparación e interpretación de los resultados obtenidos y así poder llegar a una conclusión, que permitirá tomar decisiones.

### ***1.8.4. enfoque de investigación***

**Mixto:** se utilizó porque de acuerdo con el proyecto se utilizó resultados cuantitativos como cualitativos

### ***1.8.5. Técnica de investigación***

Encuesta

Observación

### ***1.8.6. Universo o población***

El universo se considera como el todo, refiriéndose al número de familias de la ciudad de Riberalta, debido a que el consumo del producto es en el hogar, por lo tanto, se toma en cuenta principalmente a los padres de familia ya que son ellos que perciben un ingreso y están en la disposición de pagar la alimentación de su familia.

**1.8.7. Muestra****Tabla 2***Población de Estudio de Mercado*

---

	Dist	Dist	Dist
istri	rito 3	rito 4	rito 5
to 2			

---

---

---

---

	20.0	13.3	12.3
--	------	------	------

0.17			
------	--	--	--

	34		
--	----	--	--

		00	
--	--	----	--

			00
--	--	--	----

0			
---	--	--	--

---

## CAPITULO II

### **2.1. Definición del Negocio**

Esa es la esencia del modelo de negocio: crear valor, donde los posibles clientes estén dispuestos a pagar por ese valor y, evidentemente, obtener ingresos con esta actividad que superen los costos. Si no tenemos muy claro estos 3 pilares básicos del modelo de negocio, realmente no tenemos un negocio.

#### ***2.1.1. Naturaleza de la Empresa***

La empresa productora y comercializadora de chivé en el Barrio Centenario Distrito 4 de Riberalta representa una oportunidad innovadora que combina el aprovechamiento de recursos locales, la sostenibilidad ambiental, y el desarrollo socioeconómico. Con un enfoque en la calidad del producto, el conocimiento del mercado y la adopción de tecnologías adecuadas, esta idea de negocio tiene el potencial de ser altamente exitosa y beneficiosa para la región.

#### ***2.1.2. Concepto de negocio***

Este concepto de negocio se basa en los principios de emprendimiento sostenible propuestos por autores como John Elkington (1997), quien introdujo el concepto de "Triple Bottom Line" (TBL), destacando que un negocio no solo debe ser rentable, sino también responsable social y ambientalmente. Según Elkington, el éxito de un negocio sostenible debe medirse en tres dimensiones: ganancias económicas, beneficios sociales y impacto ambiental.

#### ***2.1.3. El Producto y su generación de valor***

El chivé es un alimento tradicional boliviano elaborado a partir de raíces de yuca mediante un proceso de fermentación y secado que transforma la yuca cruda en un producto deshidratado con un sabor ligeramente ácido y una textura crujiente. Este producto nutritivo es rico en carbohidratos, fibra, potasio y magnesio, y se presenta en polvo o en su forma deshidratada, adecuado para diversas preparaciones culinarias como sopas, guisos y recetas

tradicionales. La producción de chivé se basa en prácticas sostenibles que respetan el medio ambiente, desde el cultivo de la yuca hasta el envasado del producto, buscando ofrecer un alimento auténtico y saludable que combine tradición cultural con beneficios nutricionales, además de promover el desarrollo económico local y la conservación del patrimonio gastronómico boliviano.

El producto está dirigido a consumidores conscientes de su salud, chefs, tiendas de alimentos saludables y mercados orgánicos, quienes buscan ingredientes frescos, libres de químicos y con un enfoque de producción sostenible. La yuca, conocida por su bajo impacto ambiental y sus beneficios nutricionales, se utiliza como base en el cultivo de este chive, ofreciendo un producto que es tanto sostenible como saludable.

#### ***2.1.4. Misión***

Nuestra misión en Chive Fresco de Yuca es producir y comercializar chive de alta calidad, cultivado de manera sostenible y responsable, que enriquezca la salud y bienestar de nuestros consumidores. Nos comprometemos a ofrecer un producto fresco, natural y nutritivo, respetando el medio ambiente y apoyando a pequeños productores locales. A través de prácticas agrícolas orgánicas, buscamos contribuir al desarrollo económico de nuestras comunidades, promoviendo una alimentación saludable y accesible para todos, mientras cuidamos del planeta.

#### ***2.1.5. Visión***

“Ser la empresa líder en la producción y comercialización de chivé de alta calidad en Bolivia, reconocida por su compromiso con la sostenibilidad ambiental, el impulso de la economía local y la preservación de tradiciones culturales.”

#### ***2.1.7. Estrategias Competitivas***

La comercialización exitosa del chive de yuca dependerá de la capacidad para diferenciarse en un mercado competitivo, enfocarse en nichos clave de consumidores, ofrecer

un producto de calidad y sostenible, y aprovechar tanto canales de distribución tradicionales como digitales. Con estas estrategias competitivas, el chive de yuca puede posicionarse como un producto innovador y deseable en el mercado agroalimentario.

## 2.2. Mercado

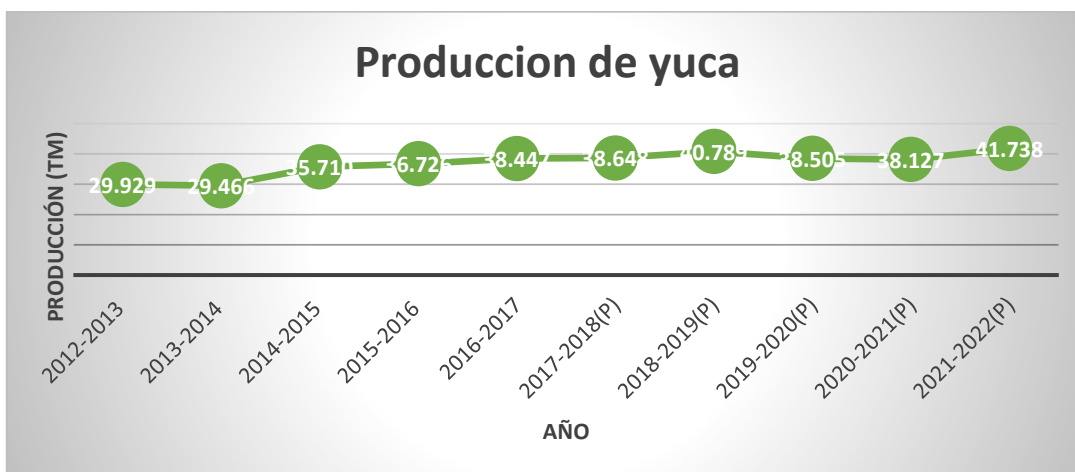
### 2.2.1 Producción de Yuca en el departamento del Beni

Según el Banco de Desarrollo Productivo en el departamento del Beni produce

41.738,32 Tm.

#### Figura 1

*Producción de Yuca Departamento del Beni*



*Nota:* en la figura podemos apreciar la cifra de producción de yuca del año 2012-2022. Elaboración Propia en base al INE 2021

#### Consumo de yuca por persona

El consumo mundial per cápita de yuca en 2001 fue 29 kg/año y la tasa de crecimiento en el período 1997-2001 fue de 1,7 por ciento. Al igual que todas las raíces y tubérculos la yuca es considerada como un bien inferior; es decir, su nivel de consumo disminuye al aumentar el ingreso del consumidor.

Su producción y el consumo se expanden en toda la geografía nacional, ya que se trata de un componente tradicional de la dieta de las familias rurales y urbanas, como acompañante

de las comidas. El consumo per cápita por día llega en las zonas rurales a los 1.150 gr/persona y, en las urbanas, a los 350 gr/persona.

**Consumo para industria** La cantidad de raíz fresca de mandioca destinada al procesamiento o extracción de chive en las industrias está en torno al 8 o 10% del total producido. A primera vista, esta cifra podría parecer exigua. Sin embargo, se está observando un aumento paulatino debido a la instalación de nuevas industrias de procesamiento, con lo cual se pudo aumentar en 5% el volumen destinado al sector industrial.

El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda, o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. (SAPAG CHAIN y SAPAG CHAIN , 2008)

Los aspectos que deben estudiarse son cuatro, a saber:

El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

La comercialización del producto o servicio generado por el proyecto.

Los proveedores y la disponibilidad y el precio de los insumos, actuales y proyectados.

Estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, ya que proporcionan información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otra fuente de datos.

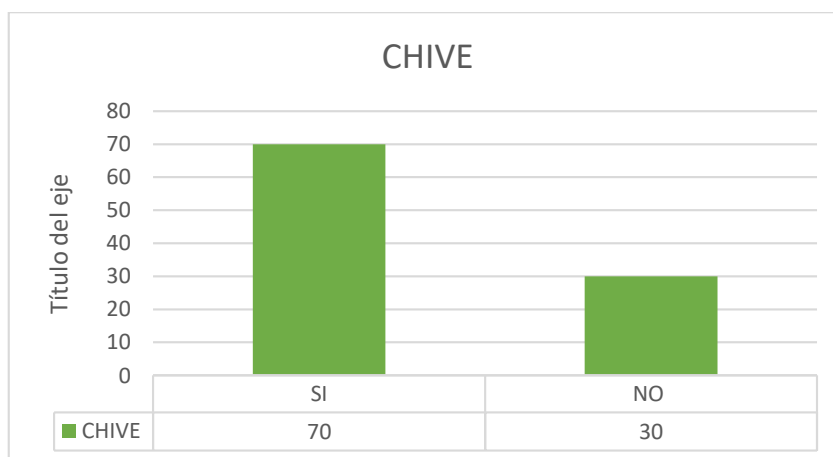
### 2.2.2. Consumidor Especifico

De acuerdo al estudio realizado de la demanda de Chivé en la ciudad de Riberalta se elaboraron las siguientes preguntas más importantes la cual nos permitan obtener información esencial, para nuestro producto, la cantidad de consumo por familia y otros aspectos para determinar gustos y referencias acerca del producto.

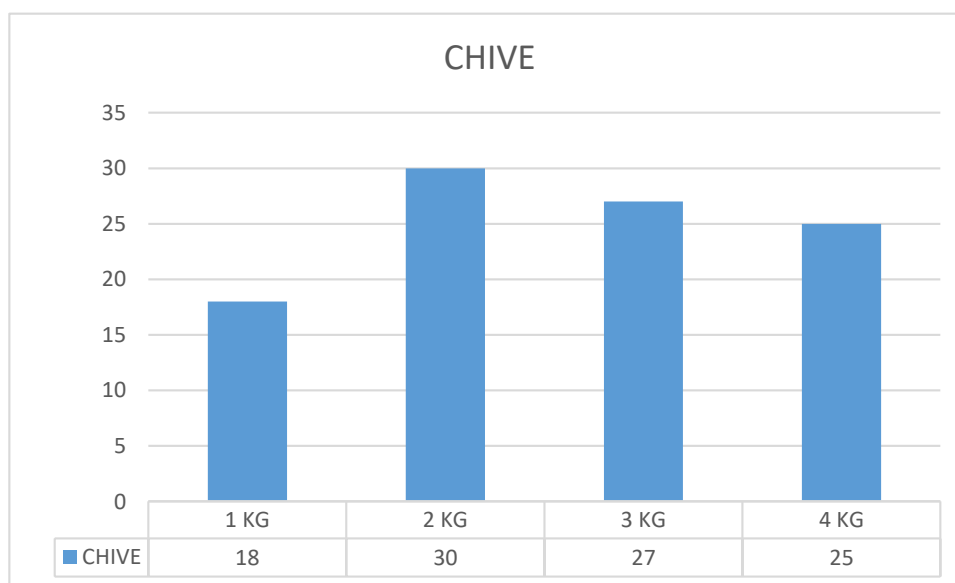
Consumo de Chive en el hogar. Ser realizo el estudio de mercado del Chivé se hizo necesario preguntar si la familia si consume el chive o no, ya que mediante esta pregunta se determinó la demanda por familias en la ciudad de Riberalta.

#### Figura 2

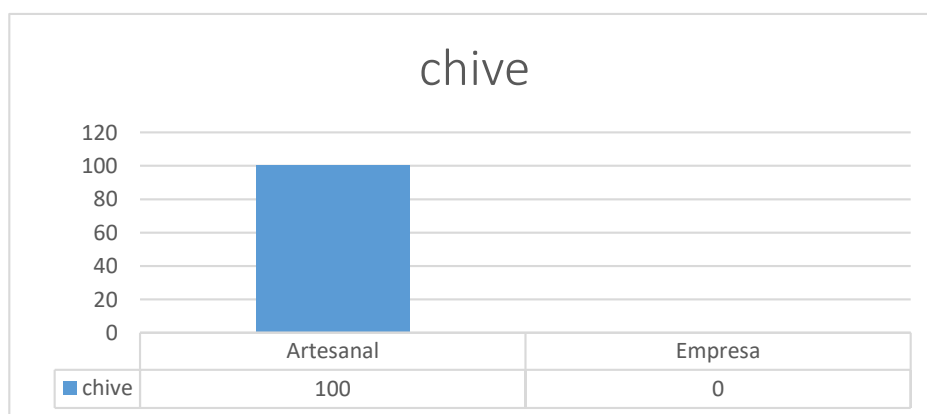
*Consumo de Chivé en el Hogar*



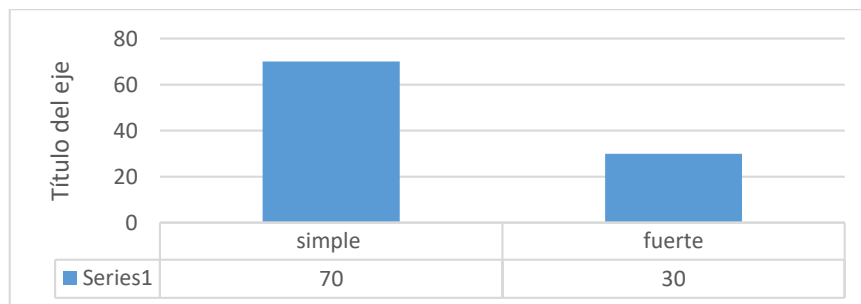
*Nota:* la figura 2 Se observa que en la ciudad de Riberalta el 70% de familias consume Chivé y el 30% no lo consume.

**Figura 3***Consumo de Chivé por Familia al Mes*

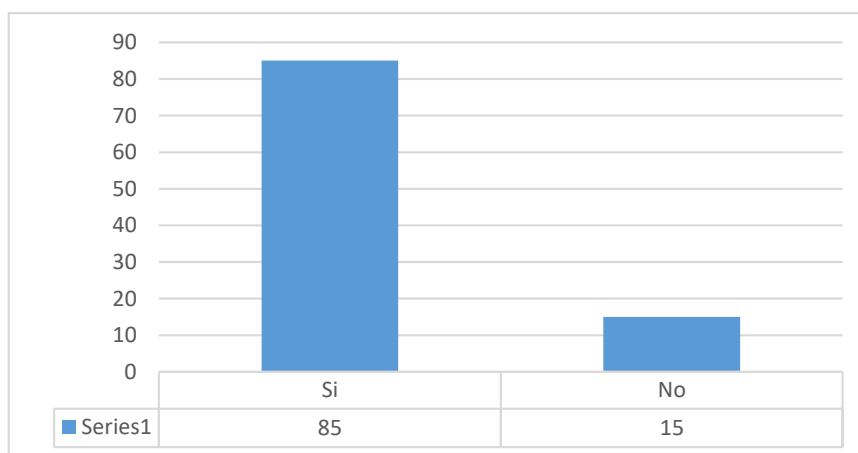
**Nota:** en la figura 3 se muestra diferentes porcentajes de acuerdo a cantidades de consumo de Chivé, de 1 kg es el 18%, 2kg consume un 30%, 3kg consume el 27% y por ultimo un 25% consume de 4 kg a más.

**Figura 4***Forma de Adquisición de Chivé*

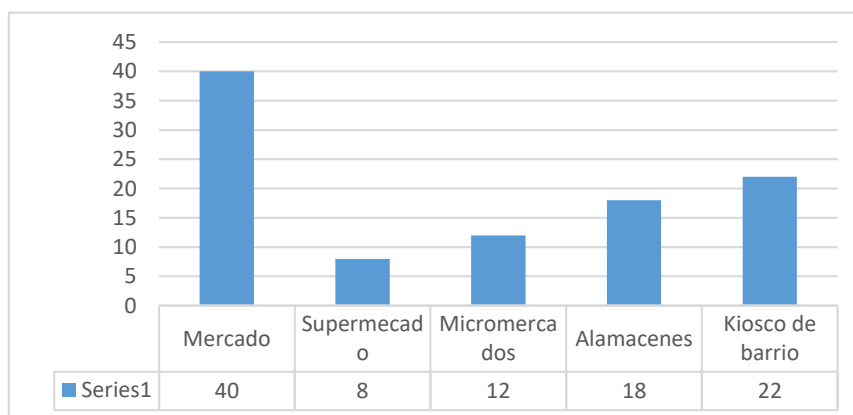
**Nota:** en la Figura se muestra que el 100% de las familias adquieren Chivé de manera artesanal

**Figura 5***Tipo de Chive*

*Nota:* En la figura observa que el consumo de chivé simple es de 70% y el consume chivé fuerte e 30%. Elaboración propia

**Figura 6***Aceptación de la Empresa*

*Nota:* En la figura se observa los resultados de la figura las familias están de acuerdo a la implementación de una empresa productora y comercializadora de Chivé en Riberalta, debido a que el no gozan de confianza del producto que se ofrecerá a la población, y si se cumple con las normas sanitarias establecida, brindando a la población la confianza de consumir un producto alimenticio garantizado.

**Figura 7***Lugar de Adquisición de Chivé*

*Nota* figura las familias desea comprarlos directamente en el mercado un 40% en los micro mercados, el 12% en los almacenes un 18%, Supermercado 8% y en las pulperías de barrio 25% le gustaría encontrar el producto.

### 2.2.3. Satisfacción de necesidades y deseos

Los consumidores tienen necesidades y deseos en los que la empresa se centra para el desarrollo de productos y servicios que los satisfagan.

Los deseos se convierten en demandas cuando son respaldados por el poder de compra. El deseo representa la creencia del consumidor de que el producto satisface una necesidad básica de mejor forma que otros productos también disponibles en el mercado. En base a esa creencia se genera el concepto de valor y se origina la importancia de estudiar la conducta de los consumidores. Maslow, 2008.

### 2.2.4. Potencial de mercado

El análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. (BACA URBINA, 2010).

### Como analizar las ofertas

Es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. En esencia se sigue el mismo procedimiento que en la investigación de la demanda. Esto es, hay que recabar datos de fuentes primarias y secundarias.

Habrán datos muy importantes que no aparecerán en las fuentes secundarias y, por tanto, será necesario realizar encuestas. Entre los datos indispensables para hacer un mejor

análisis de la oferta están:

Número de productores.

Localización.

Capacidad instalada y utilizada.

Calidad y precio de los productos.

Planes de expansión.

Inversión fija y número de trabajadores.

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra. (BACA

URBINA, 2010)

#### ***2.2.5. La Competencia***

Actualmente en el municipio de Riberalta se consume en mayor proporción del chive de yuca de la Industria brasilera de la marca amafil (Polvilho Azedo) y de la industria boliviana de la marca Inter trópico de industria boliviana. Dentro del municipio no cuenta con competencia municipal ya que no existe industria de chive de yuca en el municipio de

Riberalta.

**Tabla 3***Análisis de la Competencia*

Nº	Marca	Industria
1	INTERTROPICO	Industria Boliviana
2	AMAFIL (Polvilho Azedo)	Industria Brasileira
3	Artesanal de comunidades	Industria Boliviana

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas

Proveedores artesanales

**Tabla 4***Principales Productos Agrícolas - Municipio de Riberalta*

Nro	Product o	Has (cultivadas)	VBP (miles de Bs/año)
1	Yuca	1.16 5	12.67 0
2	Plátano	958	8.860
3	Arroz	1.17 2	4.772
4	Maíz	1.02 8	2.464
5	Frijol	16	83

*Nota:* Estado Productivo Municipio de Riberalta

## 2.2.6. Barreras de entradas y salidas

**2.2.6.1. Barreras de entradas.** Requisitos Regulatorios y Permisos: Cumplir con las regulaciones sanitarias y de manipulación de alimentos, además de obtener licencias de funcionamiento, puede ser una barrera significativa. Estos requisitos son estrictos en el sector alimentario y demandan que las empresas cumplan con estándares específicos de higiene y calidad.

Competencia Establecida: El mercado de es competitivo, y existen empresas establecidas con clientes leales. Una nueva empresa debe diferenciarse para captar la atención del público, lo que requiere inversión en marketing y estrategias de diferenciación.

Economías de Escala: Empresas más grandes o cadenas pueden producir a un menor costo debido a las economías de escala. Esto hace que los productos de nuevas empresas resulten relativamente más caros si no logran optimizar costos, dificultando su posicionamiento en el mercado.

**2.2.6.2. Barreras de salidas.** Activos Especializados: Si se han invertido en equipos específicos para la elaboración chive (como máquinas especializadas, moldes o empaques personalizados), estos activos pueden ser difíciles de revender, generando pérdidas financieras en caso de cierre.

Contratos de Largo Plazo: Las empresas a menudo establecen contratos a largo plazo con proveedores de ingredientes o locales comerciales. Salir del mercado podría implicar penalidades por terminar estos contratos de manera anticipada.

Lealtad y Reputación de Marca: Una vez que una empresa de chive ha invertido en construir una marca y fidelizar clientes, salir del mercado implica abandonar ese valor de marca y reputación construidos, lo que puede ser costoso emocional y financieramente para el propietario.

Costos de Liquidación: La liquidación de inventario, cancelación de contratos y pago a proveedores pueden implicar costos adicionales en caso de que la empresa decida cerrar. Además, el proceso administrativo de cierre puede ser complejo, especialmente si existen deudas pendientes.

### ***2.2.7. Segmentación de mercado***

Proceso de dividir un mercado en distintos grupos de compradores, con necesidades, características o conducta diferentes, y quienes podrían requerir productos o programas de marketing separados.

Un segmento de mercado es un grupo de consumidores que responde de manera similar a un conjunto dado de actividades de marketing.



#### **Producto**

El producto es la combinación de bienes y servicios que la compañía ofrecer al mercado meta.

#### **Precio**

Cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el producto.

#### **Distribución**

Actividades de la compañía que hacen que el producto esté a la disposición de los consumidores meta.

#### Promoción

Actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta de que lo compren.

El marketing es un proceso que permitirá a la futura empresa establecer las condiciones que se requieran para el producto de manera que los individuos y organizaciones satisfagan sus necesidades. Este proceso comienza desde la segmentación de mercado hasta llegar al mercado meta que se quiere atender. Luego vemos el mix marketing en el cual se consideran las 4 P del marketing; producto, precio, plaza y promoción. Estos aspectos deben ser analizados por la organización de acuerdo a lo que requiera el consumidor.

#### ***2.2.8. Potencial de ventas***

##### **Tabla 5**

##### *Potencial de Venta*

Año	Demanda
2024	305.441
2025	309.717
2026	314.053
2027	318.450
2028	322.908

Nota: Elaboración propia en base a tasa de crecimiento poblacional

### 2.2.9. Pronostico de ventas

**Tabla 6**

*Pronostico de Venta*

Año	Pronostico venta
1	37500,00
2	37500,00
3	50000,00
4	50000,00
5	50000,00

*Nota:* Elaboración propia

**Tabla 7**

*Estimación de la Demanda en Familia*

NUMERO DE FAMILIAS EN RIBERALTA	% CONSUMO DEL CHIVE	EQUIVALENTE POR FAMILIA
21428,2	70%	15.000

*Nota:* datos tomados de acuerdo a encuestas realizadas se concluir que la cantidad que demanda Chivé en la ciudad de Riberalta es de 15.000 familias.

Por lo tanto, para saber la cantidad demandada anual de producto es necesario saber la cantidad de familias que consume Chivé y cuanto consume; entre 1, 2, 3 o 4 kilos al mes, seguidamente se multiplica por los 12 meses que tiene el año, ya que la estimación se está realizando de manera anual.

**Tabla 8***Estimación de la Demanda*

	C		E		I
°	ANTI		QUIVAL	EC	EMA
FA	DAD		ENTE	ES	NDA
MI	DE		EN	AL	ANU
LI	CONS		FAMILI	AÑ	AL
AS	UMO		AS	O	POR
	POR				KILO
	KILO				
	E		D		F
			= (A*C)		=
					(B*D*
					E)
	1		4		5
500		0	500	2	4000
0		%			
	2		3		9
		6	900		3600
		%			
	3		4		1
		8	200		51200
		%			
	4		2		1
		6	400		15200
		%			

DEMANDA TOTAL ANUAL	4
	14000

*Nota:* Datos realizados formula.

#### Universo o población

Nuestra población se considera como el todo, refiriéndose al número de familias de la ciudad de Riberalta, debido a que el consumo del producto es en el hogar, por lo tanto, se

toma en cuenta principalmente que el promedio por

#### Determinación del tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra está dado por la cantidad de elementos que la componen, el cual viene a ser las familias constituyen los padres de familia. Para ello se emplearon los siguientes datos, que son reemplazados en la fórmula para obtener el número de padres de

familia a encuestar:

$$N = 21.428,2 \text{ familias}$$

$$Z = 1,96, \text{ debido el } 95\% \text{ de confianza}$$

P = probabilidad de que el evento ocurra, es decir la aceptación de la empresa que ofrecerá el Chivé tomando un 50% a favor = 0,5

Q = probabilidad de que el evento no ocurra, es decir la no aceptación de la empresa que ofrecerá el Chivé tomando un 50% = 0,5

$$E = 0,05, \text{ error esperado}$$

$$n = (21.428,2) * (1,96)^2 (0,5 * 0,5)$$

$$(0,05)^2 (21.428,2 - 1) + (1,96)^2 (0,5 * 0,5) = 377$$

El estudio de mercado se pudo conocer el consumo de Chivé en la ciudad de Riberalta, dato que permite conocer la demanda actual del mismo, de acuerdo a los gustos y preferencias de los padres de familia, de la misma forma permite desarrollar futuros consumidores s más adelante.

**Tabla 9***Estimación de la Demanda de Familia*

NUMERO DE FAMILIAS EN RIBERALTA	% CONSUMO DEL CHIVE	EQUIVALENTE POR FAMILIA
21428,2	70%	15.000

*Nota:* Elaboración propia

De acuerdo a la tabla se puede demostrar la cantidad que demanda Chivé en la ciudad de Riberalta es de 15.000 familias. Por lo tanto, para saber la cantidad demandada anual de producto es necesario saber la cantidad de familias que consume Chivé y cuánto consume; entre 1, 2, 3 o 4 kilos al mes, seguidamente se multiplica por los 12 meses que tiene el año, ya que la estimación se está realizando de manera anual. A continuación, en la tabla 6 se muestra la cantidad demandada anual por kilo.

#### Determinación de la oferta

El estudio de la oferta igualmente se aplicó una pregunta en la encuesta del estudio de mercado, como se muestra en la figura N° 7, la cual consiste en saber

**Tabla 10***Demanda Total Anual*

	C	E		I
°	ANTI	QUIVAL	EC	EMA
FA	DAD	ENTE	ES	NDA
MI	DE	EN	AL	ANU
	CONS			AL

LI AS	UMO POR KILO	FAMILI AS	AÑ O	POR KILO
	E	D		F
		= (A*C)		= (B*D* E)
	1	4		5
500	0	500	2	4000
0	%			
	2	3		9
	6	900		3600
	%			
	3	4		1
	8	200		51200
	%			
	4	2		1
	6	400		15200
	%			
	DEMANDA TOTAL ANUAL			4
				14000

De acuerdo a la tabla se puede concluir que la cantidad demandada de Chivé por año es de 414.000,00 kl.

Determinación de la oferta

Determina la oferta igualmente se aplicó una pregunta en la encuesta del estudio de mercado, como se muestra en la figura N° 10, la cual consiste en saber de qué manera adquiere la población el producto si es de una empresa que produzca y comercialice Chivé o lo adquiere de manera artesanal, el 100 respondió que lo adquiriría de manera artesanal en los diferentes puestos de venta de mercados.

### **2.3.1. El Cliente Objetivo**

Un cliente es quien adquiere los productos o servicios de un negocio. Por tanto, es un consumidor es el más importante en nuestra empresa siempre tiene la razón.

Es quien adquiere un producto y lo aprovecha para un fin, por lo que tiene un papel más pasivo en la transacción, en tanto que la empresa hace una oferta y el cliente solamente «acepta» adquirirla. Para las empresas, resulta su fuente de ingresos principal.

### **2.3.2. Estrategias de marketing**

La empresa productora y comercializadora de Chivé, es una empresa familiar que ofrece a las familias de Riberalta un producto satisfactorio en el rubro alimenticio con todas las normas de inocuidad alimentaria necesarias, para no atentar contra la salud del consumidor, superando las expectativas de las personas que adquieran y consuman Chivé.

Una de las estrategias del producto es captar la atención del público objetivo a través de la marca, siendo ésta atractiva, que inspire confianza, seguridad al momento de querer adquirir el producto y refleje el lugar de origen del producto.

También es importante utilizar una frase o eslogan que va acompañado con el nombre de la empresa y producto.

La estrategia de marketing; es decir, la lógica de marketing con que la compañía espera crear ese valor para el cliente y conseguir tales relaciones redituables. La compañía decide a cuáles clientes atenderá (segmentación y búsqueda de objetivos) y cómo lo hará (diferenciación y posicionamiento). Identifica así el mercado total, luego lo divide en segmentos más pequeños, elige los más promisorios y se concentra en servir y satisfacer a los clientes de esos segmentos. (KOTLER & ARMSTRONG, 2012)

## 2.3 Operaciones de Producción

### 2.3.1 Diseño y desarrollo del producto

#### Figura 8

Diseño y desarrollo del producto



✓ Pesado

Es donde inicia el proceso de producción, Cuando ingresa la materia prima se debe realizar el control de calidad y también el pesado, ya que serán datos necesarios para el manejo de inventarios. Para esta etapa se tiene la balanza.

✓ Almacenamiento

Se debe almacenar la materia prima hasta el momento que se precise para su posterior transformación.

✓ Lavado y pelado

Esta operación se realiza en el momento de lavado y pelado de la yuca que se hará mediante una maquinaria.

✓ Rayado

En esta fase del proceso de producción se realiza la transformación física de la yuca, que consiste en el triturado o rayado de la yuca que se realiza mediante el rayador.

✓ Prensado

En esta etapa se procede a separar lo que es el agua de la yuca que tiene por naturaleza y la yuca.

✓ Fermentado

De acuerdo a qué tipo de chivé se desea producir, se determina el tiempo de fermentado; para el simple es de una semana, para el fuerte son de dos a tres semanas, para lo cual se utilizan las planchas de fibra.

✓ Secado

Una vez se tiene la yuca triturada casi seca se procede a exponer al sol en unas planchas de acero inoxidable para que se desprenda la materia y tenga una textura más suelta.

✓ Tostado

Esta fase consiste en tostar el chivé para lograr la textura final del producto que es de forma granulada y amarillenta, esta fase ayuda también a que el producto sea más duradero.

✓ Molido

Los gránulos grandes seleccionados anteriormente deben pasar por el molido para deshacerse por completo y poder ser envasados.

✓ Envasado

Esta es la etapa penúltima del proceso de producción, en esta etapa se procede a realizar al pesado por kilo en la balanza de mesa, del producto terminado en sus respectivos envases y posteriormente se sella los envases, y ya está listo para la venta al consumidor.

✓ Almacenamiento

Una vez se tiene el producto terminado se almacena hasta el momento de su venta o distribución.

## Figura 9

### *Proceso de Industrialización del Chive*



### **2.3.2. Descripción técnica y funcional del producto**

La empresa de Chivé, es una empresa que ofrece a las familias de Riberalta un producto satisfactorio en el rubro alimenticio con todas las normas de inocuidad alimentaria necesarias, para no atentar contra la salud del consumidor, superando las expectativas de las personas que adquieran y consuman Chivé.

### **2.3.3. Característica de calidad del producto**

Las características son las siguientes: se mantuvo el nombre del producto el cual es el chivé debido a que las familias ya conocen este producto y está posicionado en el mercado de esta manera. se presentan una diversidad de colores, el cual es el origen del producto. Tales colores tienen distintos significados:

**Tabla 11***Tipos de chive*

Tipos de chive

Chive Fuerte

Chive Simple

Especificaciones Técnicas

Producto

La empresa productora y comercializadora de Chivé, es una empresa que ofrece a las familias de Riberalta un producto satisfactorio en el rubro alimenticio con todas las normas de inocuidad alimentaria necesarias, para no atentar contra la salud del consumidor, superando las expectativas de las personas que adquieran y consuman Chivé Amazónico.

Eslogan

También es importante utilizar una frase o eslogan que va acompañado con el nombre de la empresa y producto, que sea fácil de recordar y pegadizo, que genere ganas de consumir el producto para deleitar el paladar de los de la región. Éste es de la siguiente manera:

Envase

De acuerdo al estudio de mercado la presentación que desean las familias de Riberalta con un 58% es de 1 kl, ya que es más accesible en cuanto a costo y comodidad de manejo, seguidamente del tipo de envase que es de empaque sobre empaque, es decir de cartón con bolsa sellada por dentro el cual se adecua a productos granulados.

Por lo tanto la presentación del producto será de 1 kl, en un empaque sobre empaque.

El envase o etiquetado está diseñado de acuerdo a los pasos establecidos en SENASAG el cual sería elevado a la ciudad de Trinidad para su aprobación.

**Tabla 12***Especificaciones Técnicas del Producto*

PRODUCTO	USO	CARACTERISTICAS	PRESENTACION
Chive de yuca	Para y uso en Hostelería, Restaurantes o Catering. C	El chive es quizás el polímero natural más importante que existe y es la mayor fuente de energía obtenida de varias plantas.	Bolsas de polietileno de 1 kg.

Nota: Elaboración propia

**2.3.4. Proceso de Producción**

**2.3.4.1. Acopio de Materia Prima.** Las raíces una vez cosechadas deben ser transportadas a la planta de procesamiento dentro de las siguientes 24-48 horas para evitar su deterioro fisiológico y/o microbiano.

Un factor importante en la producción de chive de yuca de alta calidad, es que todo el proceso desde la cosecha de las raíces hasta el secado del chive sea ejecutado en el más corto tiempo posible.

El total de yuca disponible para el proceso de producción de yuca es de 9.561 Tn anual, contabilizando el 60% de la producción total en municipio de Riberalta.

Después de la cosecha las raíces de yuca son transportadas en camiones hasta una planta de procesamiento donde se descarga y se almacena máximo un día antes de su procesamiento, la materia prima se pesa para definir el parámetro rendimiento o factor de conversión que sería de raíces frescas a harina. En caso de las raíces de yuca estas deben ser procesadas en el menor tiempo posible ya que durante las primeras 48 horas después de la cosecha se inicia los síntomas del deterioro.



#### **2.3.4.2. Inspección**

La inspección consiste en la separación de deterioro o elementos extraños que deben ser eliminados antes de entrar al proceso de lavado y picado de la materia prima (yuca).

Este proceso consiste en depositar 200kg de yuca donde dos personas realizan la inspección de las raíces, retirando manualmente cualquier impureza. Las raíces son introducidas en el desarenador (cilindro construido en varilla), donde se elimina hasta un 60% de la cascarilla esta limpieza se realiza en seco durante 5 minutos aproximadamente antes de pasar al proceso de lavado.

#### **2.3.4.3. Lavado**

En esta etapa se elimina la tierra y las impurezas adheridas a las raíces. La cascarilla se desprende por la fricción de unas raíces con otras durante el proceso de lavado.

Normalmente, las pérdidas en el lavado son de 2-3 por ciento del peso de las raíces frescas. Se debe evitar pérdida de la cáscara ya que esta también contiene chive.

Después de la etapa de lavado, las raíces o yuca se someten a un proceso de desinfección utilizando una solución diluida de hipoclorito de sodio (lavandina) esta solución también es aplicada dentro del cilindro de lavado durante algunos minutos.

#### **2.3.4.4. Picado**

En esta etapa se liberan los gránulos de chive contenidos en las células de las raíces de la yuca. La eficiencia de esta operación determina, en gran parte, el rendimiento total del chive en el proceso de extracción. Si el rallado no es eficiente, no se logran separar totalmente los gránulos de chive de las fibras; el rendimiento del proceso es bajo y se pierde mucho chive en el afrecho desechado. Por otra parte, si el rallado es demasiado fino, los gránulos muy pequeños de chive sufren daño físico y más tarde deterioro enzimático; la sedimentación sería más lenta ya que el gránulo fino pierde densidad y además se formaría mayor cantidad de mancha (CIAT, 1995)

En este proceso se utiliza un equipo (picadora), el cual comprende un disco trozador o ensamblado verticalmente a una estructura que soporta en eje de disco y la tolva de alimentación, en el cual las raíces de yuca se deben cortar en pequeños trozos de tamaño uniforme para aumentar en área de la superficie expuesta al aire, luego pasara por el proceso de secado.

#### **2.3.4.5. Secado**

El chive deshidratado al vacío sigue por una válvula rotativa que lo dosifica a un secador neumático. En todas las plantas modernas el chive es secado en secadores neumáticos con corto tiempo de residencia y evaporación rápida del agua. (Lámina 38, parte superior). El chive se conduce y seca por una corriente de aire caliente proveniente de una caldera. Las temperaturas en estos equipos varían entre 120-170 °C.

Cuando se usan filtros de vacío el alto contenido de humedad en el chive requiere bajas temperaturas con largos períodos de secado, para prevenir la gelatinización del chive. Para reducir el período de secado con altas temperaturas es conveniente mezclar chive húmedo con chive seco.

El tiempo de secado se encuentra en un rango entre 10 a 12 horas, dependiendo la temperatura, el flujo y la humedad del aire.

#### **2.3.4.5. Secador**

El chive seco en forma de polvo con una humedad entre 12-13 por ciento y una temperatura media de 58 °C es transportado a un silo (Lámina 38, parte inferior) el cual tiene la función de enfriar y almacenar temporalmente el chive resultante del proceso que será conducido posteriormente a la etapa de envasado. Si se almacenara el producto que sale del secador «flash» a una alta temperatura con humedad residual, la humedad del chive se condensará en el silo de almacenamiento produciéndose la gelatinización del chive, la formación de grumos y un aumento de la población microbiana.

Se remueve la humedad del chive mediante el método artificial. El chive deshidratado al vacío sigue por una válvula rotativa que lo dosifica a un secador neumático. El chive es secado en secadores neumáticos con corto tiempo de residencia y evaporación rápida del agua. El chive se conduce y seca por una corriente de aire caliente proveniente de una caldera. Las temperaturas en estos equipos varían entre 120-170°C.

#### **2.3.4.6. Tostado**

Es un proceso importante en la elaboración de esta bebida tradicional a base de yuca, implica calentar la yuca rallada o molida a temperaturas específicas para lograr una textura y sabor característicos. Este paso contribuye a eliminar la humedad residual, intensificar el sabor y darle al chive una consistencia ideal para su preparación y consumo.

El proceso de tostado no solo intensifica el sabor, sino que también ayuda a conservar el chive por más tiempo, haciéndolo ideal para su uso posterior en bebidas o recetas. La textura crujiente y el sabor tostado son esenciales para la calidad final de esta bebida, que es popular en la gastronomía y cultura de ciertas regiones.

#### **2.3.4.7. Envasado del Chive**

Una vez realizada la deshidratación y secado rápido se empaca en envase y se almacena en bodegas frescas sin mayores variaciones de temperaturas hasta que el producto se transportado a regiones para su comercialización.

Una vez secado y enfriado el chive es tamizado para remover las partículas grandes y luego es transportado por alimentadores helicoidales a una envasadora automática. Para minimizar la pérdida de chive durante el envasado y prevenir explosiones producidas cuando hay mucha concentración de chive super seco en el aire (< 10 por ciento de humedad) es recomendable usar sistemas que permitan eliminar las cargas eléctricas estáticas en la salida del silo y en la entrada a la envasadora (Vilpoux, 2004). El Chive es envasado en sacos multipliego de papel con capacidad de 1 kg que se pueden movilizar «a hombro». Algunas

compañías también usan grandes bolsas de 800 a 1 000 kg que deben ser transportadas con medios mecánicos.

### **2.3.6. Descripción de Personal cargo y funciones:**

#### a) Gerente Administrativo

- Es el profesional que tiene los conocimientos necesarios para la toma de decisiones, tanto en el área de contabilidad, como en ventas, finanzas, compras y control administrativo de la empresa.

- Velará porque la empresa no entre en quiebra.

- Sus funciones principales son la contabilidad y la planeación financiera.

- No es necesario tener ninguna titulación superior para el desempeño de sus funciones.

- Persona que administra bienes ajenos.

Las funciones de un gerente administrador de empresas abarcan diversos campos dentro de la organización de una sociedad, que son:

Representación de una empresa frente al resto de sociedades, ya que, hay que seleccionar a una persona física para que asuma el control de todas las relaciones de dicha organización, aunque podría ceder parte de esos poderes a otros miembros de la empresa.

Es responsable del cumplimiento de la Ley, tanto de los estatutos como de la actividad general.

Deberá cumplir las siguientes obligaciones legales, como son, las laborales, las penales, las civiles, las mercantiles y las tributarias

Se encarga de que la organización funcione por completo, es la base del trabajo y todos los empleados se mueven respecto a ella, es por eso que existe una buena relación gerente Administrador – Empleado.

## b) Secretaria

La mayoría de las empresas cuentan con una secretaria o secretario que se encarga de diferentes funciones. Con la llegada de la revolución digital este puesto de trabajo no se ha eliminado, sino que simplemente se ha transformado.

### Funciones de una secretaria gerencia

Revisar la idoneidad de los documentos. A lo largo del día una secretaria puede llegar a trabajar con una gran cantidad de documentos diferentes. Si estos documentos proceden de diferentes departamentos de la empresa, proveedores o clientes, la secretaria de dirección debe evaluar la importancia de cada documento para ir gestionándolos con su superior en orden de importancia.

Organización de su espacio de trabajo. El espacio de trabajo de una secretaria de dirección siempre debe estar limpio y organizado para mostrar un ambiente profesional y preparado.

En ocasiones, es posible que la secretaria de dirección tenga que encargarse de responder correos electrónicos de empleados de la empresa, proveedores o clientes.

Mantener la confidencialidad de lo que ve, lee o escucha en su oficina. Posiblemente la discreción de una secretaria de dirección será lo que haga que mantenga su puesto de trabajo durante mucho tiempo.

Recordar diariamente a su superior su agenda en persona, por correo electrónico o usando las redes sociales.

## c) Jefe de producción

El jefe de planta se responsabiliza de todas las actividades relacionadas con el proceso productivo (fabricación, calidad, mantenimiento, logística, compras...), de acuerdo con las directrices generales marcadas por gerencia. Dirige, controla y apoya a la estructura humana y técnica implicada en el proceso de fabricación. Además, dirige y controla las mejoras de

organización de los procesos productivos según las normativas de calidad, medio ambiente y prevención de riesgos laborales. Este perfil depende del director de producción o industrial.

Implanta las estrategias de producción de acuerdo con los objetivos de gerencia.

Planifica los programas de fabricación.

Implanta y ejecuta las políticas de calidad, medio ambiente y prevención de riesgos laborales.

Asegura el buen funcionamiento del área de aprovisionamiento y logística.

Desarrolla líneas de producción y o/montaje para nuevos productos.

Planifica y organiza el mantenimiento del proceso de fabricación.

Lleva a cabo una tarea continuada de análisis y organización de procesos, con la finalidad de obtener los máximos niveles de productividad y eficiencia, todo implantando programas de mejora continua. Adapta la producción a las exigencias de competitividad y a las necesidades del mercado, con la colaboración de otros departamentos de la empresa (oficina técnica, calidad...).

Lidera el equipo humano y lo mantiene motivado, aprovechando al máximo su talento.

Participa en las tareas de formación del personal.

Asegura el cumplimiento del presupuesto organizando el equipo, sus recursos y gestiona el aprovisionamiento de primeras materias.

Coordinar los equipos de trabajo, la actividad productiva y sus niveles de eficiencia.

Actividades relacionadas con el proceso productivo (fabricación, calidad, mantenimiento, logística) de acuerdo con las directrices generales marcadas por gerencia.

Asegurar el buen funcionamiento del área de aprovisionamiento y logística.

Analizar posibles mejoras en la producción y el cumplimiento de los estándares de calidad.

Vigilar el cumplimiento de las normas de seguridad, higiene y actividades preventivas, de acuerdo con los sistemas definidos.

d) Jefe de comercialización

Es el encargado de planificar y dirigir los planes de ventas de los productos o servicios de las empresas para alcanzar los objetivos marcados. Además, es responsable de coordinar, liderar y supervisar el trabajo comercial del equipo de ventas. En este sentido, debe establecer estrategias y metas reales que sirvan para maximizar los ingresos de una corporación, siendo su papel determinante para el éxito o fracaso de una compañía.

La persona que desempeña el puesto de jefe comercial conlleva una gran responsabilidad ya que tiene en sus manos gran parte del éxito de la empresa; es por esto que este profesional debe cumplir con algunas funciones claves como:

Investigar y conocer el mercado.

Definir objetivos y establecer metas para el equipo de ventas.

Motivar al equipo de trabajo.

Estudiar a la competencia para saber sus estrategias y qué nuevos servicios valor añadido ofrecen.

Supervisar y coordinar las operaciones de ventas.

Diseñar e implementar políticas y estrategias.

Identificar nuevos clientes potenciales y mantener excelentes relaciones con los actuales clientes.

Supervisar los procesos de selección de personal y capacitación, en coordinación con el gerente administrativo.

Mantener una relación estrecha con el departamento de marketing para crear campañas de ventas más efectivas.

Estar al día con las nuevas tendencias y productos del mercado.

#### d) Operarios

Se encargan de la elaboración de cada uno de los productos que la fábrica produce obedeciendo las órdenes del Administrador para lograr que los productos lleguen al mercado en las mejores condiciones de calidad y costo.

¿Qué tareas realizan los operadores logísticos?

Los operadores logísticos asumen acciones relacionadas con los procesos de recogida, almacenamiento, clasificación y transporte de mercancías, por externalización de una empresa. Los operadores logísticos son los encargados de diseñar los procesos de una o varias fases de una cadena de suministro. Hay una serie de tareas concretas que realizan:

Procesar el pedido. Este punto se refiere a todas acciones relacionadas con la recogida, envío o transmisión del pedido. En la mayoría de los casos, se utilizan herramientas de software especializado para mejorar la eficiencia y minimizar la posibilidad de que se originen incidencias.

Asignación de recursos materiales. Un operador logístico, como toda empresa, tiene que realizar una asignación de recursos para asegurarse del buen funcionamiento de su actividad.

Almacenamiento y embalaje. Hay que decidir qué tipo de embalaje se utilizará en función de los productos que transportemos y, además, las condiciones del lugar de almacenamiento. Evidentemente, no es lo mismo trabajar con alimentación que hacerlo con material de construcción.

Transporte de los productos. El operador tiene que decidir las condiciones del transporte de los productos, entendiendo como tal es el medio que se va a utilizar (camión, tren, barco o avión) y los plazos de entrega, así como las distintas opciones que contemple.

Gestión del inventario. Este punto va íntimamente ligado con el del procesamiento del pedido porque si utilizamos un software especializado podremos realizar un seguimiento de cada expedición y descubrir en qué punto se originó el problema.

e) Limpieza

El personal de limpieza se encarga de tareas generales, como: limpieza de suelo, muebles y cristales. Generalmente se basa en barrer, fregar, quitar el polvo, etc. Además de vaciar papeleras o eliminar residuos. También de reponer materiales, como papel higiénico o servilletas y mantenimiento de equipos.

En las oficinas de empresas se realizan actividades a diario, ya que, el personal de trabajo va todos los días a cumplir con sus tareas laborales. Por tanto, es necesario dentro de la organización contar con un equipo de limpieza para dichas áreas. El grupo debe estar conformado por profesional que dediquen su tiempo y estén siempre preparados para ofrecer sus servicios de control, vigilancia y mantenimiento. Además de cumplir con un perfil y habilidades que requiere para realizar la limpieza en todas las oficinas.

f) Portero

La seguridad es parte importante del trabajo. Los porteros suelen estar en oficinas o mostradores próximos a la entrada principal del edificio. Controlan al personal y a los visitantes, y pueden tener la responsabilidad de emitir o controlar pases de entrada. Algunos porteros guardan y proporcionan llaves.

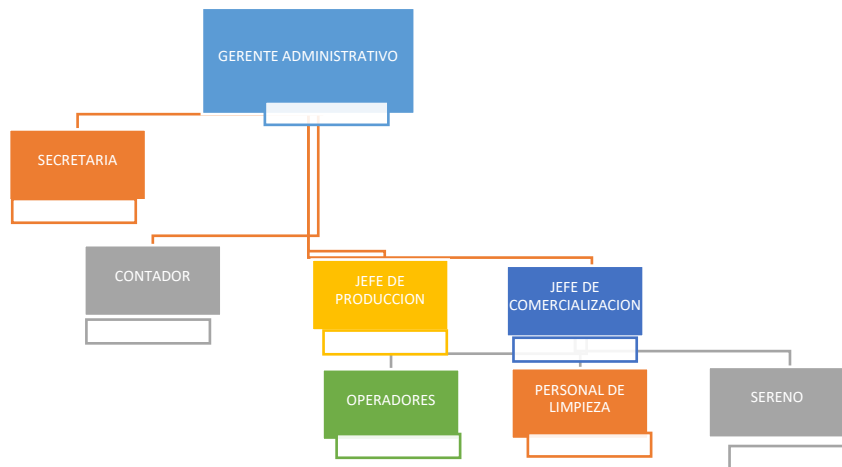
Funciones de un portero

Algunas de ellas son:

Encender y apagar las luces de las zonas comunes.

Hacerse cargo de la correspondencia de los vecinos.

**Figura 10**  
*Organigrama*



Organigrama de la empresa de chive de arriba hacia abajo, el cargo que se encuentra en la parte superior es el gerente Administrativo, tiene bajo su dependencia a la secretaria y al jefe de producción y comercialización éstos últimos tendrán a su cargo a los 4 operarios además de la persona requerida para la limpieza de la empresa y comercializadora de Chivé Amazónico.

### 2.3.7. Maquinarias, equipos y vehículos

**Tabla 13**

*Maquinarias y/o Equipos*

°	MAQ UINARIA	C ANTIDA D	P RECIO UNITA RIO BS.	T OTAL EN BS.
	Sellad ora manual	1	6 00	6 00
	Lavad ora/peladora	1	1 5500	1 5500
	Rayad or	1	3 0000	3 0000
	Balanz a de piso	1	1 200	1 200
	Balanz a de mesa	1	7 500	7 500
	Prensa mecánica	1	2 7000	2 7000
	Horno rotatorio para chive	1	4 2000	4 2000
	Cernid or	1	5 00	5 00

Planch	1	4	4
a de fibra		7250	7250
TOTAL			1
			71550

Nota. Elaboración propia según cotizaciones.

**Figura 11**

*Rayador Metálico*



**Figura 12**

*Prensa Metálica*



**Figura 13**

*Horno Industrial*



### ***2.3.8. Descripción específica de Características técnicas***

El Rayador Metálico para Chive es una herramienta manual diseñada específicamente para rayar finamente el chive de yuca, asegurando una textura uniforme y delicada que permite su uso en diversas aplicaciones culinarias. Fabricado en acero inoxidable de alta calidad, el rayador está pensado para facilitar el trabajo en cocinas comerciales y domésticas, garantizando durabilidad, higiene y facilidad de uso.

#### **Material:**

Cuerpo principal: Acero inoxidable grado 304, resistente a la corrosión y apto para alimentos, asegurando durabilidad y protección frente al desgaste y la oxidación.

Mango: Mango ergonómico fabricado en silicona antideslizante, de alta resistencia térmica y química, para un uso cómodo y seguro.

Cuchillas finas con un tamaño de perforación de 1-2 mm, dispuestas en forma diagonal para facilitar el rayado fino del chive sin que se atasque o se rompa.

Borde reforzado en las cuchillas para asegurar una larga vida útil, manteniendo la calidad de corte.

#### **Capacidad de procesamiento:**

Diseñado para rayar hasta 250 kilogramos de chive por operación, ideal para uso comercial.

Textura de rayado que permite una aplicación directa en alimentos, garantizando un corte uniforme y adecuado para recetas gourmet, Industria Brasileña.

#### **Sellador**

El sellador para chive es un dispositivo diseñado para preservar la frescura y calidad del chive de yuca después de su cosecha y durante el almacenamiento. Este producto se centra en mantener el sabor, aroma y propiedades nutricionales del chive, evitando la

oxidación y prolongando su vida útil. A continuación, se detallan sus características y beneficios.

Fabricado con materiales de grado alimentario, como plástico libre de BPA, que garantizan la seguridad en contacto con alimentos.

Opcionalmente, puede incluir componentes de acero inoxidable para partes que requieren mayor resistencia.

Sistema de sellado al vacío: El sellador utiliza tecnología de vacío para eliminar el aire del envase antes de sellarlo, minimizando la oxidación y el crecimiento de bacterias.

Sistema de sellado térmico: En caso de utilizar bolsas plásticas, este sistema asegura que las bolsas queden herméticamente cerradas, creando un ambiente sellado y protegido.

Al proteger el chive de factores que afectan su calidad, se asegura que se mantengan sus propiedades nutricionales, beneficiando la salud del consumidor.

#### Peladora de Chive

La peladora de chive es una herramienta especializada diseñada para facilitar la preparación y limpieza del chive de yuca, asegurando que las hojas se presenten limpias y listas para su uso en diversas aplicaciones culinarias. Esta herramienta es fundamental en la cocina, tanto en entornos domésticos como comerciales, y permite optimizar el tiempo de preparación.

#### Material:

Fabricada con acero inoxidable de alta calidad, resistente a la corrosión y al desgaste, lo que garantiza durabilidad y una larga vida útil.

Componentes de plástico de grado alimentario en el mango, lo que asegura comodidad y seguridad en su uso.

Limpieza: Se recomienda limpiar la peladora inmediatamente después de su uso para evitar que los residuos se adhieran a las cuchillas.

Almacenamiento: Guardar en un lugar seco y fresco, preferiblemente en su caja o funda protectora para evitar daños en las cuchillas.

### 2.3.9. Insumo

**2.3.9.1. Características calidad de los insumos.** A continuación, se detallan los insumos necesarios para el funcionamiento de la empresa, como el material de escritorio, material de limpieza e insumo de *administración*.

**Tabla 14**

#### *Insumo de Administración*

Detalle	Costo mensual	Costo Anual
Internet	250	3000
Energía Eléctrica	900	10800
Total		13800

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 15**

#### *Requerimiento de Material de Escritorio*

Materia	Cantid ad	Prec io Unitario	Tot al
Juego de tinta	4	90	360
Papel Bond	10	45	450
Lapicer os	2	45	900

70

Total

171

0

Nota. Elaboración propia

**Tabla 16***Requerimiento de Material de Limpieza*

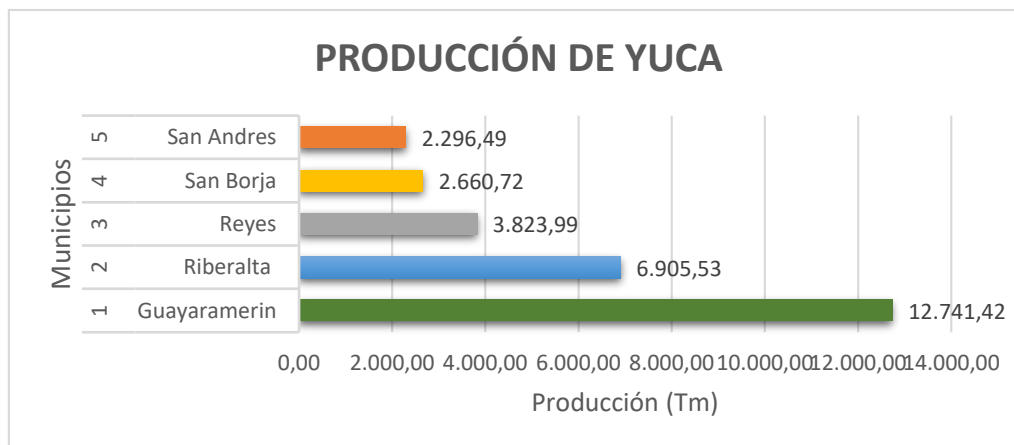
Material	Cantid	Prec	Tot
	ad	io Unitario	al
Escoba	3	45	135
Trapead	3	50	150
or			
Trapo	3	5	15
Deterge	4	15	60
nte			
Guantes	4	10	40
Esponja	5	5	25
Escobill	3	5	15
a			
Papel	5	20	100
higienico			
	Total		540

Nota. Elaboración propia

### 3.2.9.2. Proveedores y subcontratistas

**Figura 14**

*Municipios Productores de Yuca Proveedores*



Según datos del Banco de Desarrollo Productivo en el año 2022 el municipio de Guayaramerín es el municipio que produce 12.741,42 Tm y el segundo municipio productos de Yuca es Riberalta con una producción de 6.905,53 Tm.

#### Calculo de la Capacidad de producción

La capacidad del proyecto, está determinada por la capacidad instalada, que está diseñada para la producción del 40% de la demanda potencial proyectada para los próximos 5 años.

#### Tamaño de la empresa de Chivé

En el tamaño del proyecto se establece por la capacidad instalada de producción, el cual está determinado por la demanda insatisfecha que exige el consumidor de acuerdo datos obtenidos en el estudio de mercado y la capacidad de atenderla de acuerdo a los recursos disponibles de la empresa.

#### Mercado

De acuerdo a los datos observados en el estudio de mercado se puede evidenciar que existe una demanda muy atractiva del producto, tomando en cuenta que un 70% de familias consume el producto y considerando que el 80% de familias están de acuerdo con el

emprendimiento de la empresa que brinde el producto de manera salubre, siendo ellos nuestros futuros clientes.

#### **2.4.1. Planta**

calcula capacidad de producción, localización y distribución de planta

La capacidad del proyecto, está determinada por la capacidad instalada, que está diseñada para la producción del 40% de la demanda potencial proyectada para los próximos 5 años. A continuación

Una planta de industrialización implementada para la transformación de yuca, con una capacidad instalada de procesamiento de 250 kg/día de la planta de yuca.

## CAPITULO III

## 3.1. Finanzas

## 3.1.1. Presupuesto de Inversión

Tabla 17

Presupuesto del Proyecto

N	DESCRIP CION DEL COMPONENTE	SUB TOTALES	INVER SIÓN TOTAL
1	Terreno	100 000	100000
2	Infraestruc tura	350 000	350000
3	Maquinari a y equipo	171 550	171550
4	Muebles y enseres	148 00	14800
5	Equipos de Computación	420 00	42000
6	Vehículos	140 00	14000
	ACTIVO DIFERIDO  CAPITAL DE OPERACIÓN		

9	Materia	225	225000
	prima	000	
1	Envase	300	30000
0		00	
1	sueldos y	199	19900
1	salarios	00	
1	Insumos	240	2400
2	(material de	0	
	limpieza)		
1	Materiales	360	3600
3	e insumos	0	
	de escritorio		
1	Promoción	240	2400
4	y	0	
	Publicidad		
	Imprevisto		
	s (4%)		
	Gastos	390	39026
	Imprevistos	26	
	<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>	<b>101</b>	<b>1014676</b>
	<b>GENERAL Bs.</b>	<b>4676</b>	

Nota: Elaboración propia

### 3.1.2. Presupuesto de operaciones

**Tabla 18**

*Capital de Operaciones*

CAPITAL DE OPERACIÓN		
DESCRIPCION DEL COMPONENTE	MES	ANUAL
Materia prima	12500	150000
Envase	2500	30000
Insumos	200	2400
(material de limpieza)		
Materiales e insumos de escritorio	250	3000
Promoción y Publicidad	300	3600
<b>TOTAL</b>	<b>15750</b>	<b>189000</b>

Nota: Elaboración propia

### 3.1.3. Punto de equilibrio

Para obtener el punto de equilibrio unitario podemos aplicar la siguiente fórmula:

#### **Punto de equilibrio en cantidad kg**

$$PEU = \text{Costos Fijos} / (\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario})$$

$$PEU1 = \frac{307.739,50}{250 - 89} = 1636,29 \frac{Kg}{año}$$

### 3.1.4. *Financiamiento*

**Tabla 19**

*Financiamiento*

#### PLAN DE PAGOS: Pagos anuales

uniformes

- Monto	0	
de	0.	
préstam	0	
o:	0	
	0	
- Plazo		n
de		u
préstam		al
o:		)
-		n
Periodo		u
de		al
gracia:		)
-		n
Periodo		u

de al  
repago: )

- Tasa ,0 n  
de 0 u  
interés: % al  
)

anual en cuotas iguales de pago (interés más capital)

- Forma  
de  
pago:

- Factor ,2  
de 2  
Recup. 4  
de 6  
capital 3  
(FRC):

A

ÑO

S

ALDO	0	0	0	11.	11.	07.
	0.	0.	7.			

DEUD	0	0	6	68	83	99
OR	0	0	8	0	4	4
	0	0	6			
I						
NTERE		0.	0.	6.3	2.4	.47
SES		0	0	07	67	3
		0	0			
		0	0			
A						
MORTI			2.	6.0	9.8	03.
ZACIO			3	06	46	84
NES			1			0
			4			
T						
OTAL		1	1	12.	12.	12.
SERVI		2.	2.	31	31	31
CIO		3	3	4	4	4
DE LA		1	1			
DEUD		4	4			
A						

Nota. Elaboración propia

### 3.1.4.1. Costos

**Tabla 20**

*Costo de Producción*

DETALLE	1	2	3	4	5
COSTOS DE	525	525	336	336	336
PRODUCCIÓN	00	00	000	000	000
	225	225	300	300	300
Materia prima	00	00	000	000	000
	300	300	360	360	360
Envase	00	00	00	00	00
GASTOS DE	253	253	253	253	253
ADMINISTRACIÓN	00	00	00	00	00
Mano de obra indirecta					
Mano de obra directa	199	199	199	199	199
	00	00	00	00	00
Insumos (material de limpieza)	240	240	240	240	240
	0	0	0	0	0
Materiales de administración y de escritorio	300	300	300	300	300
	0	0	0	0	0
GASTOS DE					
COMERCIALIZACIÓN	110	107	102	979	927
	418	354	941	45	86

Promoción y	360	360	360	360	360
publicidad	0	0	0	0	0
Amortización	375	375	375	375	375
activo diferido	00	00	00	00	00
	493	462	455	443	432
Depreciación	18	54	34	78	13
Costos	200	200	163	124	847
financieros (Interés)	00	00	07	67	3
<b>COSTO</b>	<b>188</b>	<b>185</b>	<b>464</b>	<b>459</b>	<b>454</b>
<b>TOTAL</b>	<b>218</b>	<b>154</b>	<b>241</b>	<b>245</b>	<b>086</b>

### 3.1.5. Flujo de caja

**Tabla 21**

*Flujo de Caja del Proyecto de Chive*

NO						
	0	0%	0	00	00	
	%		%	%	%	
ROD	7.	7.50	0.	0.0	0.0	
UCCI	50	0	00	00	00	
ÓN	0		0			
(Unid						
)						
PRE	6,	s./e				
CIO	00	mpr				
=		esa				
tenció		mpr				
n de		esas				
empr						
esas =						

FLUJO DE CAJA

(En Bolivianos septiembre de 2024)

ÑO					
.	00	00.0	03	02.	00.
INGR	.0	00	.0	00	00
ESOS	00		00	0	0
.1	00	00.0	00	00.	00.
Venta	.0	00	.0	00	00
s	00		00	0	0
.2			.0	.00	
Otros			00	0	
ingres					
os					
.	46	46.5	42	38.	34.
COS	.5	00	.8	96	97
TOS	00		07	7	3
.1	89	89.0	89	89.	89.
Costo		00			

s de	.0		.0	00	00
opera	00		00	0	0
ción					
.2	7.	7.50	7.	7.5	7.5
Depre	50	0	50	00	00
ciacio	0		0		
nes y					
amort					
. A.D.					
.3	0.	0.00	6.	2.4	.47
Costo	00	0	30	67	3
s	0		7		
finan					
cieros					
.	53	53.5	60	63.	65.
UTIL	.5	00	.1	03	02
IDA	00		93	3	7
D					
GRA					
VAB					

LE					
(1-2)					
. IUE	8.	8.37	40	40.	41.
(25%	37	5	.0	75	25
de 3)	5		48	8	7
TILI	65	65.1	20	22.	23.
DAD	.1	25	.1	27	77
NET	25		44	5	0
A (3-					
4)					
Depre	7.	7.50	7.	7.5	7.5
ciacio	50	0	50	00	00
nes	0		0		
(+)					
Valor					
residu					
al de					
libro					
(+)					

Recu  
p.  
Capit  
al de  
trabaj  
o (+)

Inver	96		15	8.0
sión	.0		.0	00
capita	00		00	

l  
propi  
o (-)

Capit	37	125.		
al de	9.	000		
trabaj	00			
o (-)	0			

Amor		92.3	96	99.	10
tizaci		14	.0	84	3.8
ones			06	6	40
(-)					

LUJO	7.	02	5.31	46	51.	57.
NET	00	.6	1	.6	92	43
O	0	25		38	8	0

LUJO		02	87.9	34	.08	.44
acum		.6	36	.5	6.5	3.9
ulado		25		75	03	33

## TASA

A	26.8	DE	0,8
N	93	ACTUALIZA	0%
=		CION:	

IR	531
=	144
	%

B 47,6

C 4

=

Nota. Elaboración propia

**Tabla 22***Supuestos Escenario*

PROVEEDORES	MATERIA PRIMA	CANTIDAD DE YUCA (Kilogramos)	FRECUENCIA POR UNIDAD	TOTAL
FEDERACION DE CAMPESINOS AGRICOLAS	YUCA	8.000	1,5	12.000
CIRABO	YUCA	6.000	1,5	9.000
TOTAL:		14.000		21.000

**3.1.5.1. Insumos****Tabla 23***Insumos del Proyecto*

REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA				
°	AÑO	UNIDADES DE PRODUCCION	KILOMETROS DE YUCA	TOTAL KILOS

	ÓN (CHIVÉ)	NECES ARIO PARA CADA KL DE CHIVÉ	DE MATERI A PRIMA
	2	3750	3
025	0	,8	0000
	2	3750	3
026	0		0000
	2	4500	3
027	0		6000
	2	4500	3
028	0		6000
	2	4500	3
029	0		6000
TOTAL	2100		1
		00	68000

Fuente. Elaboración propia

### 3.1.5.2 Volumen de producción

**Tabla 24**

*Producción*

°	Ñ	NIDA	L	OT	OS	OS
	O	DES	D	AL	TO	TO
		DE	E	KI	DE	TO
		PRO	Y	LO	1	TA
		DUC	U	S	KL	L
		CIÓN	C	DE	DE	DE
		(CHI	A	MA	YU	MA
		VÉ)	N	TE	CA	TE
			EC	RI		RI
			ES	A		A
			A	PRI		PRI
			RI	MA		MA
			O			
			PA			
			R			
			A			
			C			
			A			
			D			
			A			
			K			

L  
D  
E  
C  
H  
I  
V  
É

02	7500	500	,5	250
5		00		00
02	7500	500	,5	250
6		00		00
02	5000	800	,5	700
7		00		00
02	5000	800	,5	700
8		00		00
02	5000	800	,5	700
9		00		00
TOT				
AL	10000	400		260
		00		000

Nota. Elaboración propia

### **3.1.6. Evaluación financiera**

#### **3.1.6.1. Valor Actual Neto VAN**

#### **3.1.6.2. TIR**

#### **3.1.6.3. Beneficio**

Es el método más conocido, mejor y generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer período de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

#### **Tasa Interna de Retorno**

Mide la rentabilidad como porcentaje. La máxima tasa exigible será aquella que haga que el VAN sea cero.

El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

#### **Relación beneficio-costos**

La relación beneficio-costos compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación beneficio-costos será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero, la relación será mayor que uno, y si el VAN es negativo, esta será menor que uno.

En el estudio económico se ordenará y se sistematizará la información de carácter monetario de los anteriores aspectos así mediante las herramientas de evaluación que son el VAN, TIR y la relación beneficio costo se determinará si el proyecto será o no rentable para la puesta en marcha.



## CAPITULO IV

### 4.1 Organización Administrativa

La estructuración de la plantilla de una empresa tiene una importancia estratégica tanto para Recursos Humanos, como para cada uno de los empleados de la organización. Seleccionar el modelo de organigrama de empresa adecuado, cómo diseñarlo y realizar su despliegue son aspectos vitales. Especialmente para grandes organizaciones, cuyos modelos deben ser escalables.

El organigrama de una empresa es una representación visual ordenada de las estructuras organizacionales que componen la entidad. Siguiendo los criterios establecidos, el organigrama posibilita identificar las cadenas de mando, cómo se agrupan las personas, bajo qué área y las funciones y vinculaciones jerárquicas de la plantilla.

De esta manera, no se debe restar importancia estratégica al organigrama, ya que sienta las bases de la organización y ofrece información esencial relacionada con el negocio y sus personas.

Para el buen funcionamiento de una empresa, independientemente de su tamaño, se necesita un grupo de profesionales que desde sus puestos de trabajo ayuden a la empresa a lograr las metas propuestas. La organización es clave para la buena gestión de una empresa.

#### **4.1.1. Personería Jurídica**

Para establecer la estructura legal de la empresa se revisó la legislación boliviana en el código de comercio, en donde establece el registro de las empresas y los tipos de sociedades, por lo cual se tomó la decisión de elegir la sociedad de responsabilidad limitada, la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado.

#### **4.1.2. Registro Legal**

A continuación, se presentan los requisitos para la inscripción de una S.R.L.:  
Formulario Virtual de solicitud de Inscripción con carácter de declaración jurada,  
debidamente llenado y firmado por el representante legal. Ingresando a

[www.SEPREC.gob.bo](http://www.SEPREC.gob.bo).

Testimonio de escritura pública de constitución social, en original o fotocopia  
legalizada legible. El mencionado instrumento debe contener los aspectos  
previstos en el Art. 127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas  
correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo  
normativo.

Publicación del testimonio de constitución en la Gaceta Electrónica del Registro  
de Comercio, que Contenga las partes pertinentes referidas a:

Introducción notarial de la escritura pública en la que conste el N° de  
instrumento, lugar, fecha, Notaria de Fe Pública y Distrito Judicial.

Transcripción in extenso y textual de las cláusulas establecidas en los incisos 1  
al 7 del Art.127 del Código de Comercio.

Conclusión y concordancia de la intervención del Notario de Fe Pública.

- Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada  
legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine  
el nombramiento del mismo. No se requiere la inclusión del acta de asamblea.

Si el representante legal es extranjero debe presentar el documento original que  
acredite la radicatoria en el país (únicamente para verificación), debiendo constar en el  
mismo alternativamente: visa de objeto determinado, permanencia temporal de un año,  
permanencia temporal de dos años, visa múltiple o permanencia indefinida, acompañando  
una fotocopia simple de dicho documento firmada por el titular. En su caso, puede también

presentar certificación original o fotocopia legalizada extendida por el Servicio Nacional de Migración – SENAMIG

#### ***4.1.3. Organización Empresarial***

Nuestra organización se enfoca en la sostenibilidad, calidad y frescura del producto, integrando prácticas agrícolas responsables y asegurando la conservación de los recursos naturales. A través de la comercialización de chive de yuca, buscamos satisfacer la creciente demanda de productos alimenticios frescos y saludables, tanto en mercados locales como internacionales.

Encabezada por un Gerente Administrativo, encargado de la toma de decisiones estratégicas y la supervisión de todas las áreas de la empresa. El Director General se asegura de que la empresa cumpla con sus objetivos de crecimiento, sostenibilidad y calidad, al mismo tiempo que establece alianzas comerciales y busca oportunidades de expansión.

##### **Producción y Operaciones:**

El jefe de Producción se encarga de gestionar todo el proceso de cultivo y cosecha del chive de yuca. Esta división está compuesta por:

**Jefe de Producción:** Responsable de planificar y coordinar las actividades de siembra, cultivo y cosecha del chive de yuca, asegurando prácticas agrícolas sostenibles.

**Supervisores de campo:** Monitorean el progreso de las plantaciones, gestionan a los trabajadores agrícolas y garantizan que los cultivos reciban el tratamiento adecuado.

**Equipo de Procesamiento:** Encargado del lavado, clasificación, pelado y envasado del chive de yuca para su distribución comercial.

##### **Jefe de Comercialización y Ventas:**

**Jefe de comercialización y Marketing** gestiona la relación con los clientes y la promoción de la marca. Está compuesto por:

Ventas: Responsable de implementar estrategias comerciales y alcanzar las metas de venta. También coordina la expansión de la red de distribución, tanto en el mercado nacional como en el internacional.

Equipo de Marketing: Desarrolla campañas para promocionar el chive de yuca, resaltar sus beneficios y posicionarlo como un producto natural y saludable. El equipo gestiona las redes sociales, los canales de venta online y organiza degustaciones y eventos promocionales.

Diferenciación de Producto: Promover el chive de yuca como un ingrediente único, fresco y versátil, destacando sus propiedades nutricionales y su origen sostenible.

Expansión de Canales de Venta: Comercializar el producto a través de mercados locales, tiendas especializadas en productos naturales y orgánicos, supermercados, y plataformas de comercio electrónico.

Marketing Digital: Fortalecer la presencia de la marca mediante estrategias digitales, incluidas campañas en redes sociales, colaboraciones con influencers de alimentación saludable y marketing de contenidos.

Alianzas Estratégicas: Establecer relaciones comerciales con distribuidores y minoristas, tanto nacionales como internacionales, para garantizar una mayor visibilidad y distribución del producto.

El contador encargado de gestiona los aspectos financieros y legales de la empresa.

Está compuesto por:

Encargado de la contabilidad, flujo de caja, elaboración de presupuestos y análisis financiero para asegurar la rentabilidad de la empresa.

Gestiona los recursos humanos, las relaciones con proveedores, la facturación y el control de inventarios.

#### 4.1.4. Personal

**Tabla 25**

*Personal de la Empresa*

	PERSONAL	CANTIDAD	FORMACIÓN
	Gerente	1	Licenciatura
	Administrativo		
	Contador	1	Licenciatura
	Jefe de Producción	1	Ingeniero
	Secretaria	1	Técnico superior
	Operativos	4	Bachiller
	Personal de Limpieza	1	Bachiller
	Sereno	1	Bachiller
	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	

*Nota.* Elaboración propia

#### 4.1.5. Procedimientos técnicos administrativos

Los procedimientos técnicos y administrativos son esenciales para asegurar una operación eficiente en la comercialización de chive de yuca. Estos procedimientos abarcan desde la producción y procesamiento del producto hasta la gestión administrativa, logística y

comercialización, garantizando un flujo de trabajo organizado, control de calidad y cumplimiento de normativas.

#### Limpieza:

- Uso de equipos de limpieza y lavado para eliminar impurezas y tierra de las hojas de yuca antes de ser procesadas.

#### Pelado:

Utilización de peladoras especializadas para retirar la piel y partes no deseadas del chive, asegurando que el producto mantenga su textura y sabor.

#### Rayado y Corte:

Proceso de rayado fino del chive utilizando rayadores metálicos o máquinas automáticas, dependiendo del volumen de producción.

Cortes uniformes que facilitan la comercialización y el uso del chive.

#### Envasado:

Empaque en bolsas o recipientes de grado alimenticio, con sellado al vacío para prolongar la frescura del chive.

Etiquetado con información relevante: fecha de producción, caducidad, peso, y normas de seguridad alimentaria.

#### Control de Calidad:

##### Inspección de Materia Prima:

Revisión detallada de las hojas de yuca antes del procesamiento, asegurando que cumplan con los estándares de calidad y estén libres de daños o contaminación.

##### Verificación del Proceso:

Control continuo durante el procesamiento para asegurar que el chive mantenga su textura, sabor y frescura.

Análisis de muestras del chive para garantizar que cumpla con las normativas alimentarias y esté libre de contaminantes.

Normas de Higiene y Seguridad:

Aplicación estricta de protocolos de higiene en cada etapa del proceso, desde la cosecha hasta el envasado.

Capacitación continua del personal en medidas de seguridad alimentaria y uso adecuado del equipo.

## Gestión Financiera:

### 1. Presupuesto y Planificación Financiera:

- Elaboración de un presupuesto anual que cubra costos de producción, procesamiento, distribución y comercialización.
- Análisis mensual de ingresos, costos y rentabilidad para ajustar estrategias comerciales si es necesario.

### 2. Facturación y Contabilidad:

- Implementación de un sistema de facturación y control de inventarios que registre todas las transacciones y permita una visión clara del flujo de caja.
- Cumplimiento de las normativas fiscales, incluyendo el pago de impuestos y la presentación de declaraciones contables.

## b. Gestión de Recursos Humanos:

### 1. Contratación y Capacitación del Personal:

- Proceso de reclutamiento para contratar a personal capacitado en producción agrícola, procesamiento alimentario, ventas y logística.
- Programas de capacitación periódicos sobre técnicas de producción y buenas prácticas en manufactura, comercialización y atención al cliente.

### 2. Gestión de Nómina:

- Administración de los salarios, beneficios y compensaciones de los empleados, cumpliendo con las leyes laborales vigentes.
- Registro de horas de trabajo y sistemas de bonificación para empleados según el desempeño.

## c. Gestión de Proveedores y Compras:

### 1. Selección de Proveedores:

- Búsqueda y selección de proveedores confiables para la compra de semillas, fertilizantes, equipos de procesamiento y materiales de envasado.
- Establecimiento de acuerdos contractuales con proveedores que aseguren el abastecimiento continuo y la calidad de los insumos.

#### 2. Control de Inventarios:

- Mantenimiento de un sistema de inventario que permita un control eficiente de las materias primas, productos en proceso y productos terminados.
- Implementación de un sistema de reabastecimiento para evitar faltantes de insumos esenciales.

#### d. Comercialización y Ventas:

##### 1. Planificación de Ventas:

- Desarrollo de una estrategia comercial basada en la segmentación de mercados (local, regional, nacional o internacional), identificando los mejores canales de venta.
- Creación de metas de ventas y seguimiento continuo de su cumplimiento.

##### 2. Atención al Cliente:

- Implementación de un sistema de servicio al cliente para recibir retroalimentación, gestionar reclamos y asegurar la satisfacción del cliente.
- Programas de fidelización para clientes frecuentes, brindando descuentos, ofertas especiales o productos exclusivos.

#### e. Logística y Distribución:

##### 1. Planificación de la Distribución:

- Definición de rutas de transporte eficientes para la entrega de chive fresco a clientes locales y distribuidores.
- Coordinación con empresas de transporte para asegurar que el chive llegue a los puntos de venta en óptimas condiciones.

## 2. Almacenamiento:

- Gestión adecuada de los espacios de almacenamiento, asegurando que el chive se conserve en condiciones óptimas de temperatura y humedad.
- Uso de sistemas de control de inventarios automatizados para monitorear el stock y evitar pérdidas por caducidad.

### **4.1. Fuente de Información que Sustente el Negocio**

Plan de Estratégico Institucional de Municipio de Riberalta de 2022 al 2027

Plan Territorial Desarrollo Institucional de Municipio de Riberalta 2021 al 2026.

Proyecto: Const. Equip. Planta Procesadora De Derivados Carnicos D-5 Riberalta, 2019. Municipio de Riberalta.

## CAPITULO V

### 5.1. Conclusión

El proyecto es muy importante para el municipio de Riberalta debido a que actualmente el municipio cuenta con una producción de yuca de 6.905,53 Tm, con una superficie de 1.683,59 Ha. La construcción de una planta procesadora de chive tiene el objetivo de fomentar al desarrollo económico del sector agropecuario y manufacturero, con la finalidad de sustituir la importación de la comercialización, generando fuentes de empleo para la población, disminuir la pobreza y mejorando la calidad de vida del Municipio de Riberalta.

La planta de chive ocupara una capacidad de producción 50,000/año. Para iniciar El proyecto es factible para su ejecución ya que nos demuestra según los estudios realizados de oferta y demanda y flujo de caja.

### 5.2. Recomendaciones

Realizar correctamente los pasos para la constitución legal de la empresa, además de cumplir con la misión, visión y valores descritos en el proyecto.

Direccionar a los empleados a aplicar el manual de funciones para una mejor organización dentro de la empresa.

Implementar la empresa productora y comercializadora de Chivé, puesto que es factible, y su inversión traerá consigo beneficios en los años proyectados.

Se recomienda mantener el precio del producto con el objetivo de ser competitivo en el mercado, sin descuidar la actualización constante de los costos y luctuaciones de mercado y porcentajes de inflación.

### 5.3. Bibliografía Referencia

Almoguera, A. (2019). *Manual práctico de Emprendedor*. Cardenal Herrera Oria.

BACA URBINA, G. (2010). *Evaluación de proyectos 6ed*. México D.F. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

*Como preparar un plan de negocios*. (2018). Greg Balanko .

Emozonia. (2015). *Manual de buenas practicas*. Iberoamericana.

KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2012). *Marketing* . Mexico: Pearson Educación.

Lledo, P., & Rivelora, G. (2007). *Gestión de proyectos*. Pearson Education.

Lopez Miranda, A., & Lanckenau Caballero, D. (2017). *Administración de Proyecto*. Pearson Educación de México.

Municipio de Riberalta. (2022). *Plan desarrollo Institucional*. Riberalta.

SAPAG CHAIN y SAPAG CHAIN , N. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: McGraw-Hill Interamericana.

Vaca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyecto*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

ANEXO

**Anexo 1**

*Planta de yuca donde se obtiene la materia prima.*



*Notas:* Plantación de yuca Comunidad las Piedras

**Anexo 2**

*Recolección de yuca materia prima*



*Notas.* Plantación de yuca Comunidad Las Piedras

**Anexo 3**

*Planta de yuca*



*Notas.* Plantación de yuca Comunidad Las Piedras



Notas. Plantación de yuca Comunidad las Piedras

**Anexo 4**

*Materia prima yuca*



Notas. Plantación de yuca Comunidad Las Piedras

**Materia prima yuca**



## ANEXOS B

## Encuesta

Buenos días/ tarde, permítame tomar 5 minutos de tiempo para responder unas preguntas que servirán como medio de información para la elaboración estudio de mercado.

Genero

Edades

¿Consumen Chivé en su hogar?

Si

No

¿Cuál es la cantidad aproximada en kg de Chivé que consume por mes su familia?

¿En qué momento del día consume usted Chivé?

¿De qué manera acostumbra más a consumir Chivé?

¿Dónde compra usted Chivé?