

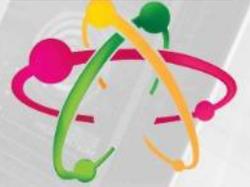
**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA, CONTABLE Y FINANCIERA**
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORÍA
SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN Y FINANZAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO



NÚMERO DE GRUPO

2



XIII

**FERIA FACULTATIVA
DE EMPRENDEDURISMO
INNOVACIÓN Y
TRANSFERENCIA
DE TECNOLOGÍA**

CATEGORÍA

EMPRENDIMIENTO

INTEGRANTES

EMAR MATIAS RUIZ MARTINEZ

MOIRA PINTO ROJAS

CARLOS JAIME HEREDIA CAYO

JHOEL JIMENEZ MAMANI

DOCENTE GUIA

VICTOR HUGO TORREZ BRUNO

INDICE

Resumen ejecutivo.....	5
Problema:	5
Justificación:.....	5
Objetivos:.....	5
Metodología:	5
Resultados Esperados:	6
Introducción.....	6
Descripción del negocio	6
Descripción de la Empresa:.....	6
Misión:	6
Visión:	6
Ventaja Competitiva:.....	7
1. Análisis externo.....	7
1.1. Microentorno	7
1.1.1. Análisis de la demanda o clientes potenciales	7
1.1.2. Competidores.....	9
1.2. Macroentorno	10
1.2.1. Producto/Mercado.....	13
2. Análisis interno	14
3. Análisis FODA	15
3.1. Del análisis externo: Oportunidades y Amenazas	15
3.2. Del análisis interno: Fortalezas y Debilidades.....	15
3.3. Análisis FODA	16
3.4. Estrategia	17
Misión.....	19
Visión	19
4. Plan operativo o producción	19
4.1. Plan de Producción u Operación	19
Ubicación de la Planta de Producción:	19
Principales Procesos de Producción:.....	19
5. PLAN DE MARKETING.....	25

5.1.	Mercado Objetivo o Target.....	25
5.1.1.	¿Cuál es la estructura del producto o servicio?	25
5.1.2.	Básico. ¿Qué ofrece básicamente?.....	25
5.1.3.	Esperado. ¿Qué espera el cliente potencial además de lo básico?.....	26
5.1.4.	Aumentado. ¿Qué logrará alcanzar con el tiempo su producto o servicio, después de superar el producto esperado por el cliente?	26
5.2.	Análisis del producto.....	26
5.2.1.	¿Cuáles son los atributos (características) del producto o servicio respecto diseño?.....	26
5.2.2.	¿Cómo describiría la calidad de su producto o servicio?.....	26
5.2.3.	¿Cuál será la marca de producto o servicio?,	26
5.2.4.	¿Cuál será la etiqueta?	27
5.2.5.	¿Cuál será el empaque?	27
5.2.6.	¿Cuál será el servicio de apoyo que brindará su empresa al cliente?	27
5.2.8.	¿Qué líneas de productos o servicios tiene?	27
5.2.9.	¿Cuál es la profundidad de cada línea de productos o servicios?.....	27
5.2.10.	El producto o servicio que presenta su empresa ¿en qué área del ciclo de vida del producto se encuentra?	27
5.3.	Análisis de Precio	27
5.3.1.	¿Cuál es su estrategia de precio?	27
5.3.2.	Fijación de precio basado en el valor	27
5.3.3.	Fijación de precio basado en el costo.....	27
5.3.5.	¿Qué tipo de elasticidad precio de la demanda presenta su producto o servicio?.....	27
5.3.6.	Determine la forma de cálculo para llegar al precio objetivo de venta con factura.....	27
5.3.7.	¿Cuál será la política de modificación de precios?	28
5.3.8.	¿Cuál será la política de descuentos?	28
5.3.9.	¿Cómo motivará a sus clientes para que compren en su empresa y no a otro competidor?	28
5.4.	Análisis de la Promoción	28
5.4.1.	¿Cómo va a comunicar o promocionar el producto o servicio a su cliente?.....	28
5.4.2.	¿Cuál será su mezcla comunicacional o promocional que utilizará?.....	28
5.4.3.	¿Publicidad?	28
5.4.4.	¿Promoción en ventas?	28
5.4.5.	¿Relaciones públicas?.....	28
5.4.6.	¿Marketing directo?	28

5.4.8.	¿Eventos y Experiencias?	28
5.4.9.	¿Todas, solo algunas?	28
5.4.10.	¿Cuál será el mensaje que comunicará a su mercado objetivo o target?	28
5.4.11.	¿Por qué medios y vehículos comunicará el mensaje?	28
5.4.12.	¿Cuál es el presupuesto de comunicación?	28
5.4.13.	¿Cómo evaluará que la promoción o comunicación logró los resultados que esperaba?..	29
5.5.	Análisis de Plaza	29
5.5.1.	¿Qué tipo de canal de distribución utilizará para hacer llegar sus productos o servicios a sus clientes?	29
5.5.2.	Canal Directo	29
5.5.3.	Canal Indirecto	29
5.5.4.	¿Cómo evaluará que la distribución sea eficiente y eficaz?	29
6.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	29
6.1.1.	Personal importante en el área de producción u operaciones:	29
6.1.2.	Personal de dirección:	30
6.1.3.	Personal de ejecución:	30
6.1.6.	Manual de organización:	31
6.1.6.1.	Organigrama.....	31
6.1.6.3.	Manual de funciones del personal clave	32
6.1.6.4.	Plan de carrera	33
6.1.12.	Motivación al personal	34
6.1.13.	Sueldos y salarios	35
6.1.14.	Seguridad e higiene personal	35
6.1.15.	Evaluación de desempeño	35
7.	PLAN DE FINANZAS	36
7.1.	Estados Financieros.....	36
7.2.	Balance General	36
7.3.	Estado de Resultados	36
7.4.	Flujo de Caja.....	37
7.5.	Instrumentos Requeridos	37
7.6.	Principales Riesgos Financieros	39
8.	ESTUDIO JURÍDICO FISCAL	39
8.1.	Forma jurídica de la empresa	39

8.2. Razones para elegir esta forma:	40
8.3. Nombre de la empresa.....	40
8.4. Número de socios y sus aportaciones	40
8.5. Organismos públicos donde inscribir la empresa	40
8.6. Principales obligaciones fiscales:.....	41
Conclusiones.....	41
Bibliografía	42
Anexos	42

Resumen ejecutivo

Problema:

El mercado actual carece de opciones de snacks saludables y naturales para estudiantes y profesionales en la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (U.A.G.R.M.) de la facultad de ciencias contables, donde la mayoría de los productos de fácil acceso contienen altos niveles de azúcar y conservantes. Esto representa una falta de alternativas nutritivas y accesibles para quienes buscan opciones naturales durante el día.

Justificación:

Este proyecto responde a la creciente demanda de alimentos saludables y sostenibles. Elaborar y comercializar bananas deshidratadas de manera artesanal no solo cubre esta necesidad, sino que fomenta la producción local y ofrece un producto de alta calidad y bajo costo. Al aprovechar un proceso de deshidratación casero, garantizamos un snack sin aditivos, promoviendo un estilo de vida más sano entre los estudiantes.

Objetivos:

- Elaborar y comercializar bananas deshidratadas de alta calidad en la facultad de ciencias contables (U.A.G.R.M.)
- Ofrecer una alternativa saludable y económica para estudiantes y docentes.
- Generar ingresos mediante un proceso de producción artesanal que aproveche recursos locales.

Metodología:

Producción: Las bananas se deshidratarán en un ambiente adecuado y controlado, utilizando métodos caseros que mantengan su sabor y calidad. El proceso de producción se realizará en una ubicación accesible, con todas las medidas necesarias para garantizar un ambiente seguro y limpio.

Comercialización: Se realizarán estudios de mercado en la facultad de ciencias contables (U.A.G.R.M.) para identificar la demanda. Se establecerán puntos de venta estratégicos dentro de la universidad y se promoverá el producto en redes sociales.

Calidad y Seguridad: Implementar controles de higiene en el proceso de deshidratación y almacenamiento, asegurando un producto de calidad y seguro para el consumo.

Resultados Esperados:

- Posicionar las bananas deshidratadas como una opción saludable y popular dentro de la facultad de ciencias contables (U.A.G.R.M.)
- Lograr una buena aceptación en el mercado universitario, obteniendo ventas suficientes para mantener el negocio.
- Fomentar la adopción de hábitos alimenticios más saludables entre los consumidores.

Introducción**Descripción del negocio**

Nombre del Negocio: Bananísimo

Eslogan: Sabor natural, energía tropical.

Descripción de la Empresa:

Bananísimo es un emprendimiento boliviano dedicado a la elaboración y comercialización de bananas deshidratadas de alta calidad, proporcionando un snack natural y saludable para estudiantes, docentes y profesionales en la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (U.A.G.R.M.) y otros espacios locales. Nuestro proceso de deshidratación artesanal asegura un producto sin aditivos, que conserva el auténtico sabor y valor nutritivo de la fruta, promoviendo opciones alimenticias sanas y sostenibles.

Misión:

Ofrecer productos saludables y naturales que enriquezcan la vida de nuestros clientes con energía y sabor, comprometidos con la calidad, la sostenibilidad y el bienestar de la comunidad universitaria y local.

Visión:

Ser líderes en el mercado de snacks saludables y naturales en Bolivia, reconocidos por la excelencia en la producción de frutas deshidratadas y por nuestra contribución a estilos de vida más sanos y equilibrados.

Ventaja Competitiva:

Calidad y Naturalidad: Un proceso de deshidratación artesanal que conserva el sabor natural de la banana sin aditivos ni conservantes.

Proximidad al Cliente: Al estar presentes en el entorno universitario, podemos responder de manera ágil a la demanda y preferencias de los estudiantes y docentes.

Accesibilidad y Costo: Ofrecemos un snack nutritivo a precios accesibles, logrando ser una alternativa viable frente a otros productos menos saludables.

1. Análisis externo

1.1. Microentorno

1.1.1. Análisis de la demanda o clientes potenciales

¿Cuáles serán los clientes potenciales en Bolivia? Describa por departamento

Los clientes potenciales de "Bananísimo" se concentran en el departamento de Santa Cruz, específicamente en la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (U.A.G.R.M.) de la facultad de ciencias contables. Los consumidores serían principalmente:

Estudiantes y docentes de la facultad de ciencias contables (U.A.G.R.M.), quienes buscan opciones de snacks saludables, accesibles y naturales durante su día.

En caso de exportación ¿Cuáles serán los clientes potenciales internacionales? Describa por país

Dado el alcance y la producción limitada actual, no se considera la exportación. En un futuro con mayor capacidad de producción, podrían evaluarse mercados en países vecinos interesados en productos saludables.

Describa el tamaño de clientes potenciales y que cantidad podrá vender usted de su producto o servicio a clientes potenciales

Con una producción estimada de 10 bolsitas de bananas deshidratadas al día, "Bananísimo" está dirigido a un nicho dentro de la facultad de ciencias contables (U.A.G.R.M.) La meta inicial es vender la producción diaria a un público selecto dentro de los módulos de la universidad. La cantidad producida se ajusta al tamaño del mercado y a la demanda esperada de este entorno.

Describa como va a dividir al total de clientes potenciales en grupos o segmentos de mercado

Bananísimo segmentará a sus clientes en grupos específicos dentro de la facultad de ciencias contables (U.A.G.R.M.), enfocados en estudiantes, docentes y personal administrativo. Estos grupos comparten la necesidad de opciones de snacks saludables, accesibles y convenientes que puedan consumir rápidamente durante su jornada. Los estudiantes, por ejemplo, buscan alimentos rápidos que les proporcionen energía para largas horas de estudio, mientras que los docentes y administrativos valoran opciones naturales y nutritivas que se adapten a su entorno laboral y estilo de vida activo.

Describa si el mercado que usted ha seleccionado, como mercado objetivo o target.

El mercado seleccionado como objetivo es la comunidad universitaria de la facultad de ciencias contables (U.A.G.R.M.) en Santa Cruz, compuesta principalmente por estudiantes y personal académico. Este grupo, consciente de la importancia de una alimentación sana, ha demostrado interés en opciones naturales y asequibles, lo que hace de Bananísimo una alternativa adecuada y atractiva dentro de la universidad. La ubicación facilita el acceso y permite que Bananísimo se posicione como un snack de elección.

¿Cuáles son los hábitos de consumo que tiene su mercado objetivo o target?

Los hábitos de consumo de este grupo están enfocados en satisfacer necesidades de energía durante su jornada diaria. Suelen consumir snacks entre clases, en tiempos de descanso, o como complemento a su alimentación. Al carecer de opciones saludables dentro de los módulos universitarios, buscan alternativas que les brinden energía sin agregar azúcares o conservantes. La conveniencia y la facilidad de acceso son factores clave en su decisión de compra, junto con la preferencia por productos naturales y sin aditivos.

¿Cuál es el perfil o características que tiene su consumidor?

El perfil del consumidor de Bananísimo corresponde a personas jóvenes o adultos jóvenes con un estilo de vida activo y una inclinación hacia opciones saludables. Son conscientes de la importancia de una dieta equilibrada y prefieren productos que, además de ser nutritivos, contribuyan a un estilo de vida sostenible. Dispuestos a pagar precios razonables, estos

consumidores aprecian los productos locales y naturales, ideales para satisfacer sus necesidades diarias en los módulos universitarios.

1.1.2. Competidores

Detalle a quien considera los principales competidores describiendo a cada uno ellos:

Los principales competidores de Bananísimo en la facultad de ciencias contables (U.A.G.R.M.) son los proveedores de snacks convencionales disponibles en la universidad, como las tiendas de conveniencia y los vendedores ambulantes. A continuación, se describe cada uno de ellos:

Tiendas de conveniencia en la facultad de ciencias contables de la U.A.G.R.M.:

Compradores: Los clientes principales son estudiantes, docentes y personal universitario que buscan opciones rápidas de snacks durante sus pausas. La conveniencia y la disponibilidad en la universidad los convierte en una opción popular para quienes no tienen tiempo de salir a comprar productos en otro lugar.

Productos que ofrecen: Estas tiendas venden una variedad de snacks como galletas, papas fritas, dulces y bebidas gaseosas. Estos productos suelen ser de fácil acceso y a precios asequibles, pero contienen altos niveles de azúcar, sodio y conservantes. Aunque cubren la necesidad de consumir algo rápido, no ofrecen opciones realmente saludables para quienes buscan cuidar su alimentación.

Vendedores ambulantes cercanos a la universidad:

Compradores: Tanto estudiantes como docentes y personal administrativo que están en el campus y prefieren comprar opciones asequibles y prácticas. Algunos buscan snacks que puedan llevar y consumir en cualquier momento sin necesidad de almacenamiento especial.

Productos que ofrecen: Los vendedores ambulantes suelen vender una variedad de productos como papas fritas, refrescos, caramelos y en ocasiones frutas frescas. Aunque a veces ofrecen frutas, la mayoría de los productos disponibles tienden a ser poco saludables, con altos niveles de azúcar y sal. Esta competencia ofrece precios accesibles y conveniencia, pero no necesariamente satisface la demanda de productos naturales y saludables que Bananísimo puede cubrir.

Bananísimo se diferencia al ofrecer un snack saludable y natural en un formato práctico, sin aditivos y a un precio accesible. Esto lo convierte en una alternativa que responde a la creciente demanda de opciones de consumo más conscientes y adecuadas para un estilo de vida saludable dentro de la universidad.

¿A qué precio?

Bananísimo ofrece sus bolsitas de bananas deshidratadas a un precio accesible para estudiantes y personal universitario, manteniéndose entre los 5 y 10 bolivianos por bolsita. Este precio competitivo responde a la necesidad de brindar un snack saludable y de calidad sin comprometer el presupuesto de los consumidores en la facultad de ciencias contables de la U.A.G.R.M.

¿Qué promociones brindan (cómo comunican el producto o servicio)?

Bananísimo promueve sus productos principalmente a través de redes sociales, enfocándose en plataformas populares entre estudiantes como Facebook e Instagram. Además, aprovecha el boca a boca y la presencia física en puntos estratégicos dentro de la universidad para captar la atención de los consumidores. También se considera la posibilidad de ofrecer pequeñas muestras gratuitas o descuentos iniciales para atraer nuevos compradores y dar a conocer la calidad del producto.

¿Cuál es su forma de distribución (cómo hacen llegar los productos o servicios al consumidor final)?

La distribución de Bananísimo se realiza directamente en la facultad de ciencias contables de la U.A.G.R.M. en puntos de venta establecidos dentro de los módulos. Esto incluye zonas de alto tráfico, como áreas comunes o cercanas a los módulos, donde los estudiantes y docentes pueden acceder fácilmente al producto durante su día.

1.2. Macroentorno

Situación del Entorno en Bolivia

Política:

Bolivia ha experimentado cambios significativos en su panorama político en los últimos años, lo que afecta el clima de negocios. Las políticas del gobierno se centran en el apoyo a la producción nacional y la economía local, lo cual es favorable para emprendimientos como Bananísimo que producen de forma artesanal y buscan promover opciones saludables. Sin embargo, la

inestabilidad política puede representar un riesgo, afectando la implementación de políticas favorables a pequeños negocios.

Medio Ambiente:

La creciente preocupación por el cambio climático y la deforestación ha llevado a un interés en negocios sostenibles en Bolivia. Bananísimo, al ser un negocio que no utiliza aditivos ni grandes instalaciones industriales, apoya la sostenibilidad y el bajo impacto ambiental. Esta tendencia hacia lo natural y ecológico es una oportunidad importante. No obstante, las condiciones climáticas y la falta de infraestructura en algunas áreas rurales pueden afectar el acceso continuo a materia prima de calidad.

Social:

En Bolivia, la demanda de productos saludables y naturales está en aumento, especialmente en sectores urbanos y en las generaciones jóvenes. El cambio en los hábitos alimenticios, impulsado por una mayor conciencia de salud, es una oportunidad para Bananísimo. Sin embargo, aún existe una gran preferencia por alimentos procesados y económicos, lo que podría limitar la penetración del mercado de snacks saludables en ciertos segmentos de consumidores.

Tecnológica:

La tecnología en Bolivia está en constante desarrollo, y el acceso a redes sociales y plataformas digitales ha aumentado. Esta tendencia permite a Bananísimo llegar a su público objetivo mediante marketing digital. No obstante, la falta de tecnología avanzada y herramientas en el proceso de producción limita la posibilidad de aumentar la escala de producción en un corto plazo, lo cual puede representar una amenaza si la demanda supera la capacidad productiva actual.

Económica:

La economía boliviana ha pasado por periodos de crecimiento moderado. Para Bananísimo, el contexto económico significa que los precios deben ser asequibles para captar la atención del público universitario. La inflación y posibles fluctuaciones en el costo de insumos pueden afectar el margen de ganancias y la estabilidad de precios. Sin embargo, al ser un negocio artesanal, el control sobre los costos es mayor, lo cual es una ventaja en comparación con grandes empresas.

Legal:

En Bolivia, los negocios alimenticios deben cumplir con ciertas normas sanitarias y de seguridad alimentaria, aunque el marco legal para emprendimientos artesanales es menos exigente, que para empresas industriales. Esta situación permite que Bananísimo opere con facilidad y sin grandes costos de regulación. Sin embargo, cualquier cambio en la normativa sobre alimentos naturales o procesados podría aumentar los requisitos de cumplimiento y representar un desafío.

Demográfica:

La población universitaria en ciudades como Santa Cruz está en crecimiento, lo cual representa un mercado objetivo clave para Bananísimo. Este grupo demográfico está en constante búsqueda de alternativas prácticas y saludables para el consumo diario. Esta tendencia demográfica ofrece una excelente oportunidad para expandir el mercado dentro de la universidad y otros espacios similares.

Cultural:

En Bolivia, existe una cultura creciente de alimentación saludable, especialmente en sectores jóvenes y urbanos. Los consumidores comienzan a interesarse en opciones locales y sin aditivos, lo cual favorece la propuesta de Bananísimo. A pesar de ello, los productos deshidratados aún no son muy populares en el país, por lo que puede ser un desafío educar a los consumidores sobre los beneficios de las bananas deshidratadas.

Principales Amenazas y Oportunidades**Amenazas:**

- Inestabilidad política que pueda afectar el apoyo a negocios locales.
- Cambios en la normativa de alimentos, que podrían imponer mayores requisitos a los emprendimientos artesanales.
- Preferencia de los consumidores por snacks procesados y económicos, lo que podría limitar la demanda.
- Fluctuación de los costos de los insumos debido a la inflación.

Oportunidades:

- Crecimiento de la conciencia sobre la salud y el consumo de alimentos naturales.
- Apoyo gubernamental a la producción local y la sostenibilidad.
- Crecimiento de la población universitaria en Santa Cruz, el mercado objetivo de Bananísimo.
- Uso de redes sociales para promover el producto y crear una comunidad de consumidores interesados en alternativas naturales y accesibles.

1.2.1. Producto/Mercado

Descripción del producto genérico:

El producto genérico es un snack natural de bananas deshidratadas, una opción de alimentación práctica, saludable y sin aditivos. Este tipo de producto pertenece a la categoría de snacks saludables, cuyo mercado ha mostrado un crecimiento constante debido al interés de los consumidores por opciones naturales y nutritivas. El comportamiento del mercado indica una tendencia creciente hacia los snacks sin conservantes, especialmente en entornos urbanos y entre jóvenes y profesionales que buscan alternativas para mejorar su alimentación.

¿Qué vende?

Bananísimo vende bolsitas de bananas deshidratadas, un snack saludable y fácil de consumir. Este producto se ofrece como una alternativa a los snacks tradicionales, proporcionando una opción sin azúcar añadida, conservantes o ingredientes artificiales. La propuesta es satisfacer la necesidad de un snack práctico y nutritivo, ideal para consumir durante el día.

¿A quién vende?

El público objetivo de Bananísimo son principalmente los estudiantes, docentes y personal administrativo de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (U.A.G.R.M.) en la facultad de ciencias contables, quienes valoran opciones de snack saludables, accesibles y fáciles de consumir en la universidad. Este mercado es receptivo a productos naturales y está en búsqueda de alternativas que puedan consumir de manera rápida y práctica entre sus actividades académicas y laborales.

¿Con qué está hecho el producto o cómo está hecho?

Las bananas deshidratadas de Bananísimo se elaboran a partir de bananas frescas y maduras que se cortan en rodajas y se deshidratan en un horno doméstico. Este proceso de deshidratación casera permite conservar el sabor natural y los nutrientes de la fruta sin necesidad de aditivos o conservantes. El horno doméstico se utiliza en condiciones controladas de temperatura para asegurar que las bananas mantengan su calidad, textura y sabor natural, creando un producto saludable y artesanal.

2. Análisis interno

Cadena de Valor de Michael Porter: La cadena de valor de Porter permite identificar las fortalezas y debilidades en cada actividad de la empresa. A continuación, se resumen las fortalezas y debilidades de Bananísimo:

Fortalezas:

Producción Artesanal: La producción artesanal garantiza un producto de calidad, libre de aditivos y conservantes, lo que agrega valor para un mercado que busca opciones naturales.

Bajo Costo Operativo: La producción en pequeña escala, utilizando un horno doméstico, reduce costos y permite una estructura operativa simple y flexible.

Ubicación Estrategia en la U.A.G.R.M.: La cercanía con el mercado objetivo en la universidad facilita la distribución y promoción de los productos.

Acceso a Materia Prima: La disponibilidad de bananas frescas en Santa Cruz permite mantener un suministro estable de materia prima a bajo costo.

Debilidades:

Capacidad Limitada de Producción: La utilización de equipo doméstico limita la cantidad de productos que se pueden elaborar diariamente, restringiendo el crecimiento en el corto plazo.

Dependencia de Ventas en el Campus: La falta de puntos de distribución externos reduce el alcance y limita el crecimiento del negocio.

Falta de Infraestructura Formal: No existen instalaciones dedicadas a almacenamiento o producción, lo cual puede afectar la capacidad de responder a aumentos en la demanda.

3. Análisis FODA

3.1. Del análisis externo: Oportunidades y Amenazas

Oportunidades:

Tendencia de Consumo Saludable: El aumento en la demanda de snacks naturales y saludables abre la puerta para que Bananísimo se posicione como una opción atractiva y accesible en el mercado universitario.

Mercado en Expansión: Existe un creciente interés por productos locales y artesanales, especialmente en entornos urbanos, lo que permite a Bananísimo diferenciarse de la competencia.

Conciencia Ambiental: La preferencia por productos sostenibles y de bajo impacto ambiental brinda una ventaja, ya que Bananísimo promueve un proceso de elaboración casero y natural.

Amenazas:

Competencia de Productos Convencionales: Los snacks procesados con precios accesibles representan una competencia directa, ya que son opciones conocidas y de fácil acceso para los consumidores.

Variabilidad en el Abastecimiento de Bananas: La falta de acuerdos formales con proveedores puede resultar en variabilidad en la calidad o en el precio de la materia prima, lo que podría afectar la producción.

Poder Adquisitivo del Público Objetivo: La fluctuación en el poder adquisitivo de los estudiantes puede influir en la demanda, limitando las compras en momentos de dificultades económicas.

3.2. Del análisis interno: Fortalezas y Debilidades

Fortalezas:

- Producción artesanal que conserva el sabor y los nutrientes de la banana, sin aditivos.
- Proximidad al mercado objetivo, lo cual facilita la distribución y la captación de clientes en la facultad de ciencias contable de la U.A.G.R.M.
- Bajos costos operativos y flexibilidad en el proceso productivo.

- Acceso a materia prima fresca y de bajo costo en la región.

Debilidades:

- Capacidad de producción limitada por el uso de equipo doméstico.

- Dependencia de ventas dentro del campus universitario, con poco alcance externo.

- Ausencia de infraestructura formal.

- Dependencia de un solo proveedor de bananas sin contratos formales.

3.3. Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
1. Producción artesanal que garantiza calidad y naturalidad. 2. Ubicación estratégica en la facultad de ciencias contables U.A.G.R.M. 3. Bajos costos operativos y flexibilidad. 4. Acceso económico a materia prima local.	1. Capacidad de producción limitada por el equipo doméstico. 2. Dependencia de ventas en el campus sin expansión externa. 3. Falta de infraestructura y canales de distribución formal. 4. Ausencia de marketing digital y visibilidad en redes sociales.
Oportunidades	Amenazas
1. Aumento en la demanda de snacks saludables y naturales. 2. Preferencia por productos locales y sostenibles. 3. Mayor conciencia ambiental y sostenibilidad.	1. Competencia con snacks procesados más accesibles y conocidos. 2. Variabilidad en el precio y calidad de la materia prima. 3. Fluctuaciones en el poder adquisitivo de los consumidores.

3.3.1. Estrategia FO (Fortalezas + Oportunidades):

- Aprovechar la producción artesanal y la cercanía al mercado universitario para promocionar la calidad y naturalidad de Bananísimo, destacándose como una opción local y sostenible.
- Crear campañas de concientización sobre alimentación saludable en el campus para atraer a consumidores interesados en mejorar sus hábitos alimenticios.

3.3.2. Estrategia DO (Debilidades + Oportunidades):

- Desarrollar una presencia en redes sociales para ampliar la visibilidad y el alcance de la marca, aprovechando el interés en productos saludables y naturales.
- Explorar la posibilidad de alianzas estratégicas con otros comercios locales dentro o cerca del campus para diversificar los puntos de venta.

3.3.3. Estrategia FA (Fortalezas + Amenazas):

- Destacar la naturalidad y frescura del producto artesanal como ventaja competitiva frente a los snacks procesados.
- Buscar acuerdos con proveedores locales de bananas para reducir la variabilidad en el precio y asegurar una cadena de suministro más estable.

3.3.4. Estrategia DA (Debilidades + Amenazas):

- Invertir en pequeños equipos de deshidratación más eficientes que permitan aumentar la producción sin elevar demasiado los costos.
- Explorar opciones de financiamiento o incentivos universitarios para ampliar las capacidades de almacenamiento y producción.

3.4. Estrategia

Propuesta de Valor:

La propuesta de valor de Bananísimo se centra en ofrecer un snack saludable y natural a base de bananas deshidratadas, elaborado de manera artesanal y sin aditivos ni conservantes. Nuestro producto no solo es una alternativa nutritiva y accesible para estudiantes y profesionales, sino que también promueve un estilo de vida más saludable y sostenible. Al optar por un proceso de deshidratación casero, garantizamos la calidad y frescura del producto, respondiendo a la creciente demanda de opciones alimenticias que priorizan la salud y el bienestar.

Diferenciación de la Competencia:

Bananísimo se diferenciará de la competencia mediante los siguientes aspectos clave:

Calidad del Producto: A diferencia de los snacks procesados que dominan el mercado, nuestras bananas deshidratadas son 100% naturales, sin aditivos ni conservantes, lo que asegura un producto auténtico y saludable.

Producción Artesanal: La elaboración artesanal permite controlar cada paso del proceso, garantizando un producto de alta calidad y un sabor superior. Esto resalta el compromiso con la producción local y el fomento de la economía de la comunidad.

Proximidad y Accesibilidad: Al estar ubicados dentro de los módulos de la facultad de ciencias contables de la U.A.G.R.M., ofrecemos un acceso directo a nuestro mercado objetivo, lo que facilita la compra impulsiva y la creación de relaciones cercanas con los consumidores.

Conciencia Ambiental: Bananísimo adopta prácticas sostenibles en su producción y envasado, lo que no solo atrae a los consumidores preocupados por el medio ambiente, sino que también ayuda a crear una imagen de marca responsable.

Adecuación al Entorno:

Para adecuar Bananísimo al entorno de la facultad de ciencias contable en la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno y la comunidad de Santa Cruz, se implementarán las siguientes estrategias:

Establecimiento de Canales de Venta: Se crearán puntos de venta estratégicos en lugares de alta concurrencia dentro del campus universitario, como cafeterías y áreas comunes, así como en eventos universitarios y ferias locales.

Promociones y Marketing: Se utilizarán redes sociales y plataformas digitales para promocionar el producto, compartir recetas, y educar sobre los beneficios de una alimentación saludable. Las promociones iniciales, como descuentos en la compra de múltiples bolsitas, incentivarán la prueba del producto.

Participación en Eventos Locales: Bananísimo se involucrará en eventos universitarios y ferias de alimentos saludables, lo que no solo ayudará a dar visibilidad a la marca, sino que también fortalecerá la conexión con la comunidad local.

Misión

La misión de Bananísimo es ofrecer a estudiantes y profesionales de la facultad de ciencias contables de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno snacks saludables y naturales que enriquezcan su alimentación diaria. Nos comprometemos a utilizar ingredientes de calidad y a promover un estilo de vida equilibrado, apoyando la producción local y garantizando un producto libre de aditivos.

Visión

Nuestra visión es convertir a Bananísimo en la marca líder de snacks saludables en Bolivia, reconocida por la excelencia en la producción de frutas deshidratadas. Aspiramos a ser un referente en la promoción de hábitos alimenticios más sanos y sostenibles, expandiendo nuestra presencia más allá del campus universitario y contribuyendo al bienestar de la comunidad local y nacional.

4. Plan operativo o producción

4.1. Plan de Producción u Operación

Ubicación de la Planta de Producción:

La planta de producción de Bananísimo se establecerá en un entorno doméstico adecuado, específicamente en una vivienda en la calle Las Águilas, en Santa Cruz. Este lugar se elegirá por su accesibilidad y proximidad a la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, lo que facilitará tanto el abastecimiento de materia prima como la distribución del producto final. La planta contará con un espacio designado para la deshidratación de las bananas y el envasado, garantizando un ambiente limpio y seguro para la producción.

Principales Procesos de Producción:

Los procesos de producción se llevarán a cabo de la siguiente manera:

1. Selección de Materia Prima:

Se elegirán bananas frescas y maduras, preferentemente de producción local, asegurando la calidad del producto.

2. Limpieza y Preparación:

Las bananas seleccionadas serán lavadas y peladas. Luego se cortarán en rodajas de un grosor uniforme para garantizar un secado uniforme.

3. Deshidratación:

- Se utilizará un horno doméstico para la deshidratación de las bananas. Este proceso implicará:
- Pre calentamiento del horno a una temperatura adecuada (aproximadamente 90-150°C).
- Colocación de las rodajas de banana en bandejas de hornear, asegurándose de que estén distribuidas uniformemente.
- Monitoreo del proceso de deshidratación, que puede durar entre 1 y 2 horas, dependiendo del grosor de las rodajas y la humedad deseada en el producto final.

4. Envasado:

Una vez deshidratadas, las bananas se dejarán enfriar y se envasarán en bolsas de plástico, que serán etiquetadas con información del producto, como el nombre de la marca, ingredientes y fecha de producción.

5. Control de Calidad:

Se implementarán controles de calidad en cada etapa del proceso para asegurar que el producto final cumpla con los estándares de calidad y seguridad alimentaria.

Forma de Distribución Interna (Layout):

El diseño de distribución interna (layout) de la planta de producción será sencillo y funcional, facilitando el flujo de trabajo. Se organizará de la siguiente manera:

Área de Recepción de Materia Prima: Un espacio designado para la recepción y almacenamiento inicial de las bananas frescas.

Zona de Preparación: Una estación equipada con utensilios de cocina (cuchillos, tablas de cortar, etc.) donde se llevarán a cabo la limpieza y preparación de las bananas.

Área de Deshidratación: El horno doméstico estará ubicado en un área bien ventilada y separada de otras zonas, con acceso fácil a la zona de preparación. Se utilizarán estantes o mesas auxiliares para colocar las bandejas durante el proceso de deshidratación.

Zona de Envasado: Un espacio específico donde se realizará el enfriamiento y el envasado de las bananas deshidratadas. Esta área tendrá acceso directo a la zona de deshidratación y estará equipada con herramientas para el sellado y etiquetado de las bolsas.

Área de Almacenamiento: Un lugar para el almacenamiento de los productos terminados, listo para su distribución y venta.

Este layout garantiza un flujo de trabajo eficiente, minimizando el tiempo y el esfuerzo en el proceso de producción, lo que resulta en un producto final de alta calidad que satisface la demanda del mercado objetivo.

Estrategia Óptima de Producción

La estrategia óptima de producción para Bananísimo se centrará en una producción artesanal y eficiente, que asegure la calidad del producto final y responda a la demanda del mercado. Esta estrategia incluirá:

Producción Justo a Tiempo (JIT): Esta metodología permitirá producir las bananas deshidratadas en la cantidad necesaria, evitando el exceso de inventario y asegurando que los productos siempre sean frescos. Se planificarán las producciones de acuerdo con la demanda proyectada, minimizando desperdicios.

Control de Calidad Estricto: Implementar un sistema de control de calidad en cada etapa del proceso de producción, desde la selección de la materia prima hasta el envasado, garantizando un producto final que cumpla con los estándares requeridos por los consumidores.

Producción Flexible: Mantener la capacidad de adaptarse a cambios en la demanda, ajustando la producción según las temporadas académicas o eventos especiales en la universidad.

Capacidad y Programa de Producción

La capacidad de producción se establecerá considerando el tiempo disponible y el proceso de deshidratación.

Capacidad de Producción: Dado que se estima producir aproximadamente 10 bolsitas de bananas deshidratadas al día, se calculará que cada bolsita contenga 100 gramos. Esto resulta en un total de 1 kilogramo de bananas deshidratadas diarias. La capacidad máxima se determinará en función del tiempo que se necesita para deshidratar y envasar las bananas, así como el tiempo de trabajo disponible en la planta.

Programa de Producción: Se establecerá un calendario semanal de producción, considerando las horas de trabajo disponibles. Por ejemplo, si se dedica un día a la preparación y deshidratación, y otro día al envasado y control de calidad, se podrá mantener una producción constante.

Método Utilizado para Determinar la Capacidad Máxima de Producción: La capacidad máxima se calculará mediante el análisis del tiempo requerido para deshidratar las bananas en el horno y el número de bandejas que se pueden usar simultáneamente. Se evaluará el tiempo promedio de deshidratación (1 a 2 horas) y la disponibilidad diaria del horno para determinar la cantidad máxima de producto que se puede obtener sin afectar la calidad.

Costos Unitarios y Totales de Producción

Los costos de producción incluirán tanto costos fijos como variables.

Costos Fijos: Incluyen servicios públicos (agua, electricidad) y otros gastos operativos fijos. Por ejemplo, supongamos un costo fijo mensual de 210 Bs.

Costos Variables: Estos son costos que varían según la cantidad producida, incluyendo:

- Costo de las bananas (suponiendo un costo de 7 Bs por kilogramo).
- Costo de embalaje (suponiendo 0.70 Bs por bolsa).
- Otros costos asociados (por ejemplo, energía eléctrica para el horno, estimando 3.50 Bs por cada ciclo de deshidratación).

Cálculo de Costos Unitarios:

- Supongamos que se producen 10 bolsitas de 100 gramos al día:

- Costo de bananas: $7 \text{ Bs/kg} / 10 \text{ bolsitas} = 0.70 \text{ Bs por bolsita}$.
- Costo de embalaje: $0.70 \text{ Bs por bolsita}$.
- Costo total variable por bolsita: $0.70 + 0.70 + (3.50 / 10) = 0.70 + 0.70 + 0.35 = 1.75 \text{ Bs}$.

Costos Totales de Producción por Día:

- Costo variable total = $1.75 \text{ Bs/bolsita} * 10 \text{ bolsitas} = 17.50 \text{ Bs}$.
- Costo fijo diario (suponiendo que el costo fijo mensual es de 210 Bs): $210 \text{ Bs} / 30 \text{ días} = 7 \text{ Bs}$.
- Costo total diario de producción = Costo fijo diario + Costo variable total = $7 \text{ Bs} + 17.50 \text{ Bs} = 24.50 \text{ Bs}$.

Así, el costo total de producción diario de Bananísimo sería de aproximadamente 24.50 Bs, con un costo unitario de 1.75 Bs por bolsita de bananas deshidratadas. Este análisis permitirá a Bananísimo establecer precios competitivos y planificar su estrategia financiera de manera efectiva.

Principales Proveedores

Proveedores de Bananas: Se buscarán productores locales de bananas en Santa Cruz que ofrezcan frutas de alta calidad, preferiblemente orgánicas y sin pesticidas. Al adquirir bananas frescas directamente de los agricultores, se apoya a la economía local y se garantiza la frescura del producto.

Proveedores de Materiales de Embalaje: Proveedores de bolsas biodegradables o de papel kraft que sean adecuadas para el envasado de alimentos. Es importante elegir materiales que sean seguros para el contacto con alimentos y que también sean sostenibles.

Costos de Inversión en Maquinarias, Equipos e Infraestructura

Horno de Deshidratación: 1,500 BOB

- Un horno eléctrico de buena calidad, adecuado para el proceso de deshidratación de bananas.

Utensilios de Cocina: 200 BOB

- Incluye cuchillos, bandejas para el horno, y otros utensilios necesarios para la preparación.

Equipos de Envasado: 500 BOB

- Máquinas de sellado para asegurar que las bolsas de producto sean herméticas.

Infraestructura (Alquiler): 600 BOB mensuales

- Espacio de trabajo para la producción y almacenamiento, con condiciones adecuadas para el manejo de alimentos.

Total de Inversión Inicial: 2,900 BOB (sin incluir el alquiler mensual).

Normas de Calidad del Producto o Servicio

Calidad de la Materia Prima: Las bananas deben ser seleccionadas según su frescura y grado de madurez. Se debe establecer un estándar para el tamaño y la apariencia de la fruta.

Higiene y Seguridad Alimentaria: Implementar un protocolo de limpieza y desinfección en todas las áreas de producción. Se debe capacitar al personal en prácticas de manipulación segura de alimentos.

Control de Calidad del Producto Final: Realizar catas del producto deshidratado para asegurar que mantenga un buen sabor, textura y apariencia. Establecer criterios de aceptación y rechazo.

Etiquetado: Todas las bolsas deben incluir información clara sobre el producto, ingredientes, fecha de producción y de caducidad, así como certificaciones si se cuenta con ellas.

Programas de Mantenimiento de Planta Preventivo y Correctivo

Mantenimiento Preventivo:

- Revisiones mensuales del horno y equipos de deshidratación para asegurarse de que estén en buen estado de funcionamiento.
- Limpieza regular de todas las áreas de trabajo y utensilios.
- Inspección y reemplazo de componentes desgastados en los equipos de envasado.

Mantenimiento Correctivo:

- Establecer un procedimiento para identificar y reparar cualquier falla en el equipo de inmediato.

- Mantener un inventario de piezas de repuesto esenciales para minimizar el tiempo de inactividad en caso de averías.

Tipos de Seguros Requeridos

Seguro de Responsabilidad Civil: Para protegerse contra reclamaciones de terceros en caso de lesiones o daños relacionados con el producto.

Seguro de Propiedad: Cobertura para los equipos y la infraestructura de la planta en caso de robo, incendio o desastres naturales.

Seguro de Salud y Seguridad: Para el personal que trabaja en la planta, asegurando que estén cubiertos en caso de accidentes laborales.

Seguro de Interrupción de Negocios: Para protegerse contra pérdidas de ingresos en caso de que la producción se vea interrumpida por un evento imprevisto.

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Mercado Objetivo o Target

5.1.1. ¿Cuál es la estructura del producto o servicio?

- **Materia prima:** Bananas frescas seleccionadas, maduras y de alta calidad.
- **Proceso de deshidratación:** Un proceso que preserva los nutrientes de la banana, asegurando que se elimine la humedad sin agregar conservantes.
- **Empaque:** Bolsas o envases resellables que mantienen la frescura, protegen el producto de la humedad y lo hacen fácil de transportar y almacenar.
- **Presentaciones:** Porciones individuales o tamaños familiares, dependiendo de las necesidades de los consumidores.

5.1.2. Básico. ¿Qué ofrece básicamente?

El producto básico de banana deshidratada ofrece:

- **Nutrición y energía:** Un snack saludable que conserva gran parte de las vitaminas y minerales de la banana fresca, como potasio y fibra, proporcionando energía rápida y natural.
- **Conveniencia:** Un producto que es fácil de llevar y consumir en cualquier momento, sin necesidad de refrigeración, perfecto para consumidores que buscan un snack saludable.
- **Sabor natural:** El sabor dulce natural de la banana, sin aditivos ni azúcares añadidos, para aquellos que desean una alternativa de snack más saludable.

5.1.3. Esperado. ¿Qué espera el cliente potencial además de lo básico?

Además de lo básico, los clientes potenciales pueden esperar:

- **Calidad y frescura:** Un producto sin aditivos ni conservantes, con un proceso de deshidratación que asegura que las bananas mantengan su sabor y propiedades.
- **Empaque resellable y práctico:** El consumidor espera un empaque fácil de abrir y que se pueda volver a sellar para mantener la frescura del producto.
- **Etiquetas claras:** Información nutricional visible y fácil de entender en el empaque, así como la indicación de que es un producto natural y sin azúcares añadidos.
- **Disponibilidad en tiendas:** Esperan poder encontrarlo en supermercados, tiendas de productos saludables y, posiblemente, en plataformas de venta en línea.

5.1.4. Aumentado. ¿Qué logrará alcanzar con el tiempo su producto o servicio, después de superar el producto esperado por el cliente?

El nivel aumentado para el producto de banana deshidratada podría incluir:

- **Certificación orgánica:** Un sello que certifique que las bananas son cultivadas de manera orgánica y que el proceso de deshidratación sigue prácticas sostenibles, lo cual agrega valor para los consumidores conscientes del medio ambiente.
- **Variación de sabores:** Ofrecer bananas deshidratadas en combinaciones con otros ingredientes naturales (como coco rallado, cacao o especias) para atraer a más clientes y diversificar el producto.
- **Fuente de abastecimiento ética y sostenible:** Asegurar a los consumidores que las bananas provienen de agricultores locales o de comercio justo, contribuyendo al desarrollo de las comunidades productoras.
- **Presentaciones especiales o combos:** Ofrecer ediciones limitadas, presentaciones en formatos familiares o incluso combinaciones con otros productos deshidratados (como mix de frutas) para ampliar la gama de productos.

5.2. Análisis del producto

5.2.1. ¿Cuáles son los atributos (características) del producto o servicio respecto diseño?

Empaque compacto y transparente para ver el producto, diseño moderno, fácil de llevar y almacenar.

5.2.2. ¿Cómo describiría la calidad de su producto o servicio?

Alta calidad, utilizando bananas en su punto óptimo de maduración y un proceso de deshidratación que conserve nutrientes y sabor.

5.2.3. ¿Cuál será la marca de producto o servicio?,

Bananísimo.

5.2.4. ¿Cuál será la etiqueta?

Logo de la marca "**Bananísimo**", la descripción del producto: "Bananas deshidratadas 100% naturales", información de contacto de la empresa.

5.2.5. ¿Cuál será el empaque?

Bolsitas de plástico.

5.2.6. ¿Cuál será el servicio de apoyo que brindará su empresa al cliente?

Soporte para consultas y sugerencias a través de redes sociales y una línea de atención al cliente

5.2.8. ¿Qué líneas de productos o servicios tiene?

Línea básica (natural).

5.2.9. ¿Cuál es la profundidad de cada línea de productos o servicios?

Ofrecer diferentes tamaños de empaque según el consumo: individual y familiar.

5.2.10. El producto o servicio que presenta su empresa ¿en qué área del ciclo de vida del producto se encuentra?

Introducción, crecimiento, turbulencia, madurez o declive. Explique el porqué.

Introducción, ya que es un producto nuevo en el mercado con posibilidad de crecimiento al posicionarse.

5.3. Análisis de Precio

5.3.1. ¿Cuál es su estrategia de precio?

Estrategia de penetración para captar mercado con precios competitivos

5.3.2. Fijación de precio basado en el valor

Basada en el valor percibido como snack saludable y conveniente.

5.3.3. Fijación de precio basado en el costo

Cálculo de costos de producción y distribución para definir el precio mínimo rentable.

5.3.5. ¿Qué tipo de elasticidad precio de la demanda presenta su producto o servicio?

Demanda elástica, ya que los consumidores pueden cambiar de snack si el precio es alto.

5.3.6. Determine la forma de cálculo para llegar al precio objetivo de venta con factura.

Este cálculo se basa en que el **0.87** representa el factor de ajuste para incluir el **IVA** en Bolivia, el cual es del **13%**. Aquí está la lógica del cálculo:

$$4.9/0.87= 5.63$$

5.3.7. ¿Cuál será la política de modificación de precios?

Ajustes anuales según costos e inflación.

5.3.8. ¿Cuál será la política de descuentos?

Ofrecer descuentos en grandes volúmenes y promociones ocasionales.

5.3.9. ¿Cómo motivará a sus clientes para que compren en su empresa y no a otro competidor?

Diferenciarse como un snack saludable, de alta calidad y natural.

5.4. Análisis de la Promoción

5.4.1. ¿Cómo va a comunicar o promocionar el producto o servicio a su cliente?

Mediante redes sociales, empaques informativos y eventos locales.

5.4.2. ¿Cuál será su mezcla comunicacional o promocional que utilizará?

Uso de redes sociales, publicidad digital y activaciones en puntos de venta.

5.4.3. ¿Publicidad?

Publicidad en redes sociales (Instagram, Facebook) y en tiendas saludables.

5.4.4. ¿Promoción en ventas?

Descuentos introductorios, muestras gratuitas en eventos

5.4.5. ¿Relaciones públicas?

Alianzas con influencers de salud y nutrición.

5.4.6. ¿Marketing directo?

Campañas de email marketing a clientes recurrentes.

5.4.8. ¿Eventos y Experiencias?

Participación en ferias de salud y alimentos orgánicos.

5.4.9. ¿Todas, solo algunas?

Uso de publicidad, redes sociales y eventos locales.

5.4.10. ¿Cuál será el mensaje que comunicará a su mercado objetivo o target?

“Un snack natural y saludable, perfecto para cualquier momento”.

5.4.11. ¿Por qué medios y vehículos comunicará el mensaje?

Redes sociales, email marketing, ferias de salud.

5.4.12. ¿Cuál es el presupuesto de comunicación?

Asignar un porcentaje del presupuesto mensual a campañas de redes y eventos todavía no hay un designado por recién iniciación en el mercado.

5.4.13. ¿Cómo evaluará que la promoción o comunicación logró los resultados que esperaba?

Medición de ventas, interacción en redes, y encuestas de satisfacción.

5.5. Análisis de Plaza

5.5.1. ¿Qué tipo de canal de distribución utilizará para hacer llegar sus productos o servicios a sus clientes?

Distribución directa en mercados locales y tiendas saludables.

5.5.2. Canal Directo

Venta directa en tiendas propias o puntos de venta en ferias.

5.5.3. Canal Indirecto

Distribución en tiendas de alimentos saludables y supermercados.

5.5.4. ¿Cómo evaluará que la distribución sea eficiente y eficaz?

Control de inventario y monitoreo de ventas para medir eficacia y cobertura del canal.

6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

6.1.1. Personal importante en el área de producción u operaciones:

El negocio, al ser una empresa unipersonal manejada por cuatro socios, requiere que cada uno cumpla roles fundamentales en el área de producción u operaciones para garantizar el correcto desarrollo de las actividades. La estructura de personal sería la siguiente:

Moira Pinto: Responsable de la supervisión y control de calidad en la producción.

Funciones: Asegurar que todos los productos cumplan con los estándares de calidad establecidos, optimizar los procesos de producción y garantizar el uso eficiente de los recursos.

Jaime: Encargado de la logística y gestión de operaciones.

Funciones: Coordinar las entregas y el suministro de materiales, gestionar los inventarios y asegurar que los procesos de producción se realicen de manera eficiente.

Jhoel: Responsable de la producción directa.

Funciones: Ejecutar las operaciones de producción, manejar las máquinas o herramientas necesarias y coordinar con el área de control de calidad para cumplir con los plazos de producción.

Emar Matias Ruiz Martinez: Coordinador general y encargado de la planificación de la producción.

Funciones: Diseñar y supervisar los planes de producción, distribuir las tareas y coordinar a los otros miembros del equipo para garantizar que la producción se realice de acuerdo con el cronograma.

6.1.2. Personal de dirección:

El director del proyecto será el encargado de supervisar y coordinar todas las actividades relacionadas con la producción de banana deshidratada. Bajo su liderazgo, el proyecto se desarrollará siguiendo una planificación estratégica que permita asegurar el cumplimiento de los objetivos y la calidad del producto final. Las principales responsabilidades del director son:

Responsabilidades:

Supervisión General: Supervisar el funcionamiento global del proyecto y asegurarse de que todas las áreas trabajen de manera alineada y eficiente para cumplir los objetivos establecidos.

Toma de Decisiones Estratégicas: Tomar decisiones clave sobre la planificación y ejecución de las distintas fases del proyecto, desde la producción hasta la comercialización.

Gestión de Recursos: Asegurar que los recursos materiales, financieros y humanos sean administrados correctamente y de manera eficiente para alcanzar los objetivos del proyecto.

6.1.3. Personal de ejecución:

El personal de ejecución se encargará de llevar a cabo las actividades principales necesarias para que el negocio funcione día a día. En este microemprendimiento, los cuatro integrantes tendrán roles específicos:

Jhoel Jimenez Mamani: Encargado de producción y mantenimiento.

Funciones: Manejar el proceso de producción, asegurarse de que las herramientas y equipos estén en condiciones óptimas, realizar tareas de mantenimiento y ajustes necesarios en el proceso de producción.

Moira Pinto Rojas: Supervisora de control de calidad y soporte en producción.

Funciones: Verificar que los productos cumplan con los estándares de calidad, asistir en la producción cuando sea necesario y proporcionar retroalimentación para mejorar los procesos.

Carlos Jaime Heredia Cayo: Responsable de distribución y ventas.

Funciones: Organizar la distribución de los productos, coordinar la logística de entregas y gestionar las ventas directas al público.

Emar Matias Ruiz Martinez: Coordinador de planificación y ejecución.

Funciones: Planificar las operaciones diarias, asignar tareas al equipo, supervisar el cumplimiento de los plazos de producción y asistir en la ejecución de actividades clave.

6.1.6. Manual de organización:

6.1.6.1. Organigrama



- Director del Proyecto: Coordinador general, toma de decisiones estratégicas y supervisión global.
- Responsable de Producción: Encargado del proceso de deshidratación de la fruta.
- Responsable de Marketing: Encargado de la estrategia de comercialización, promoción y posicionamiento del producto.
- Responsable de Logística: Gestión del abastecimiento de materias primas, transporte y distribución del producto.

- Responsable de Control de Calidad: Supervisión de la calidad en todo el proceso de producción.
- Responsable Financiero: Administración del presupuesto, seguimiento de costos e ingresos, y análisis financiero.

6.1.6.3. Manual de funciones del personal clave

Director del Proyecto

Responsabilidad General: Supervisar todas las áreas del proyecto, asegurándose de que las tareas se desarrollen según lo planificado y dentro de los plazos establecidos.

Toma de Decisiones: Definir las estrategias del proyecto y tomar decisiones clave en cuanto a la producción, comercialización y expansión del producto.

Coordinación de Equipos: Dirigir las reuniones del equipo, asignar tareas y hacer un seguimiento de los avances.

Control Financiero: Gestionar el presupuesto del proyecto, asegurando la rentabilidad y sostenibilidad económica del mismo.

Responsable de Producción

Control de la Producción: Gestionar y supervisar el proceso de deshidratación de las bananas, asegurando que se sigan los estándares de calidad y se cumplan los tiempos de producción.

Mantenimiento de Equipos: Asegurar que los equipos utilizados para la deshidratación estén en buen estado de funcionamiento y realizar mantenimiento preventivo cuando sea necesario.

Supervisión del Proceso: Realizar una supervisión constante del proceso de deshidratación, garantizando que la calidad del producto final cumpla con los estándares.

Responsable de Marketing

Estrategia de Comercialización: Desarrollar y ejecutar la estrategia de marketing para promocionar el producto.

Investigación de Mercado: Realizar estudios de mercado para identificar oportunidades de crecimiento y segmentación de clientes.

Desarrollo de Marca: Crear una identidad de marca para el producto, incluyendo el diseño de empaques, logotipo, y materiales promocionales.

Responsable de Logística

Gestión de Inventarios: Asegurar que haya suficiente stock de insumos necesarios para la producción de banana deshidratada.

Distribución del Producto: Planificar y coordinar la distribución de los productos deshidratados, garantizando que lleguen a los puntos de venta o clientes en el tiempo estipulado.

Abastecimiento: Gestionar la compra de insumos y establecer relaciones con proveedores de la materia prima.

Responsable de Control de Calidad

Supervisión de Calidad: Monitorear el proceso de deshidratación y realizar pruebas para asegurar que el producto final cumpla con los estándares de calidad y seguridad alimentaria.

Auditoría de Procesos: Realizar auditorías periódicas al proceso de producción para identificar áreas de mejora y garantizar la consistencia del producto.

Certificación de Calidad: Gestionar la obtención de certificaciones de calidad si es necesario.

Responsable Financiero

Planificación Financiera: Elaborar el presupuesto del proyecto, estableciendo las proyecciones de ingresos y egresos.

Control de Costos: Supervisar los costos de producción y asegurarse de que se mantengan dentro de los márgenes establecidos.

Análisis de Rentabilidad: Realizar análisis financieros periódicos para evaluar la rentabilidad del proyecto y hacer ajustes en la estrategia financiera si es necesario.

6.1.6.4. Plan de carrera

El **Plan de Carrera** es un componente clave para el desarrollo y crecimiento del equipo de trabajo. En este caso, se establecen objetivos a corto plazo que pueden contribuir tanto al desarrollo personal como a la mejora del proyecto:

Objetivos a Corto Plazo:

Adquisición de Nuevas Habilidades Técnicas: Cada miembro del equipo se enfocará en aprender habilidades que contribuyan al desarrollo del proyecto, como técnicas avanzadas en deshidratación, gestión de inventarios, marketing digital, y análisis financiero.

Ejemplo: El responsable de marketing podría formarse en herramientas de análisis de mercado y gestión de redes sociales.

Ejemplo: El responsable de producción podría asistir a talleres sobre nuevas tecnologías en deshidratación de alimentos.

Desarrollo de Habilidades de Liderazgo: Fomentar la capacidad de liderazgo dentro del equipo, para que cada miembro pueda asumir mayores responsabilidades en el futuro.

Mejora de la Productividad y Eficiencia: El equipo trabajará en identificar y aplicar mejores prácticas para mejorar la productividad y la eficiencia en sus respectivas áreas.

Ampliación de la Red Profesional: Buscar oportunidades de networking, participación en ferias o seminarios relacionados con el emprendimiento y la industria alimentaria para mejorar la visibilidad del proyecto y adquirir conocimientos externos.

Metas para el Futuro:

En el mediano plazo, el equipo buscará participar en cursos de especialización y certificación, con el objetivo de adquirir habilidades avanzadas que puedan ser aplicadas en una expansión del proyecto.

6.1.12. Motivación al personal

Para mantener a los cuatro miembros del equipo comprometidos y motivados, se implementarán los siguientes incentivos:

Bonos por Logro de Objetivos: Se otorgarán bonos cuando se cumplan metas clave del proyecto, incentivando la colaboración y el enfoque en resultados.

Distribución de Ganancias: Se compartirá un porcentaje de las utilidades mensuales entre los miembros del equipo, promoviendo un sentido de pertenencia y esfuerzo compartido.

Capacitación Gratuita: Todos los miembros tendrán acceso a cursos y talleres relacionados con técnicas de deshidratación de alimentos y comercialización.

Reuniones de Reconocimiento: Se realizarán reuniones mensuales para reconocer logros individuales y fomentar un ambiente positivo y de apoyo.

6.1.13. Sueldos y salarios

En nuestro microemprendimiento donde solo hay cuatro integrantes, la estructura salarial puede ser flexible y adaptada al rol y la carga de trabajo. Los sueldos propuestos son:

Puesto	Salario Mensual (BS)
Director del Proyecto	BS. 500
Responsable de Producción	BS. 350
Responsable de Marketing y Ventas	BS. 350
Responsable de Finanzas y Logística	BS. 350

Nota: Estos salarios son referenciales y podrán ajustarse conforme el negocio crezca.

6.1.14. Seguridad e higiene personal

La seguridad e higiene son fundamentales para el bienestar del equipo y la calidad del producto.

Las medidas implementadas incluyen:

Capacitación Básica: Formación para los cuatro miembros en prácticas de seguridad y manipulación de alimentos.

Equipos de Protección Personal (EPP): Provisión de guantes, mascarillas y delantales.

Protocolos de Higiene: Rutinas diarias de limpieza de los espacios de trabajo y desinfección de equipos.

Estaciones de Higiene: Un punto de lavado de manos con jabón y desinfectante accesible para todos.

6.1.15. Evaluación de desempeño

Para un equipo pequeño, la evaluación de desempeño se centrará en la colaboración y el cumplimiento de las metas. Se realizarán:

Reuniones de Revisión Mensual: Encuentros para discutir avances y asignar tareas de mejora.

Feedback Colectivo: Todos los miembros compartirán opiniones y sugerencias sobre el trabajo de los demás en un ambiente de respeto y apoyo.

KPIs Básicos: Productividad, compromiso y calidad del trabajo serán los criterios principales.

Planes de Desarrollo Personal: A cada miembro se le asignarán objetivos de desarrollo individual para mejorar habilidades clave que beneficien al negocio.

7. PLAN DE FINANZAS

7.1. Estados Financieros

Este plan financiero está diseñado para una empresa artesanal dedicada a la elaboración de banana deshidratada. A continuación, se detallan los estados financieros clave para evaluar la situación económica del negocio.

7.2. Balance General

El Balance General ofrece una visión integral de los activos, pasivos y patrimonio de la empresa.

- Activo: Incluye los recursos como la maquinaria de deshidratación, instalaciones, inventario de bananas y materiales de empaque.
- Pasivo: Contempla deudas, como créditos para la compra de materia prima o financiamiento de equipos.
- Patrimonio: Representa la inversión inicial de los propietarios y las utilidades generadas.

7.3. Estado de Resultados

El Estado de Resultados muestra los ingresos y gastos de la empresa para determinar su rentabilidad.

- Ventas: Ingresos obtenidos por la venta de paquetes de banana deshidratada.
- Costo: Incluye el costo de bananas, energía para el deshidratador y materiales de empaque.
- Margen Bruto: Representa la ganancia bruta antes de gastos operativos, calculada como ventas menos costo.
- Gastos: Incluye salarios, gastos de transporte, distribución, marketing y otros gastos operativos.
- Margen Neto: Muestra la utilidad después de deducir todos los costos y gastos operativos.

7.4. Flujo de Caja

Para asegurar la liquidez y sostenibilidad, se analiza el flujo de efectivo en tres áreas clave.

- Flujo de caja de inversión: Dinero destinado a la compra de equipos de deshidratación o mejoras en infraestructura.
- Flujo de caja de operación o explotación: Entradas y salidas de efectivo en actividades diarias, como ingresos por ventas y pagos a proveedores.
- Flujo de caja de deuda o financiación: Ingresos o egresos relacionados con préstamos o financiamiento.

7.5. Instrumentos Requeridos

Para evaluar la viabilidad del proyecto y su rentabilidad se utilizan las siguientes herramientas financieras:

- TRMA (Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada): Tasa mínima de retorno esperada para que la inversión sea viable.

Para calcular la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada (TRMA) en este ejercicio, vamos a emplear los siguientes datos:

Tasa de retorno esperada: 12%

Costo de oportunidad: 500

La fórmula para la TRMA es una combinación de estas variables para determinar el mínimo que los inversionistas esperarían ganar. Un enfoque típico para calcular la TRMA puede ser expresarlo de la siguiente forma:

$$\text{TRMA} = \text{Costo de oportunidad} + (1 + \text{Tasa de Retorno Esperada})$$

Sustituyendo:

$$\text{TRMA} = 500 \times (1 + 0.12)$$

$$\text{TRMA} = 500 \times 1.12 = 560$$

En conclusión:

La TRMA es 560 para esta inversión, considerando una tasa de retorno esperada del 12% y un costo de oportunidad de 500. Esto indica el rendimiento mínimo que los inversores aceptarían dadas las condiciones mencionadas.

- VAN (Valor Actual Neto): Permite calcular el valor presente de los ingresos futuros generados por la empresa.

MESES	Cvu	TAMAÑO	INGRESOS	CV	COSTO FIJO	FLUJO DE CAJA
0	1,4		-	-	-	2.300,00
1		250,00	1.225,00	350,00	315,00	560,00
2		260,00	1.274,00	364,00	315,00	595,00
3		280,00	1.372,00	392,00	315,00	665,00
4		290,00	1.421,00	406,00	315,00	700,00
5		300,00	1.470,00	420,00	315,00	735,00

PV 4,9 TASA DE RETORNO 12%

VAN = 2309,59 - 2300
 VAN = 9,59

- TIR (Tasa Interna de Retorno): Tasa que muestra la rentabilidad real del proyecto.

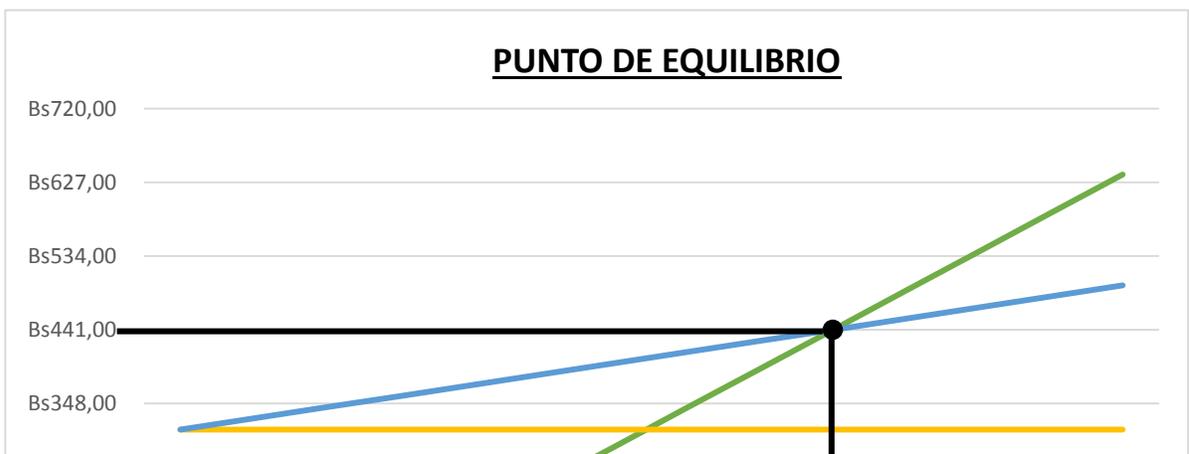
TASA INTERNA DE RETORNO:

			Tasa		12%	
EJ 1	$\lambda =$	0,00%	Dato =	2300	Dato + $\lambda =$	2.300,00
No	MAMORIA DE CALCULO	Factor	tasa	Plazo	Dato	Resultado
	Presente de F	P/F	12,00%	0	2.300,00	-2.300,00
	Presente de A	P/A	12,00%	5	-9,59	34,57
	Presente de F	P/F	12,00%	5	-2.309,59	1.310,52
						-954,91

NUDO	MONTO	Valor Presente
0	-2.300,00	2.300,00
1	9,59	-8,56
2	9,59	-7,65
3	9,59	-6,83
4	9,59	-6,09
5	2.319,18	-1.315,97
TIR =	0,50%	954,91

TIR

- Punto de Equilibrio: Mide el nivel de ventas en el cual se cubren los costos totales sin obtener ni pérdidas ni ganancias.



7.6. Principales Riesgos Financieros

A continuación, se detallan los riesgos financieros específicos para una empresa de banana deshidratada:

- Riesgo de mercado: Variaciones en el precio de la banana debido a factores estacionales o climáticos, afectando el costo de la materia prima.
- Riesgo de liquidez: Posibilidad de no contar con suficiente efectivo en períodos de menor venta, impactando en la capacidad de pago a proveedores.
- Riesgo de crédito: Riesgo de que los clientes no realicen los pagos acordados, afectando la estabilidad del flujo de caja.
- Riesgo de tasa de interés: Si se utilizan créditos para financiar el equipo, el aumento de las tasas podría elevar el costo de la deuda.
- Riesgo de inflación: Incremento en los costos de producción (energía, empaques) y transporte, que podría reducir los márgenes de utilidad.

8. ESTUDIO JURÍDICO FISCAL

8.1. Forma jurídica de la empresa

La empresa se constituirá como una **empresa unipersonal**, donde la dirección y la responsabilidad recaen en una sola persona, quien asume tanto la gestión como las obligaciones legales y financieras del negocio.

8.2. Razones para elegir esta forma:

La empresa unipersonal es sencilla de constituir, tiene menos requisitos legales y permite que uno de los integrantes (el representante) sea el propietario registrado, mientras los demás pueden actuar como colaboradores con acuerdos internos.

8.3. Nombre de la empresa

El nombre de la empresa será **BANANISIMO**, reflejando el enfoque principal del emprendimiento en la deshidratación y comercialización de frutas, con un énfasis en productos de calidad y sabor natural.

8.4. Número de socios y sus aportaciones

En este microemprendimiento, **BANANISIMO** contará con un representante, por lo que no habrá socios adicionales. **BANANÍSIMO** estará compuesto por un total de **cuatro socios**, quienes han realizado aportaciones al capital inicial de la empresa. El capital total para el inicio de las operaciones es de **Bs. 2,300**, y cada socio ha contribuido con una parte proporcional. Esta participación equitativa asegura un compromiso compartido y una distribución igualitaria de responsabilidades y beneficios.

Emar Matias Ruiz Martinez	BS. 575
Moirra Pinto Rojas	BS. 575
Jaimito es Carlos Jaime Heredia	BS. 575
Jhoel Jimenez Mamani	BS. 575

8.5. Organismos públicos donde inscribir la empresa

Para formalizar la inscripción de **BANANISIMO**, tomaremos en cuenta los siguientes organismos en Bolivia:

Registro de Comercio (SEPREC): Es la entidad encargada de registrar las empresas. Es posible que no contemos con el capital mínimo exigido y considerar alternativas como la figura de empresa unipersonal de baja capitalización.

Servicio de Impuestos Nacionales (SIN): Para obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT) y cumplir con las obligaciones fiscales de la empresa.

Gobierno Municipal: Para obtener la Licencia de Funcionamiento.

Caja Nacional de Salud (CNS) o Instituciones Aseguradoras: En caso de contratar empleados, se deben afiliar a la seguridad social.

Ministerio de Trabajo: Para el registro de contratos de trabajo, si es aplicable.

Nota: Si el capital inicial no cumple con el mínimo requerido, una opción puede ser iniciar la empresa como un emprendimiento informal mientras se obtiene más capital. Otra alternativa es buscar financiamiento o socios adicionales para cumplir con los requisitos.

8.6. Principales obligaciones fiscales:

Registro en el Régimen Tributario Simplificado (si corresponde): Si la empresa cumple con ciertos requisitos de ventas anuales y capital, puede beneficiarse de un régimen tributario simplificado que tiene menores cargas fiscales.

Conclusiones

Resumen del producto o servicio: Este proyecto es un emprendimiento que posee un gran potencial de crecimiento e innovación en el mercado de productos saludables y sostenibles a largo plazo, "BANANÍSIMO" tiene el potencial de entrar y quedarse en el mercado como uno de los principales productos saludables. Al brindar a nuestros consumidores un producto saludable a un precio accesible podemos cubrir una gran parte del mercado y no solo limitar para personas con muchos más recursos económicos, bananisimo ofrece una alternativa sostenible y resuelve problemas como el deterioro y baja duración de la fruta normal al extender su vida útil.

Viabilidad del proyecto: El análisis económico y financiero demuestra que el proyecto es rentable y sustentable en el largo plazo.

Desafíos potenciales: Existen dificultades como el precio al ser un precio bajo las utilidades los primeros meses será baja pero esto solo será al inicio.

Recomendaciones

Estrategias de marketing: Aumentar la visibilidad del producto y mejorar la estrategia de mercado.

Optimización de recursos: Reduiremos los costos a la medida que encontremos mejores distribuidores y socios comerciales, además de implementar mejoras en la producción para maximizar los recursos disponibles.

Próximos pasos: Acciones futuras que realizaremos será la expansión en el mercado, mejorar el proceso de producción, evaluación constantemente el rendimiento del producto.

Investigación continua: Se realizarán estudios adicionales para evaluar la respuesta del mercado y adaptar el producto a las necesidades cambiantes de los consumidores.

Bibliografía

- Aguilera, J. M., & Rojas, M. L. (2019). Deshidratación de frutas: Principios y aplicaciones tecnológicas. Editorial Académica Española.
- García, M., & López, S. (2020). Tecnologías emergentes en la deshidratación de frutas y vegetales. *Revista de Ciencia y Tecnología Agroalimentaria*, 58(4), 372-381.
- Martínez, J. L., & Soler, C. (2021). Estrategias para la conservación de frutas deshidratadas: Aplicaciones en la industria alimentaria. *Journal of Food Science and Technology*, 43(2), 105-112.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2021). Guía para la deshidratación de frutas y vegetales. FAO.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2020). Principios de finanzas corporativas (13ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Ross, S. A., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2019). Fundamentos de administración financiera (13ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (2018). Contabilidad de costos (15ª ed.). Pearson Educación.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2020). Principios de finanzas corporativas (15ª ed.). Pearson.
- Pérez, J. F. (2019). Finanzas para no financieros (2ª ed.). Editorial Pearson.

Anexos

1. Desinfección del lugar de trabajo



2. Selección de la materia prima.



3. Preparación del producto



4. Deshidratación de la banana



5. Producto terminado resultado final.



6. Fotografía grupo de emprendedores.

