



EMPRENDIMIENTO (PLAN DE NEGOCIOS)



II-2025

EXPO

CIENCIA FACULTATIVA XV

NOMBRE DEL TEMA: AGRICULTURA URBANA EN SANTA CRUZ
NÚMERO DE GRUPO: 008 **TURNO DE PRESENTACIÓN:** TARDE
DOCENTE GUÍA: ROSA LIA ARANDIA O.
INTEGRANTES: **JOSUE CESPEDES MENESES**

**NÚMERO INTERNO
DE GRUPO:**
6793748

XIMENA CHOQUE AGUILAR
YOSELIN CHARA CONDORI
VICTOR HUGO CAYOJA ALGARAÑAZ
ANTHONY JOEL DELGADO ALAÑES

APOYAN:



Ph.D. Luis Alberto Méndez
DECANO



M.Sc. Miguel Sorich
VICE-DECANO



M.Sc. Gabriela Montenegro
DIR. DE INF. CONTROL DE GEST.



Ph.D. Piter Fernández
DIR. DE CONTADURÍA PÚBLICA

ÍNDICE

1. Introducción
2. Capítulo 1: Análisis Externo
3. Capítulo 2: Análisis Interno
4. Capítulo 3: Plan de Producción
5. Capítulo 4: Plan de Marketing
6. Capítulo 5: Plan de Recursos Humanos
7. Capítulo 6: Plan de Finanzas
8. Capítulo 7: Estudio Jurídico Fiscal
9. Conclusiones y Recomendaciones
10. Bibliografía
11. Anexo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia y amigos que me apoyaron en cada paso de este emprendimiento, y a todos los que creen en un futuro más verde y sostenible para nuestra ciudad de Santa Cruz.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis docentes por su guía y motivación, a mis compañeros por su colaboración, y a la comunidad de Santa Cruz por inspirar este proyecto de Agricultura Urbana. Verde Vida es el reflejo del esfuerzo colectivo hacia un cambio positivo.

RESUMEN EJECUTIVO

Verde Vida es un emprendimiento de Agricultura Urbana en Santa Cruz, enfocado en promover la producción sostenible de alimentos orgánicos dentro del entorno urbano. Nuestro objetivo es ofrecer soluciones ecológicas que fomenten el autoconsumo, reduzcan la huella ambiental y generen conciencia sobre la importancia de una alimentación saludable y responsable. La empresa busca posicionarse como un referente local en innovación verde, mediante el uso de tecnologías sostenibles y programas educativos para la comunidad.

INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocios tiene como objetivo establecer la viabilidad del emprendimiento Verde Vida, un proyecto de Agricultura Urbana desarrollado en la ciudad de Santa Cruz. Este plan analiza de manera integral los factores internos y externos que afectan el negocio, así como las estrategias necesarias para garantizar su sostenibilidad económica, social y ambiental.

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS EXTERNO

1.1 Microentorno

El microentorno de Verde Vida está compuesto por los factores cercanos que influyen directamente en su desempeño. Nuestros clientes potenciales son familias urbanas, jóvenes profesionales y centros educativos en la ciudad de Santa Cruz que buscan soluciones sostenibles para cultivar alimentos en espacios reducidos. La creciente conciencia ambiental y el interés por una alimentación saludable crean un mercado atractivo y en expansión para nuestro emprendimiento.

1.2 Competencia

Entre los principales competidores se encuentran viveros tradicionales, ferias ecológicas y tiendas especializadas en jardinería urbana. Sin embargo, Verde Vida se diferencia al ofrecer un modelo integral que combina la venta de kits de cultivo orgánico, asesoramiento técnico y talleres educativos. Nuestra propuesta de valor radica en el acompañamiento personalizado y la promoción de una comunidad verde activa en Santa Cruz.

1.3 Macroentorno

El macroentorno incluye factores económicos, sociales y ambientales que afectan la operación de Verde Vida. La tendencia global hacia la sostenibilidad y el apoyo gubernamental a iniciativas ecológicas representan oportunidades clave. Asimismo, el crecimiento urbano y los efectos del cambio climático incrementan la demanda de soluciones verdes. Las amenazas principales son la inestabilidad económica y los costos de importación de insumos agrícolas sostenibles.

1.4 Producto/Mercado

Verde Vida ofrece productos y servicios relacionados con la agricultura urbana: kits de cultivo, compost orgánico, plantas comestibles y asesoramiento técnico. El mercado objetivo está compuesto por consumidores conscientes que valoran la calidad, el precio justo y el impacto ambiental positivo. Nuestro posicionamiento se basa en ser una marca innovadora, sostenible y comprometida con la educación ambiental.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS INTERNO

2.1 Análisis FODA

Fortalezas: compromiso con la sostenibilidad, conocimiento técnico del equipo, alianzas con proveedores locales. Oportunidades: creciente interés por la agricultura urbana y apoyo institucional a proyectos ecológicos. Debilidades: capacidad de producción limitada y necesidad de mayor inversión inicial. Amenazas: competencia en aumento y variaciones de precios en insumos importados.

2.2 Misión

Promover la agricultura urbana en Santa Cruz mediante soluciones ecológicas accesibles que fortalezcan la soberanía alimentaria, eduquen a la población y fomenten una cultura sostenible.

2.3 Visión

Ser la empresa líder en agricultura urbana en Bolivia, reconocida por su innovación, compromiso ambiental y contribución al bienestar de la comunidad.

PLAN DE PRODUCCIÓN – VERDE VIDA

Nombre del Emprendimiento: Agricultura Urbana en Santa Cruz de la Sierra

Nombre Comercial: Verde Vida

1. Proceso Productivo

Verde Vida produce hortalizas y hierbas frescas mediante agricultura urbana e hidroponía, aprovechando espacios reducidos de la ciudad.

El proceso incluye: preparación del espacio, siembra, trasplante, mantenimiento, cosecha y empaque. Se usan métodos ecológicos y materiales sostenibles.

2. Capacidad de Producción

Área inicial: 50 m²

Producción mensual:

200 lechugas

100 bandejas de albahaca

50 kg de espinaca

Ciclo de cultivo: 30 a 45 días

Un turno diario de 6 horas.

3. Recursos Necesarios

Insumos: semillas, sustratos, soluciones nutritivas, bandejas, agua y energía.

Equipos: bombas, mangueras, medidor de pH, herramientas básicas.

Infraestructura: módulos de cultivo, tanques, área techada semitransparente.

4. Control y Calidad

Monitoreo diario del pH, revisión de hojas y raíces, limpieza regular y registros de cada lote para garantizar productos frescos y seguros.

5. Ubicación

Zona norte de Santa Cruz de la Sierra. Cercanía a proveedores y mercados, acceso a agua y energía eléctrica.

6. Personal

1 encargado de producción, 2 asistentes de cultivo, 1 auxiliar de empaque

PLAN DE MARKETING – VERDE VIDA

1. Descripción del Emprendimiento

Verde Vida produce y comercializa hortalizas y hierbas frescas mediante agricultura urbana e hidroponía, aprovechando espacios en la ciudad para ofrecer productos saludables, ecológicos y locales.

2. Análisis FODA

Fortalezas Oportunidades

Producción ecológica y local. Creciente interés por productos saludables.

Productos frescos y sostenibles. Apoyo a proyectos verdes y urbanos.

Debilidades Amenazas

Producción inicial limitada. Competencia de productos tradicionales.

3. Público Objetivo

Personas de 25 a 50 años en Santa Cruz de la Sierra que buscan alimentos saludables, así como restaurantes y tiendas ecológicas.

4. Propuesta de Valor

> “Verde Vida ofrece hortalizas frescas, naturales y cultivadas en la ciudad con técnicas sostenibles para cuidar tu salud y el medio ambiente.”

5. Estrategias de Marketing (4P)

Producto: Hortalizas y hierbas sin agroquímicos, con empaques biodegradables.

Precio: Competitivo, con descuentos por compras grandes o suscripciones.

Plaza: Venta en ferias ecológicas, redes sociales y entregas a domicilio.

Promoción: Redes sociales (Instagram, Facebook), ferias verdes y talleres urbanos.

6. Posicionamiento

Verde Vida se posicionará como una marca local, ecológica y confiable, con el eslogan:

> 🌱 “Del corazón de la ciudad a tu mesa.”

7. Presupuesto Estimado

Publicidad digital y materiales promocionales: 4,000 Bs anuales.

PLAN DE RECURSOS HUMANOS – VERDE VIDA

1. Objetivo

Contar con un equipo capacitado y motivado que garantice la producción de alimentos frescos, sostenibles y de calidad.

2. Estructura Organizacional

Gerente General

└─ Encargado de Producción

| └─ Asistentes de Cultivo (2)

└─ Auxiliar de Empaque y Distribución

└─ Encargado de Marketing y Ventas

3. Puestos y Funciones

Cargo Funciones principales

Gerente General Dirigir el emprendimiento y coordinar áreas

Encargado de Producción Supervisar cultivos y controlar calidad

Asistentes de Cultivo Siembra, riego, mantenimiento

Auxiliar de Empaque y distribución

Encargado de Marketing Ventas y redes sociales

4. Capacitación

Técnicas de agricultura urbana e hidroponía.

Control de calidad y atención al cliente. Gestión ambiental básica. Remuneraciones Aproximadas (Mensuales)

Cargo N° Personas Sueldo (Bs)

Gerente General 1 3,000

Encargado de Producción 1 2,000

Asistentes de Cultivo 2 1,500 c/u

Auxiliar de Empaque 1 1,200

Marketing y Ventas 1 1,800

Total 6 11,000

PLAN DE FINANZAS – VERDE VIDA

1. Inversión Inicial Estimada

Concepto	Monto (Bs)
Equipos y herramientas	3,000
Semillas y sustratos	1,500
Infraestructura y sistema de riego	6,000
Marketing inicial	1,000
Capital de trabajo	1,500
Total	13,000 Bs

2. Costos Mensuales

Concepto	Monto (Bs)
Sueldos	11,000
Insumos y mantenimiento	900
Transporte	300
Total	12,200 Bs

3. Ingresos Mensuales Estimados

Producto	Total (Bs)
Lechuga, albahaca, espinaca y otras	7,500

> Nota: Se espera cubrir costos y generar utilidad a medida que aumente la producción y clientes.

4. Estrategia Financiera

Aumentar ventas mediante ferias, suscripciones y alianzas con restaurantes.

Control de gastos y registro financiero mensual.

Reutilización de insumos para reducir costos.

ESTUDIO JURÍDICO-FISCAL – VERDE VIDA

1. Forma Jurídica

Se sugiere iniciar como Empresa Unipersonal.

Permite operar con facilidad y asumir responsabilidad limitada al propietario.

2. Registro y Permisos

Registro en FUNDEMPRESA y obtención de NIT.

Permiso de funcionamiento en la Alcaldía Municipal.

Inscripción en el SIN para obligaciones tributarias.

3. Obligaciones Fiscales

Declarar IVA (productos agrícolas frescos pueden estar exentos).

Pagar Impuesto a las Utilidades (IUE) sobre la ganancia neta.

Cumplir con seguridad social y aportes laborales.

4. Aspectos Laborales

Contratos escritos para empleados.

Cumplimiento de salarios, horarios y beneficios legales.

5. Conclusión

Cumpliendo registro legal, obligaciones fiscales y laborales, Verde Vida operará de forma formal, segura y sostenible en Santa Cruz de la Sierra.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES – VERDE

Conclusiones

1. Viabilidad del Emprendimiento:

Verde Vida es un proyecto rentable y sostenible que aprovecha espacios urbanos para producir hortalizas y hierbas frescas, satisfaciendo la creciente demanda de productos saludables y ecológicos en Santa Cruz de la Sierra.

2. Impacto Social y Ambiental:

El emprendimiento promueve hábitos saludables y conciencia ambiental, contribuyendo a la educación ecológica y al uso responsable de recursos como agua y suelo urbano.

3. Gestión del Capital Humano:

Contar con un equipo capacitado garantiza la calidad de los productos, la eficiencia en los procesos y un servicio al cliente confiable.

4. Sostenibilidad Económica y Legal:

La planificación financiera y el cumplimiento de obligaciones legales y fiscales aseguran la continuidad y formalidad del negocio, reduciendo riesgos y facilitando su crecimiento.

Recomendaciones

1. Incrementar y Diversificar la Producción:

Ampliar la variedad de hortalizas y hierbas para atender más clientes y aumentar los ingresos.

2. Fortalecer Marketing y Promoción:

Utilizar redes sociales, ferias ecológicas y talleres educativos para posicionar la marca, fidelizar clientes y aumentar la visibilidad de Verde Vida.

3. Optimizar Recursos y Costos:

Implementar prácticas de reciclaje de agua, reutilización de sustratos y eficiencia en la gestión de insumos para reducir gastos operativos.

4. Capacitación Continua del Personal:

Mantener al equipo actualizado en técnicas de agricultura urbana e hidroponía, así como en atención al cliente y manejo sostenible del emprendimiento.

BIBLIOGRAFÍA – VERDE VIDA (APA 7)

FAO. (2013). La agricultura urbana y periurbana en América Latina y el Caribe: Estrategias y experiencias. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <https://www.fao.org>

Pérez, L., & Martínez, J. (2018). Hidroponía: Producción de hortalizas en sistemas controlados. Editorial Agroecológica. Santa Cruz, Bolivia.

Ministerio de Medio Ambiente y Agua – Bolivia. (2020). Normativa sobre agricultura urbana y sostenibilidad ambiental. La Paz, Bolivia.

Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) – Bolivia. (2023). Guía de obligaciones tributarias para micro y pequeñas empresas. La Paz, Bolivia.
<https://www.impuestos.gob.bo>

Municipalidad de Santa Cruz de la Sierra. (2022). Reglamentos municipales para emprendimientos urbanos y huertos urbanos. Santa Cruz, Bolivia.

Blanco, R., & Torres, A. (2019). Emprendimientos sostenibles y economía verde en Bolivia. Editorial EcoNegocios. La Paz, Bolivia.

Capdevila, G. (2021). Marketing digital para pequeños emprendimientos ecológicos. Editorial Innovar. Santa Cruz, Bolivia.

Morales, F. (2020). Gestión de recursos humanos en microempresas del sector agrícola. Editorial Universitaria. Santa Cruz, Bolivia.

Rodríguez, S., & Castillo, M. (2017). Planificación financiera para micro y pequeñas empresas agrícolas. Editorial Emprende. La Paz, Bolivia.

ANEXO

LOGOTIPO



KITS DE CULTIVO

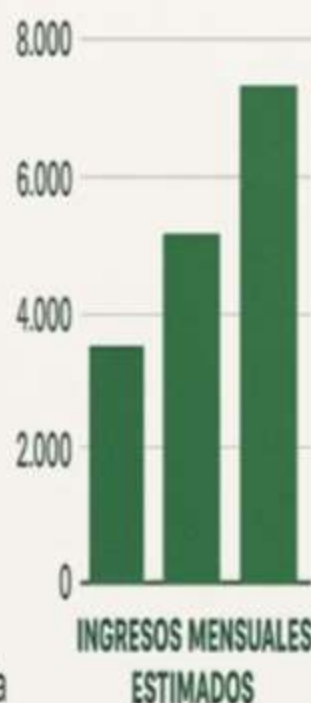




PROYECCIONES FINANCIERAS

Agricultura urbana en Santa Cruz de la Sierra

INVERSIONES INICIALES ESTIMADA	
Equipos y herramientas	3.000
Semillas y sustratos	1.500
Infraestructura y sistema de riego	6.000
Marketing inicial	1.000
Capital de trabajo	1.500
TOTAL	13.000



Se espera cubrir los costos y obtener utilidad a medida que aumenta la producción y clientes.