

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

UNIDAD ACADÉMICA LAS PIEDRAS

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

PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



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

“Diseño de una Empresa Productora y Comercializadora de Plátano”

Postulante: Saomy Torrez Meo

Tutor: Ing. Adhemar Rodríguez Bravo

Diciembre 2024

HOJA DE APROBACIÓN

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

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

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	13
RESUMEN	14
CAPITULO I	18
1.1. Antecedentes	18
1.2. Descripción del Problema	19
1.3. Formulación del Problema.....	20
1.4. Justificación	21
1.5. Objetivos	24
1.5.1 Objetivo General.....	24
1.5.2 Objetivos Específicos.....	24
1.6.- Marco Conceptual.....	25
1.6.1. Administración de Empresas	25
1.6.2. Impacto Económico	25
1.6.3.- Implementación de Producción	25
1.6.4. Definición y Características del Cultivo de Plátano	26
1.6.5.- Historia y Relevancia Económica del Plátano.....	27
1.6.6.- Importancia del Plátano en la Economía Local y Nacional.....	28
1.6.7.- Técnicas Modernas de Producción de Plátano	28
1.6.8.- Impacto Económico de la Implementación de Prácticas Agrícolas Modernas	29

1.6.9.- Gestión Agrícola Eficiente	31
1.6.10.- Estrategias de Comercialización.....	31
1.6.11.- Generación de Empleo y Desarrollo Comunitario	32
1.6.12.- Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	32
1.6.13.- Participación Comunitaria y Gestión Participativa	32
1.7. Metodología	33
1.7.1 Tipo de Investigación.....	33
1.7.2 Diseño de Investigación.....	33
1.7.3 Enfoque	33
1.7.4 Método	33
1.7.5 Técnicas e Instrumentos de Investigación	34
1.7.5.1 Técnicas	34
1.7.5.2 Instrumentos.....	34
1.7.6. Población y Muestra	34
1.7.6.1 Población.....	34
1.7.6.2 Muestra	35
1.8 Resultados de la Encuesta.....	36
1.9 Resultados de la Entrevistas.....	43
CAPITULO II.....	47
2.1. Definición del negocio.....	47

2.1.1 Naturaleza de la Empresa.....	47
2.1.2 Concepto de Negocio.....	47
2.1.3 El Producto y su Generación de Valor.....	47
2.1.4 Misión	48
2.1.5 Visión.....	48
2.1.6 Claves de Gestión	48
2.1.7 Estrategia Competitiva.....	48
2.2 Mercado	49
2.2.1 Producto Mercadotécnico - Consumidor Específico - Satisfacción de Necesidades y/o Deseos	49
2.2.2 Potencial de Mercado, la Competencia, Barreras de Entrada o de Salida	49
2.2.3 Segmentación del Mercado, Potencial de Ventas, Pronóstico de Ventas	51
2.2.4 El Cliente Objetivo (Comportamiento del Consumidor).....	55
2.2.5 Estrategias de Marketing.....	56
2.2.5.1. Segmentación del Mercado.....	56
2.2.5.2. Posicionamiento del Producto.....	57
2.2.5.3. Propuesta de Valor.....	57
2.2.5.4. Estrategias de Distribución	58
2.2.5.5. Estrategias de Promoción.....	58
2.2.5.6. Estrategias de Precios	59

	6
2.2.5.7. Fidelización del Cliente	59
2.3. Operaciones (Producción).....	60
2.3.1 Diseño y Desarrollo de Productos.....	60
2.3.2 Proceso de Producción.....	61
2.3.3 Máquinas, Equipos, Vehículos y Otros Similares	66
2.3.3.1. Sistema de Riego por Goteo	66
2.3.3.2. Maquinaria de Labranza (Arado de Disco).....	67
2.3.3.3. Equipo de Clasificación y Empaque	68
2.3.3.4. Camión de Transporte (Vehículo de Carga Liviana).....	68
2.3.3.5. Generador Eléctrico	69
2.3.3.6. Balanza Electrónica para Pesaje	70
2.3.4 Insumos	71
2.3.4.1. Semillas de Plátano (Cachapas).....	71
2.3.4.2. Fertilizantes Orgánicos	72
2.3.4.3. Sustratos para el Suelo	73
2.3.4.4. Insumos para Riego.....	73
2.3.5 Planta, Cálculo de la Capacidad de Producción, Localización y Distribución de Planta	74
2.3.5.1 Planta.....	74
2.3.5.2 Cálculo de la Capacidad de Producción.....	75

	7
2.3.5.3 Localización de la Planta	75
2.3.5.4 Distribución de la Planta.....	76
CAPITULO III.....	77
3.1 Finanzas	77
3.1.1 Presupuesto de Inversión	77
3.1.2 Presupuesto de Operaciones	78
3.1.3 Punto de Equilibrio	80
3.1.4 Financiamiento.....	81
3.1.5 Cash Flow (Flujo de Caja).....	83
3.1.5.1 Estructura del Flujo de Caja:.....	84
3.1.5.2. Entradas de Efectivo	84
3.1.5.3. Salidas de Efectivo.....	85
3.1.5.4. Flujo de Caja Neto	85
3.1.5.5. Análisis del Flujo de Caja.....	86
3.1.6 Evaluación Financiera.....	87
3.1.6.1. Supuestos Iniciales.....	87
3.1.6.2. Valor Actual Neto (VAN).....	88
3.1.6.3. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	89
3.1.6.4. Análisis Beneficio/Costo	89
3.2 Supuestos y escenarios.....	90

3.2.1 Supuestos sobre Ventas, Insumos, Costos y Variables Externas	91
3.2.2 Volúmenes de producción, ventas, costos, rentabilidad	93
CAPITULO IV	98
4.1 Organización Administrativa y Legal	98
4.1.1 Personería Jurídica	98
4.1.2 Registro Legal	98
4.1.3 Organización Empresarial	98
4.1.4 Personal	99
4.1.5 Procedimientos Técnico-Administrativos	99
4.2 Fuentes de Información	100
4.2.1 Estudios de mercado	100
4.2.2 Informes Gubernamentales	101
4.2.3 Encuestas y entrevistas	101
4.2.4 Datos económicos	101
4.2.5 Consultas a expertos	101
CAPITULO V	102
5.1 Conclusiones	102
5.2 Recomendaciones	103
5.3 Bibliografía	104

ÍNDICE DE GRAFICO

GRAFICO 1 ¿CONOCE USTED LA IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLÁTANO EN LA COMUNIDAD LAS PIEDRAS?	36
GRAFICO 2 ¿CREE QUE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PLÁTANO BENEFICIARÁ A LA COMUNIDAD?.....	37
GRAFICO 3 ¿CONSIDERA QUE HAY SUFICIENTE DEMANDA DE PLÁTANO EN LA REGIÓN PARA JUSTIFICAR LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A SU PRODUCCIÓN Y VENTA?	37
GRAFICO 4 ¿EN SU OPINIÓN, CUÁLES SON LOS PRINCIPALES DESAFÍOS PARA LA PRODUCCIÓN DE PLÁTANO EN LA COMUNIDAD?	38
GRAFICO 5 ¿CÓMO CALIFICARÍA LA CALIDAD DEL PLÁTANO PRODUCIDO ACTUALMENTE EN LA COMUNIDAD?	38
GRAFICO 6 ¿QUÉ MÉTODOS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PLÁTANO PREFIERE USTED?	39
GRAFICO 7 ¿CREE QUE LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS MEJORARÍA LA PRODUCCIÓN DE PLÁTANO EN LA COMUNIDAD?	40
GRAFICO 8 ¿ESTARÍA DISPUESTO/A A APOYAR O PARTICIPAR EN LA CREACIÓN DE LA EMPRESA "SAOMY"?	40
GRAFICO 9 ¿QUÉ IMPACTO CREE QUE TENDRÁ LA CREACIÓN DE LA EMPRESA EN LA ECONOMÍA LOCAL?.....	41
GRAFICO 10 ¿CUÁLES SON SUS EXPECTATIVAS RESPECTO A LOS PRECIOS DEL PLÁTANO CON LA CREACIÓN DE ESTA NUEVA EMPRESA?	41

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Pronóstico de Ventas	54
Tabla 3 Retorno de la Inversión (ROI)	77
Tabla 4 Costos de Producción.....	78
Tabla 8 Resumen del Presupuesto de Operaciones.....	79
Tabla 9 Costos Fijos Anuales	80
Tabla 11 Entradas de Efectivo	84
Tabla 12 Salidas de Efectivo (Bs.).....	85
Tabla 13 Flujo de Caja Neto (Bs)	86
Tabla 14 Supuestos Iniciales.....	87

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA

ANEXO N° 2 GUÍA DE ENTREVISTAS

ANEXO N° 3 FOTOGRAFÍAS

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi luz y mi refugio en cada paso de mi vida, brindándome la fortaleza y sabiduría para llegar hasta aquí.

A mis padres, quienes con amor y sacrificio me han enseñado el valor del esfuerzo y la perseverancia. Su ejemplo es una guía constante en mi vida.

A mi hija, mi mayor inspiración y alegría, a quien dedico este logro con la esperanza de que sea un ejemplo para sus propios sueños.

A mi esposo, por su amor y apoyo incondicional en este proceso; Juntos hemos superado cada desafío.

A mis amigos y familiares, por su compañía, palabras de aliento y por creer siempre en mí. Gracias por ser una parte fundamental en este recorrido.

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien ha sido mi guía y fortaleza en cada paso de este camino, dándome la sabiduría y la perseverancia necesarias para completar este proyecto. A mi pareja y a mi pequeña hija, por su amor incondicional y su apoyo constante; han sido mi mayor motivación y fuente de inspiración en los momentos de esfuerzo y sacrificio. Sin su comprensión y aliento, este logro no habría sido posible.

Extiendo también mi sincero agradecimiento a mis docentes, quienes me han orientado con su conocimiento y dedicación a lo largo de mi formación. A la Universidad Amazónica de Pando, en la Unidad Académica Las Piedras, mi más profundo agradecimiento por brindarme las herramientas y el espacio para desarrollar mis habilidades y crecer profesionalmente. Cada uno de ustedes ha sido un pilar fundamental en este logro, y mi gratitud hacia ustedes es inmensa.

Gracias a todos por ser parte de este sueño hecho realidad.

RESUMEN

El proyecto "Saomy" tiene como objetivo diseñar una empresa unipersonal dedicada a la producción y comercialización de plátano en la comunidad Las Piedras, Pando. La iniciativa surge ante la creciente demanda de plátano en los mercados locales y regionales, y busca mejorar la calidad de vida de los habitantes mediante el desarrollo de la agricultura sostenible y el fortalecimiento de la economía local. A través de la implementación de nuevas tecnologías agrícolas, se pretende optimizar los procesos de producción, asegurando que el plátano producido sea de alta calidad y cumpla con las expectativas de los consumidores.

La investigación de mercado realizada ha identificado tanto las oportunidades como los desafíos que enfrenta la producción de plátano en la región. Se ha determinado que la comunidad posee un gran potencial para la producción, pero también enfrenta limitaciones como el acceso a tecnología, infraestructura inadecuada de transporte y la necesidad de capacitación en gestión empresarial para los productores locales. Por lo tanto, el proyecto de la empresa "Saomy" contempla no solo la producción, sino también la capacitación de los agricultores en buenas prácticas agrícolas y técnicas de comercialización.

Para garantizar la viabilidad del negocio, se han diseñado objetivos específicos que incluyen la optimización de los procesos de producción, el desarrollo de una estrategia de comercialización efectiva, la mejora de la infraestructura de transporte y la capacitación de los productores locales. Las estrategias de marketing se enfocan en la promoción del plátano fresco, utilizando canales de distribución que aseguren la calidad del producto. Asimismo, se propone fomentar la cooperación comunitaria a través de la formación de cooperativas que permitan a los productores trabajar en conjunto.

El modelo de negocio de la empresa "Saomy" se basa en la creación de una cadena de valor sólida, desde la producción hasta la comercialización del plátano. Esto implica el uso eficiente de los recursos locales, la implementación de técnicas agrícolas innovadoras y la participación activa de los productores locales, lo que garantizará una oferta constante y de alta calidad. A través de la incorporación de prácticas sostenibles, se busca no solo mejorar la productividad, sino también minimizar el impacto ambiental, garantizando así la sostenibilidad a largo plazo de la empresa y de la comunidad.

Uno de los aspectos clave para el éxito de la empresa "Saomy" es el acceso a mercados locales y regionales. Se desarrollará una estrategia de marketing enfocada en posicionar el plátano de la comunidad Las Piedras como un producto fresco y de alta calidad, ideal para consumidores conscientes de la sostenibilidad y la salud. Además, se buscarán acuerdos con distribuidores locales y cadenas comerciales para garantizar un flujo constante de productos al mercado, maximizando las oportunidades de venta y fortaleciendo la marca.

El análisis financiero del proyecto muestra que la empresa es económicamente viable. Se ha proyectado un flujo de caja positivo con un retorno de inversión alentador, respaldado por un análisis del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) que son favorables. Además, el estudio de mercado revela una demanda creciente del plátano en la región, lo que asegura que la empresa "Saomy" tendrá una base de clientes sólida. Los costos iniciales de inversión se enfocan principalmente en infraestructura agrícola, equipamiento y comercialización, los cuales se consideran recuperables a mediano plazo.

ABSTRACT

The "Saomy" project aims to establish a sole proprietorship dedicated to the production and marketing of plantains in the Las Piedras community, Pando. The initiative arises in response to the growing demand for plantains in local and regional markets, and seeks to improve the quality of life of the inhabitants by developing sustainable agriculture and strengthening the local economy. Through the implementation of new agricultural technologies, it is intended to optimize production processes, ensuring that the plantains produced are of high quality and meet consumer expectations.

The market research carried out has identified both the opportunities and challenges facing plantain production in the region. It has been determined that the community has great potential for production, but also faces limitations such as access to technology, inadequate transportation infrastructure, and the need for business management training for local producers. Therefore, the "Saomy" project contemplates not only production, but also the training of farmers in good agricultural practices and marketing techniques.

To ensure the viability of the business, specific objectives have been set, including optimizing production processes, developing an effective marketing strategy, improving transportation infrastructure, and training local producers. Marketing strategies focus on promoting fresh plantains, using distribution channels that ensure product quality. It is also proposed to foster community cooperation through the formation of cooperatives that allow producers to work together.

The business model of the company "Saomy" is based on the creation of a solid value chain, from production to marketing of bananas. This involves the efficient use of local resources, the implementation of innovative agricultural techniques and the active participation

of local producers, which will guarantee a constant and high-quality supply. Through the incorporation of sustainable practices, the aim is not only to improve productivity, but also to minimize the environmental impact, thus guaranteeing the long-term sustainability of the company and the community.

One of the key aspects for the success of "Saomy" is access to local and regional markets. A marketing strategy will be developed focused on positioning the banana from the Las Piedras community as a fresh and high-quality product, ideal for consumers conscious of sustainability and health. In addition, agreements will be sought with local distributors and commercial chains to guarantee a constant flow of products to the market, maximizing sales opportunities and strengthening the brand.

The financial analysis of the project shows that the company is economically viable. A positive cash flow has been projected with an encouraging return on investment, supported by a favorable Net Present Value (NPV) and Internal Rate of Return (IRR) analysis. In addition, the market study reveals a growing demand for bananas in the region, which ensures that the company "Saomy" will have a solid customer base. Initial investment costs are focused mainly on agricultural infrastructure, equipment and marketing, which are considered to be recoverable in the medium term.

CAPITULO I

1.1. Antecedentes

La producción de plátano es una actividad agrícola tradicional en muchas regiones tropicales, incluida la comunidad de Las Piedras, ubicada en el departamento de Pando. A lo largo de los años, el plátano ha sido un alimento básico en la dieta de la población local y una fuente de ingresos para pequeños agricultores. Sin embargo, a pesar de su importancia, la producción y comercialización de plátano en la región se ha visto limitada por varios factores, como la falta de infraestructura, tecnologías adecuadas, acceso limitado a mercados competitivos y la baja capacitación técnica de los agricultores.

En las últimas décadas, los esfuerzos por mejorar las cadenas productivas agrícolas en Bolivia han estado enfocados en incrementar la productividad y la competitividad de los cultivos tradicionales, entre ellos el plátano. No obstante, en comunidades como Las Piedras, persisten desafíos relacionados con el acceso a financiamiento, la falta de conocimientos técnicos avanzados y la escasez de mercados estables para la comercialización de productos agrícolas.

La comunidad de Las Piedras ha mostrado interés en fortalecer su producción agrícola mediante la creación de iniciativas empresariales que permitan aprovechar mejor las oportunidades del mercado local y regional. En este contexto, la creación de la empresa unipersonal "Saomy", dedicada a la producción y comercialización de plátano, surge como una respuesta a las necesidades de mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector agrícola en la región.

La iniciativa de "Saomy" busca resolver los problemas estructurales en la producción del plátano, incluyendo la optimización de las técnicas de cultivo, la implementación de tecnologías modernas y la apertura de nuevos canales de comercialización que puedan generar mayores

ingresos para los productores locales. Con esta propuesta se espera contribuir al desarrollo económico de la comunidad, al tiempo que se fortalece el mercado de plátano como una alternativa viable para los pequeños productores de la región.

1.2. Descripción del Problema

La producción de plátano en la comunidad de Las Piedras, Pando, enfrenta una serie de limitaciones que afectan su competitividad y viabilidad económica. A pesar de que el plátano es uno de los cultivos más importantes de la región, los pequeños productores locales se encuentran con múltiples desafíos que restringen su capacidad de aumentar la producción y acceder a mercados más amplios.

Uno de los principales problemas, lo que dificulta la optimización de los procesos de cultivo, cosecha y postcosecha. Los agricultores carecen de acceso a maquinaria moderna y técnicas de cultivo más eficientes, lo que reduce la calidad y cantidad del plátano producido. Además, la calidad del suelo en algunas áreas requiere ser mejorada, lo que demanda una inversión en técnicas de fertilización y manejo de tierras que no siempre está disponible para los pequeños productores.

Otro problema relevante es la limitada. La mayor parte del plátano producido se vende en mercados locales, lo que restringe el acceso a mercados más competitivos y reduce los márgenes de ganancia. Los agricultores no cuentan con una estrategia de distribución eficiente ni acceso a intermediarios que puedan facilitar la venta de sus productos en otras regiones. Esto, sumado a la falta de infraestructura adecuada para el transporte, impide que el plátano producido en Las Piedras llegue a mercados nacionales o internacionales con una calidad óptima.

La falta de conocimientos empresarial también es un obstáculo. Los pequeños agricultores no tienen acceso a formación sobre cómo gestionar eficazmente sus cultivos ni sobre

cómo desarrollar estrategias de comercialización más competitivas, lo que los deja en una posición de desventaja frente a competidores más grandes y tecnificados.

1.3. Formulación del Problema

¿Cómo puede el diseño de una empresa unipersonal, dedicada a la producción y comercialización de plátano en la comunidad Las Piedras, superar los desafíos existentes en el acceso al mercado, competencia, transporte y adopción de tecnología, mejorando así la implementación y producción de plátano en la región?

1.4. Justificación

La motivación para presentar el proyecto de la idea de negocio "Saomy: El diseño de la empresa unipersonal "Saomy: Productora y Comercializadora de Plátano" en la comunidad Las Piedras, Pando, está motivada por varios factores clave que justifican la presentación del proyecto de plan de negocio.

La producción y comercialización de plátano presenta un gran potencial económico en la Comunidad de Las Piedras, debido a la alta demanda de este producto tanto a nivel local como regional. La creación de "Saomy" permitirá aprovechar esta oportunidad de mercado, generando ingresos y mejorando la situación económica de los habitantes de la comunidad. Además, la empresa contribuirá a diversificar la economía local, actualmente dependiente de otras actividades agrícolas.

Una de las principales motivaciones para la creación de "Saomy" es la generación de empleo en la comunidad. La empresa no solo proporcionará trabajo directo a los habitantes locales, sino que también creará oportunidades de empleo indirecto en áreas como transporte, logística, y servicios de apoyo. Esto contribuirá a reducir el desempleo y mejorar la calidad de vida de los integrantes de la comunidad de Las Piedras.

La implementación de técnicas agrícolas modernas y sostenibles en la producción de plátano es otra motivación importante. "Saomy" promoverá el uso de prácticas agrícolas eficientes que optimicen el uso de recursos naturales y mejoren la productividad. Estas prácticas no solo aumentarán la producción de plátano, sino que también servirán como modelo para otros agricultores de la región, fomentando una agricultura más sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

La creación de "Saomy" contribuirá al desarrollo integral de la comunidad de Las Piedras. Además de generar empleo e ingresos, la empresa participará activamente en iniciativas de desarrollo comunitario, como programas de educación y capacitación, proyectos de infraestructura y actividades culturales. Esto fortalecerá el tejido social de la comunidad y mejorará las condiciones de vida de sus habitantes.

La motivación para presentar el proyecto de esta idea de negocio también incluye un fuerte compromiso con la sostenibilidad ambiental. "Saomy" implementará prácticas agrícolas que protejan y conserven el medio ambiente, asegurando que la producción de plátano no cause daños ecológicos. La empresa adoptará técnicas de manejo sostenible del suelo y el agua, reducción de residuos y protección de la biodiversidad, contribuyendo así a la conservación del entorno natural de Las Piedras.

La creación de la empresa "Saomy" está motivada por la necesidad de innovar y aumentar la competitividad en el sector agrícola de la región. La empresa introducirá nuevas tecnologías y métodos de producción que mejorarán la eficiencia y calidad del producto. Esta innovación no solo beneficiará a "Saomy", sino que también elevará el estándar de la producción agrícola en la comunidad, permitiendo a los agricultores locales competir de manera más efectiva en el mercado.

La justificación ambiental de la creación de la empresa unipersonal "Saomy: Productora y Comercializadora de Plátano" en la comunidad Las Piedras, Pando, se basa en el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y la minimización del impacto ambiental de sus actividades. La implementación de prácticas agrícolas sostenibles y responsables contribuirá significativamente a la protección y conservación del entorno natural de la región.

Uso Sostenible de los Recursos Naturales: La empresa se compromete a utilizar técnicas agrícolas sostenibles que optimicen el uso de recursos naturales como el agua y el suelo. La implementación de sistemas de riego eficientes y la adopción de prácticas de conservación del suelo, como la rotación de cultivos y el uso de abonos orgánicos, ayudarán a mantener la fertilidad del suelo y a prevenir la erosión.

La empresa "Saomy" busca reducir su huella de carbono mediante la adopción de prácticas agrícolas que minimicen las emisiones de gases de efecto invernadero. Esto incluye el uso de energías renovables en las operaciones de la empresa y la minimización del uso de maquinaria agrícola que genere altas emisiones de CO₂. Además, la empresa promoverá el transporte eficiente de sus productos para reducir las emisiones asociadas al transporte.

La empresa se compromete a proteger y fomentar la biodiversidad local mediante la implementación de prácticas agrícolas que eviten la destrucción de hábitats naturales y promuevan la coexistencia con la fauna y flora local. La diversidad genética de los cultivos también será priorizada para garantizar la resistencia a plagas y enfermedades, reduciendo así la necesidad de pesticidas químicos.

La empresa "Saomy" adoptará una gestión integral de residuos que incluya la reducción, reutilización y reciclaje de los desechos generados durante la producción y procesamiento del plátano. Los residuos orgánicos serán compostados y utilizados como abono natural, cerrando así el ciclo de nutrientes y reduciendo la dependencia de fertilizantes químicos.

La empresa promoverá la educación y concienciación ambiental tanto entre sus empleados como en la comunidad local. Esto incluirá programas de capacitación sobre prácticas agrícolas sostenibles, la importancia de la conservación ambiental y la gestión responsable de

recursos naturales. Al involucrar a la comunidad en estas iniciativas, "Saomy" contribuirá al desarrollo de una cultura de sostenibilidad y responsabilidad ambiental en la región.

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Diseñar la producción y comercialización del plátano en la comunidad Las Piedras - Pando, con el fin de superar los desafíos existentes en el acceso al mercado, mejorar la eficiencia productiva y contribuir al desarrollo económico de la región.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Optimizar los procesos de producción del plátano mediante la adopción de nuevas tecnologías agrícolas y prácticas sostenibles.
- Desarrollar una estrategia de comercialización que permita acceder a mercados locales y regionales de manera competitiva.
- Mejorar el transporte y distribución del plátano para asegurar su calidad en el proceso de venta.
- Capacitar a los productores locales en técnicas de gestión empresarial y buenas prácticas agrícolas para fortalecer la competitividad de la empresa.

1.6.- Marco Conceptual

1.6.1. Administración de Empresas

La administración de empresas, en términos generales, puede entenderse como el proceso de planificación, organización, dirección y control de los recursos de una organización para alcanzar sus objetivos de manera eficiente y eficaz (Koontz y Weihrich, 1990). Este campo integral aborda la toma de decisiones estratégicas, la asignación de recursos, la gestión del personal y la adaptabilidad a entornos cambiantes para lograr el éxito organizacional.

1.6.2. Impacto Económico

El concepto de impacto económico se refiere a las consecuencias financieras y comerciales que resultan de una acción específica, ya sea a nivel microeconómico, como una empresa o individuo, o a nivel macroeconómico, en términos de una región o país. En términos generales, el impacto económico se manifiesta en cambios cuantificables en variables como ingresos, empleo, inversión y desarrollo económico.

Según Koontz y Weihrich, (1990), el impacto económico se puede medir a través de indicadores como el Producto Interno Bruto (PIB) y la tasa de empleo, que proporcionan una visión holística de la salud económica de una entidad. Este enfoque permite evaluar cómo las decisiones y eventos afectan directa e indirectamente la actividad económica.

1.6.3.- Implementación de Producción

La implementación de producción se refiere al proceso de llevar a cabo y poner en práctica las estrategias y planes diseñados para la fabricación de bienes o la prestación de servicios. Según Chase, Jacobs y Aquilano (2006), la implementación exitosa implica la ejecución eficiente de procesos y la gestión de recursos para traducir las decisiones estratégicas en acciones tangibles.

En términos más específicos, Vollmann, Berry y Whybark (2005) sostienen que la implementación de producción abarca la organización y coordinación de los factores de producción, como el trabajo, el capital y los materiales, para lograr los objetivos de la empresa de manera efectiva. Esto implica la selección adecuada de tecnologías, la capacitación del personal y el establecimiento de sistemas de control de calidad.

1.6.4. Definición y Características del Cultivo de Plátano

El plátano es una fruta tropical que se obtiene de una planta herbácea perenne del género *Musa*, que pertenece a la familia *Musaceae*. El plátano es uno de los cultivos más importantes del mundo, tanto por su valor alimenticio como por su uso industrial y ornamental. El plátano se originó en la región indomalaya y se difundió por el mundo gracias al comercio y la colonización. Actualmente, el plátano se cultiva en más de 130 países, principalmente en zonas tropicales y subtropicales (Agricultura, 2023).

El cultivo de plátano requiere unas condiciones edafoclimáticas específicas, como un clima cálido y húmedo, una temperatura media anual entre 24 y 27°C, una precipitación anual entre 1500 y 2500 mm, un suelo profundo, fértil y bien drenado, y un pH entre 5,5 y 7. El plátano es sensible al viento, al frío, a la sequía y a la salinidad (Agroproyectos, 2022).

El plátano se propaga por medio de semillas o de material vegetativo, como cormos o vitroplantas. La siembra se realiza en hoyos o surcos, con una densidad que varía según la variedad y el sistema de producción, pero que suele oscilar entre 1500 y 2500 plantas por hectárea. El plátano necesita un riego adecuado, una fertilización equilibrada y un control de malezas, plagas y enfermedades. Entre las prácticas agronómicas más importantes se encuentran el deshije, el deshoje, el apuntalamiento, el enfundado y el desmane (Agrotendencia.tv, 2023).

El plátano tiene un ciclo de vida que depende de la variedad y las condiciones ambientales, pero que suele durar entre 9 y 15 meses desde la siembra hasta la cosecha. La cosecha se realiza cuando el fruto alcanza el estado de madurez fisiológica, que se determina por el tamaño, el color y el ángulo de los dedos. El plátano se corta con cuidado para evitar daños mecánicos y se transporta al centro de empaque, donde se somete a un proceso de selección, lavado, desinfección, secado, calibrado y embalaje (Infoagro.com, 2023).

El plátano es una fruta muy nutritiva y versátil, que se puede consumir fresca o cocida, en forma de puré, chips, harina o postres. El plátano tiene un alto contenido en hidratos de carbono, fibra, potasio, magnesio, vitamina C y antioxidantes. El plátano también tiene usos potenciales como materia prima para la producción de fibra textil, papel, bioplástico o biogás. Además, el plátano es una fuente de alimentación para el ganado y un recurso ornamental para los jardines (Infoagro.com, 2023).

1.6.5.- Historia y Relevancia Económica del Plátano

El plátano es una fruta tropical que se cultiva en varias regiones de Bolivia, especialmente en los departamentos de Cochabamba, Santa Cruz, Beni y Pando. Su historia se remonta a la época precolombina, cuando los indígenas lo utilizaban como alimento básico y como moneda de cambio. Según algunos autores, el plátano fue introducido en América por los españoles en el siglo XVI, mientras que otros sostienen que ya existía en el continente antes de la llegada de los europeos (García, 2010).

La relevancia económica del plátano en Bolivia se debe a que es un producto que genera empleo e ingresos para miles de familias campesinas e indígenas, que lo cultivan de forma tradicional o tecnificada. Además, el plátano tiene un alto valor nutricional y es una fuente de energía, vitaminas y minerales. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en el año

agrícola 2015-2016 se produjeron 1.027.000 toneladas de plátano en Bolivia, lo que representa el 4,7% de la producción agrícola nacional. De esta cantidad, el 95% se destinó al consumo interno y el 5% se exportó a países como Argentina, Brasil, Chile y Perú (INE, 2017).

1.6.6.- Importancia del Plátano en la Economía Local y Nacional

El plátano también tiene una gran importancia en la economía local y nacional, ya que contribuye al desarrollo rural, a la seguridad alimentaria y a la diversificación productiva. El plátano se consume de diversas formas: fresco, cocido, frito, horneado, en harina, en dulce o en conserva. Asimismo, el plátano se utiliza como materia prima para la elaboración de otros productos como almidón, vinagre, cerveza, licor y biocombustible. El plátano también tiene un valor cultural y simbólico para los pueblos originarios de Bolivia, que lo consideran un elemento sagrado y lo utilizan en rituales y ceremonias (García, 2010).

1.6.7.- Técnicas Modernas de Producción de Plátano

El plátano es una fruta tropical que tiene una gran demanda en el mercado mundial. Sin embargo, su producción enfrenta diversos desafíos, como las plagas, las enfermedades, el cambio climático y la competencia de otros cultivos. Por ello, se han desarrollado diversas técnicas modernas de producción de plátano que buscan mejorar la productividad, la calidad y la sostenibilidad del cultivo. Algunas de estas técnicas son:

El uso de *plántulas in vitro* o micropropagadas, que son plantas obtenidas a partir de tejidos vegetales cultivados en condiciones controladas de laboratorio. Estas plántulas tienen ventajas como la uniformidad genética, la sanidad fitosanitaria, la adaptabilidad a diferentes condiciones ambientales y la reducción del tiempo de establecimiento del cultivo (Calvo et al., 2014; Colla et al., 2017).

La aplicación de *bioestimulantes* o sustancias naturales o sintéticas que favorecen el crecimiento y el desarrollo de las plantas. Estos bioestimulantes pueden ser de origen orgánico (como extractos de algas, compost, humus, etc.) o inorgánico (como ácidos húmicos, fúlvicos, aminoácidos, etc.). Su uso mejora la absorción de nutrientes, la resistencia al estrés hídrico y salino, la floración, el cuajado y el tamaño de los frutos (Calvo et al., 2014; Colla et al., 2017).

La implementación de *sistemas agroforestales* o combinaciones de árboles con cultivos agrícolas. Estos sistemas ofrecen beneficios como la diversificación de la producción, la conservación del suelo y el agua, la regulación del microclima, el control biológico de plagas y enfermedades, la fijación de carbono y la mejora de los ingresos de los productores (Calvo et al., 2014; Colla et al., 2017).

Estas son algunas de las técnicas modernas de producción de plátano que se han desarrollado e implementado en diferentes regiones del mundo. Sin embargo, su adopción requiere de una adecuada capacitación técnica, una disponibilidad de recursos económicos y una evaluación de su impacto ambiental y social.

1.6.8.- Impacto Económico de la Implementación de Prácticas Agrícolas Modernas

La agricultura es una actividad fundamental para el desarrollo humano, la seguridad alimentaria y la conservación del medio ambiente. Sin embargo, la agricultura convencional ha generado una serie de problemas ecológicos y sociales, como la degradación de los suelos, la contaminación del agua, la pérdida de biodiversidad, la emisión de gases de efecto invernadero, la dependencia de insumos externos y la exclusión de los pequeños productores. Por ello, se ha planteado la necesidad de promover prácticas agrícolas sostenibles, que permitan un uso más eficiente de los recursos naturales, mitiguen el impacto ambiental de la agricultura y fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático y la variabilidad climática (Piñeiro et al., 2021).

Las prácticas agrícolas sostenibles son aquellas que se basan en los principios ecológicos y socioeconómicos para el manejo de los agroecosistemas. Algunas de estas prácticas son: la diversificación de cultivos y variedades, la rotación de cultivos, el uso de abonos orgánicos, el control biológico de plagas y enfermedades, el aprovechamiento de los servicios ecosistémicos, la conservación del suelo y el agua, la integración de la ganadería y los cultivos, y la participación de los productores en los mercados locales (Altieri, 1995).

La implementación de estas prácticas agrícolas sostenibles tiene un impacto económico positivo tanto a nivel micro como macro. A nivel micro, las prácticas agrícolas sostenibles pueden mejorar la productividad y la rentabilidad de las explotaciones agropecuarias, al reducir los costos de producción, aumentar los ingresos por la venta de productos diferenciados, disminuir los riesgos climáticos y sanitarios, y mejorar la calidad y cantidad de los recursos naturales disponibles. A nivel macro, las prácticas agrícolas sostenibles pueden contribuir al crecimiento económico, al generar empleo rural, valor agregado, divisas por exportaciones, ahorro de divisas por importaciones sustituidas, y externalidades positivas como la mitigación del cambio climático, la conservación de la biodiversidad y la seguridad alimentaria (Piñeiro et al., 2021).

Sin embargo, la adopción de estas prácticas agrícolas sostenibles no es automática ni generalizada. Existen una serie de barreras que limitan su difusión y escalamiento, como: la falta de conocimiento técnico y capacitación, la escasez o el alto costo de los insumos orgánicos o biológicos, la baja disponibilidad o el alto costo del crédito, la falta o el bajo precio de los incentivos económicos o regulatorios, la competencia desleal con los productos convencionales subsidiados o importados, y las limitaciones para acceder a los mercados locales o diferenciados (Piñeiro et al., 2021).

Por lo tanto, se requiere una acción coordinada entre los diferentes actores del sector agrícola para superar estas barreras y promover las prácticas agrícolas sostenibles. Algunas medidas que se podrían implementar son: el fortalecimiento de las capacidades técnicas e institucionales de los productores y sus organizaciones; el desarrollo e innovación de tecnologías apropiadas para cada contexto agroecológico y socioeconómico; el diseño e implementación de políticas públicas que brinden incentivos económicos o regulatorios para las prácticas agrícolas sostenibles; el fomento de alianzas estratégicas entre los productores, los consumidores, las empresas privadas y las organizaciones no gubernamentales; y el apoyo a la generación y difusión de información sobre los beneficios económicos y ambientales de las prácticas agrícolas sostenibles (Piñeiro et al., 2021).

En conclusión, las prácticas agrícolas sostenibles son una alternativa viable y deseable para mejorar el desempeño económico y ambiental del sector agrícola. Sin embargo, se requiere un mayor compromiso político y social para impulsar su adopción y escalamiento, y así contribuir al desarrollo sostenible de la agricultura y la sociedad.

1.6.9.- Gestión Agrícola Eficiente

La gestión agrícola eficiente es esencial para optimizar la producción y los recursos disponibles. Autores como Drucker (1954) destacan la importancia de la eficiencia operativa en la administración agrícola, señalando que la aplicación de métodos modernos puede mejorar la productividad y, en última instancia, el rendimiento económico.

1.6.10.- Estrategias de Comercialización

La comercialización efectiva es un elemento clave en la administración de empresas agrícolas. Según Drucker (1954), la identificación de oportunidades de mercado y la implementación de estrategias de marketing adecuadas son fundamentales para mejorar los

ingresos y la posición competitiva. En el caso de la producción de plátano en Las Piedras, estrategias de comercialización bien planificadas pueden facilitar el acceso a nuevos mercados y aumentar la rentabilidad.

1.6.11.- Generación de Empleo y Desarrollo Comunitario

La generación de empleo es un componente esencial en la administración de empresas agrícolas, y su impacto en el desarrollo comunitario ha sido ampliamente discutido. Autores como Porter y Kramer (2011) destacan que la generación de empleo no solo contribuye a la estabilidad económica de una comunidad, sino que también fortalece los lazos sociales y fomenta el desarrollo sostenible.

1.6.12.- Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La sostenibilidad y la RSE son aspectos cada vez más importantes en la administración de empresas modernas. Autores como Carroll (1999) sostienen que las empresas tienen una responsabilidad más allá de la obtención de beneficios, incluida la consideración de impactos ambientales y sociales. En el contexto de la producción de plátano, la adopción de prácticas sostenibles puede no solo proteger el entorno, sino también mejorar la reputación de la comunidad en el mercado global.

1.6.13.- Participación Comunitaria y Gestión Participativa

La participación comunitaria y la gestión participativa son elementos cruciales en la administración de proyectos agrícolas. Autores como Arnstein (1969) destacan la importancia de la participación activa de la comunidad en la toma de decisiones para garantizar la viabilidad a largo plazo de los proyectos. En la producción de plátano en Las Piedras, la involucración de los miembros de la comunidad en la planificación y ejecución de estrategias es esencial para el éxito sostenido.

1.7. Metodología

1.7.1 Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se llevó a cabo en la presente investigación fue de tipo analítica, ya que busca examinar y evaluar el impacto del diseño de la empresa unipersonal "Saomy" en la comunidad de Las Piedras. Este tipo de investigación permite desglosar las variables involucradas y entender la relación entre ellas, con el fin de formular conclusiones relevantes y tomar decisiones informadas.

1.7.2 Diseño de Investigación

El diseño de investigación que se utilizará es cuasi-experimental. Este diseño permite comparar los resultados obtenidos antes y después de la implementación del proyecto, sin la necesidad de asignar aleatoriamente a los participantes a diferentes grupos. Se analizarán los cambios en la producción y comercialización de plátano, así como los efectos económicos y sociales en la comunidad.

1.7.3 Enfoque

El enfoque de esta investigación será mixto. Se utilizarán tanto datos cualitativos como cuantitativos para obtener una comprensión completa del problema y su solución. Los datos cualitativos se obtendrán a través de entrevistas y encuestas, mientras que los datos cuantitativos se recopilarán mediante el análisis de las estadísticas de producción y ventas, así como de los impactos económicos observados.

1.7.4 Método

El método utilizado en esta investigación es el inductivo, ya que se basa en la observación de fenómenos específicos relacionados con la producción y comercialización del plátano en la comunidad de Las Piedras. A partir de estos datos, se formularán generalizaciones

y teorías que ayudarán a explicar los resultados y a prever los efectos futuros de la implementación del proyecto.

1.7.5 Técnicas e Instrumentos de Investigación

1.7.5.1 Técnicas

Las técnicas de recolección de datos serán encuestas, entrevistas y observación directa. Las encuestas permitirán obtener una visión general de las percepciones y expectativas de la comunidad sobre el proyecto. Las entrevistas proporcionarán información más detallada y específica de los actores clave. La observación directa ayudará a entender el contexto y las condiciones reales en las que se desarrolla el proyecto.

1.7.5.2 Instrumentos

Los instrumentos que se utilizarán para recolectar la información incluyen cuestionarios estructurados, guías de entrevistas semiestructuradas y hojas de observación. Los cuestionarios estructurados se diseñarán para captar datos cuantitativos de manera estandarizada, mientras que las guías de entrevistas permitirán profundizar en aspectos cualitativos del proyecto. Las hojas de observación serán empleadas para registrar de manera sistemática las condiciones del entorno y las prácticas de producción.

1.7.6. Población y Muestra

1.7.6.1 Población

La población objetivo para la investigación está conformada por los habitantes de la comunidad Las Piedras, Pando, involucrados directa o indirectamente en la producción, comercialización o consumo de plátano. Esto incluye agricultores, comerciantes, consumidores locales, y representantes comunitarios. Se estima que la población total relevante para el estudio

es de 1.133 personas habitante de la comunidad Las Piedras Municipio de Puerto Gonzalo Moreno.

1.7.6.2 Muestra

Para obtener una muestra representativa de la población, se seleccionarán 50 personas de manera aleatoria. Esta muestra incluirá agricultores, comerciantes y consumidores de plátano, quienes proporcionarán información clave sobre sus percepciones, expectativas y desafíos en relación con la producción y comercialización de plátano en la comunidad Las Piedras.

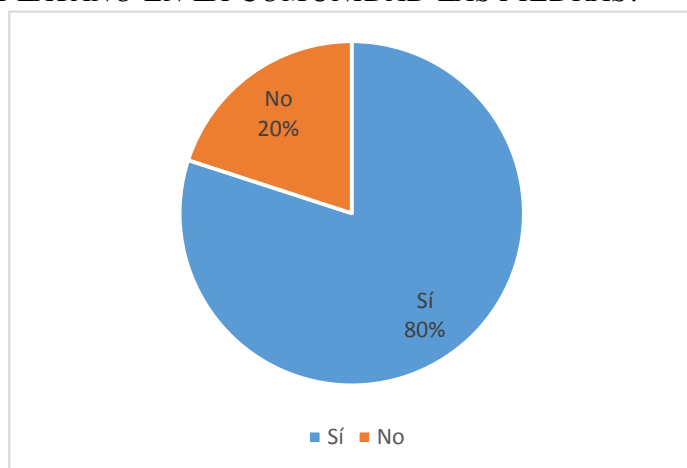
1.8 Resultados de la Encuesta

Número de encuestados: 50

Lugar: Comunidad Las Piedras

GRAFICO 1

¿CONOCE USTED LA IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PLÁTANO EN LA COMUNIDAD LAS PIEDRAS?

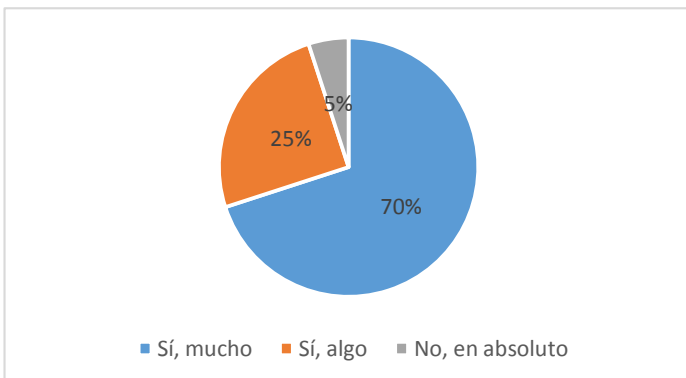


Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación: La mayoría de los encuestados (80%) conoce la importancia de la producción y comercialización de plátano en la comunidad, lo que sugiere un buen nivel de conciencia sobre la relevancia del producto en la economía local.

GRAFICO 2

¿CREE QUE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PLÁTANO BENEFICIARÁ A LA COMUNIDAD?

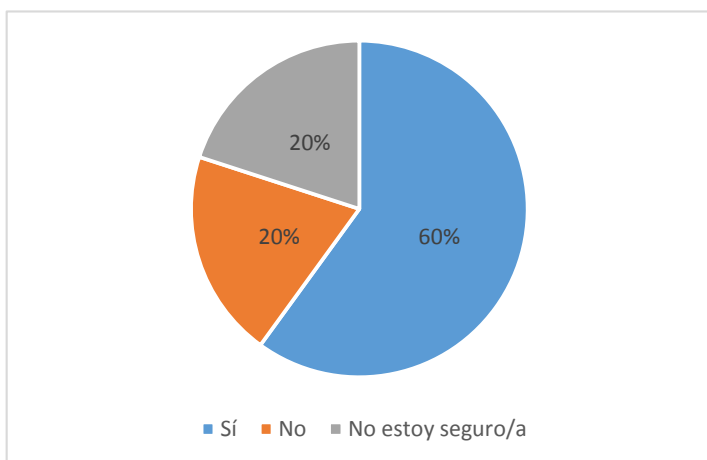


Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación: Un 70% de los encuestados cree que la creación de la empresa beneficiará mucho a la comunidad, mientras que un 25% piensa que beneficiará algo, lo que indica una percepción positiva general hacia el impacto de la empresa.

GRAFICO 3

¿CONSIDERA QUE HAY SUFICIENTE DEMANDA DE PLÁTANO EN LA REGIÓN PARA JUSTIFICAR LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A SU PRODUCCIÓN Y VENTA?

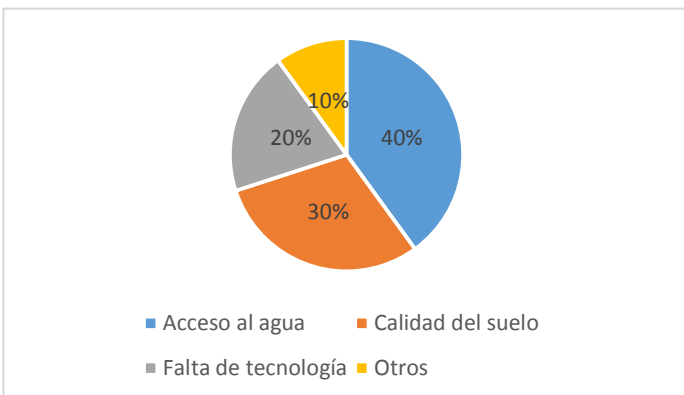


Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación: El 60% de los encuestados considera que existe suficiente demanda de plátano en la región, lo que apoya la viabilidad de la creación de la empresa.

GRAFICO 4

¿EN SU OPINIÓN, CUÁLES SON LOS PRINCIPALES DESAFÍOS PARA LA PRODUCCIÓN DE PLÁTANO EN LA COMUNIDAD?

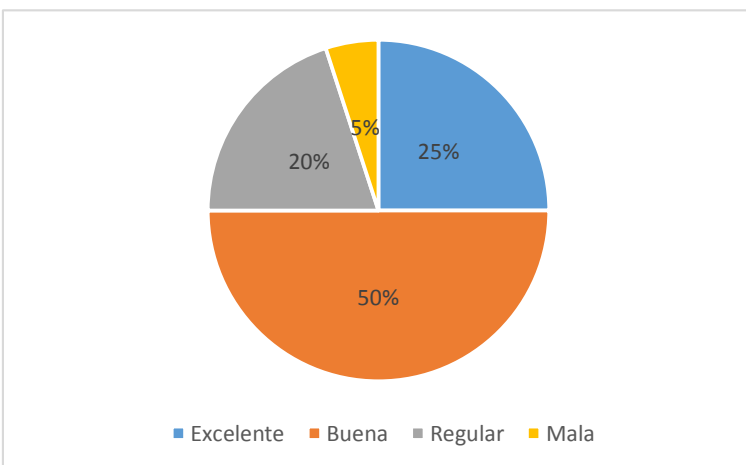


Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación: El acceso al agua y la calidad del suelo son identificados como los principales desafíos para la producción de plátano, destacando áreas clave donde la empresa podría enfocarse para mejorar la producción.

GRAFICO 5

¿CÓMO CALIFICARÍA LA CALIDAD DEL PLÁTANO PRODUCIDO ACTUALMENTE EN LA COMUNIDAD?

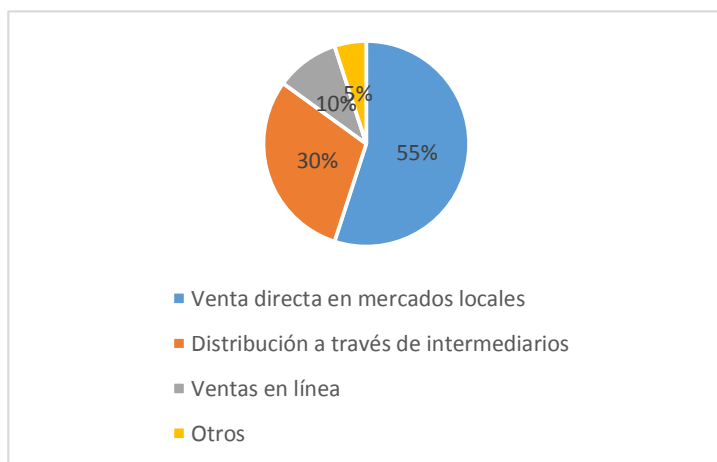


Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación: La mayoría califica la calidad del plátano como buena (50%), con un 25% considerándola excelente, lo que indica un potencial para competir en el mercado si se resuelven los desafíos de producción.

GRAFICO 6

¿QUÉ MÉTODOS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PLÁTANO PREFIERE USTED?

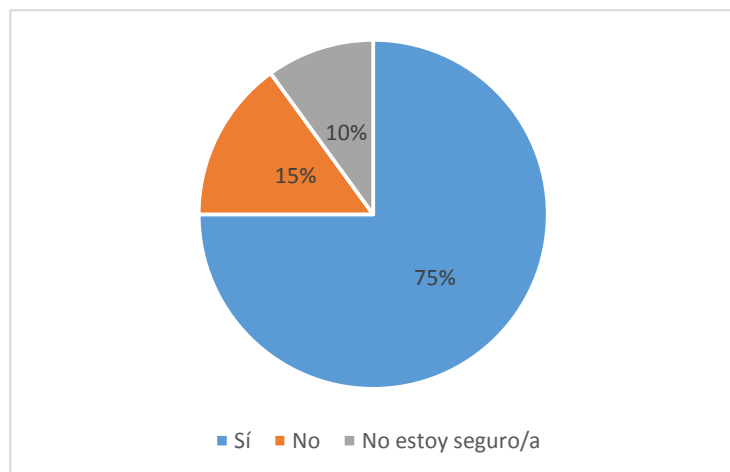


Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación: La venta directa en mercados locales es el método de comercialización preferido, con un 55% de los encuestados eligiéndolo, lo que sugiere que la empresa debería enfocarse en este canal inicialmente.

GRAFICO 7

¿CREE QUE LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS MEJORARÍA LA PRODUCCIÓN DE PLÁTANO EN LA COMUNIDAD?

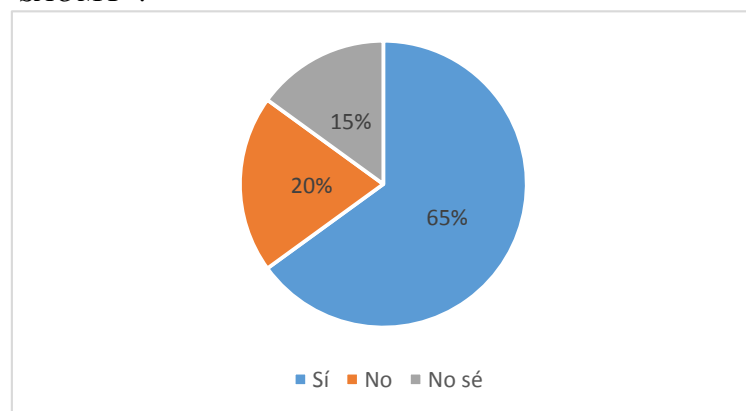


Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación: Un alto porcentaje (75%) cree que la implementación de nuevas tecnologías mejoraría la producción, indicando una receptividad a la modernización de los métodos de cultivo.

GRAFICO 8

¿ESTARÍA DISPUESTO/A A APOYAR O PARTICIPAR EN LA CREACIÓN DE LA EMPRESA "SAOMY"?

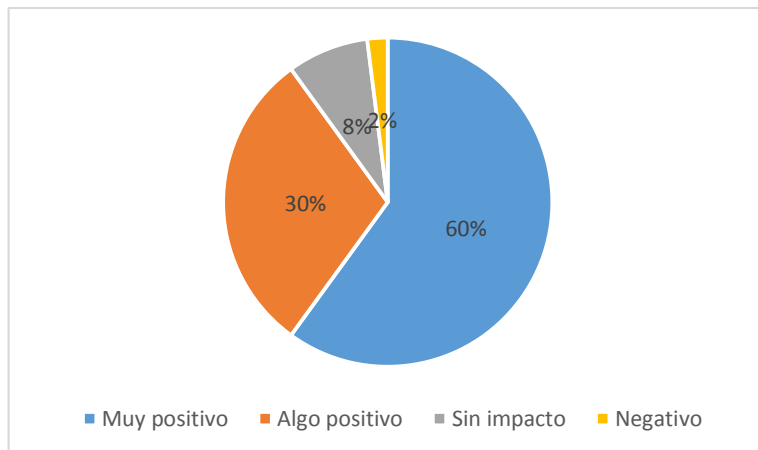


Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación: El 65% de los encuestados está dispuesto a apoyar o participar en la creación de la empresa, lo que indica un fuerte respaldo comunitario para el proyecto.

GRAFICO 9

¿QUÉ IMPACTO CREE QUE TENDRÁ LA CREACIÓN DE LA EMPRESA EN LA ECONOMÍA LOCAL?

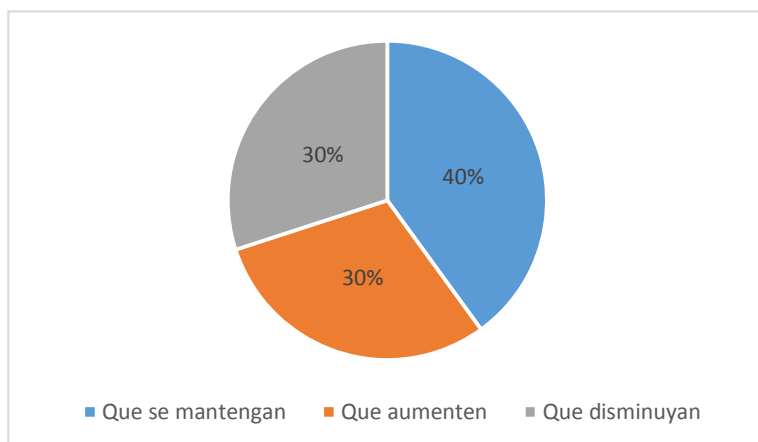


Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación: La mayoría de los encuestados cree que el impacto en la economía local será muy positivo (60%) o algo positivo (30%), lo que refuerza la percepción de que la empresa tendrá un efecto beneficioso.

GRAFICO 10

¿CUÁLES SON SUS EXPECTATIVAS RESPECTO A LOS PRECIOS DEL PLÁTANO CON LA CREACIÓN DE ESTA NUEVA EMPRESA?



Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación: Las expectativas sobre los precios del plátano están divididas, con un 40% esperando que se mantengan, y el 60% dividido entre quienes creen que aumentarán o disminuirán, lo que sugiere una incertidumbre en este aspecto del mercado.

1.9 Resultados de la Entrevistas

Número de entrevistados: 50

Lugar: Comunidad Las Piedras

Objetivo de la Entrevista: Recopilar información cualitativa sobre la viabilidad, desafíos y expectativas relacionados con la creación de la empresa unipersonal "Saomy", dedicada a la producción y comercialización de plátano en la comunidad Las Piedras - Pando.

Perfil del Entrevistado: Líderes comunitarios, agricultores, expertos en agricultura, comerciantes locales, y representantes de instituciones locales.

1. ¿Cómo describiría la situación actual de la producción de plátano en la comunidad Las Piedras?

Resumen de Respuestas:

Los entrevistados coinciden en que la producción de plátano es modesta, pero enfrenta problemas como el acceso limitado a recursos tecnológicos y agua. La producción es suficiente para el consumo local, pero no para mercados más amplios.

2. En su opinión, ¿cuáles son los principales retos que enfrenta la producción y comercialización de plátano en la región?

Resumen de Respuestas:

Los principales retos identificados incluyen la falta de infraestructura adecuada, problemas con la calidad del suelo, y el acceso limitado a mercados más grandes. También se mencionó la falta de capacitación técnica y la escasa implementación de tecnología avanzada.

3. ¿Qué oportunidades ve usted para mejorar la producción de plátano en la comunidad?

Resumen de Respuestas:

Se identificaron oportunidades como la introducción de nuevas tecnologías de cultivo, la capacitación de los agricultores, y la posibilidad de establecer acuerdos con mercados fuera de la comunidad. También se destacó el potencial para mejorar las prácticas agrícolas y aumentar la producción.

4. ¿Cómo considera que la creación de la empresa "Saomy" podría impactar la economía local?

Resumen de Respuestas:

La mayoría de los entrevistados cree que la creación de "Saomy" tendría un impacto positivo en la economía local al generar empleo, mejorar la calidad del producto, y abrir nuevos mercados. Algunos advirtieron sobre la necesidad de una buena planificación para evitar impactos negativos.

5. ¿Qué tipo de apoyo cree que sería necesario para asegurar el éxito de esta empresa en la comunidad?

Resumen de Respuestas:

Se mencionó la necesidad de apoyo gubernamental, acceso a financiamiento, capacitación técnica, y la creación de infraestructura adecuada. También se destacó la importancia de un apoyo comunitario fuerte y la colaboración entre productores.

6. ¿Cómo percibe la aceptación de la comunidad hacia la creación de esta empresa?

Resumen de Respuestas:

La mayoría de los entrevistados percibe una aceptación positiva hacia la creación de "Saomy". Sin embargo, algunos señalaron que la aceptación plena dependerá de la transparencia en la gestión y los beneficios tangibles que la empresa aporte a la comunidad.

7. ¿Qué métodos de comercialización considera más efectivos para el plátano producido en la comunidad?

Resumen de Respuestas:

Los métodos de comercialización más recomendados fueron la venta directa en mercados locales y la creación de alianzas con intermediarios para acceder a mercados más grandes. También se sugirió explorar la venta en línea y la participación en ferias agrícolas.

8. ¿Cree que la implementación de nuevas tecnologías en la producción de plátano es viable en la comunidad? ¿Por qué?

Resumen de Respuestas:

Los entrevistados consideran que la implementación de nuevas tecnologías es viable y necesaria, pero subrayan que requiere capacitación adecuada y acceso a financiamiento. Las nuevas tecnologías podrían aumentar la eficiencia y la calidad del producto.

9. ¿Qué impacto espera que tenga esta empresa en la generación de empleo y en la calidad de vida de los habitantes de la comunidad?

Resumen de Respuestas:

Se espera que la creación de "Saomy" genere empleo y mejore la calidad de vida al proporcionar ingresos adicionales y fortalecer la economía local. Algunos entrevistados mencionaron que esto también podría motivar a los jóvenes a quedarse en la comunidad.

10. ¿Qué recomendaciones le daría a los fundadores de "Saomy" para asegurar el éxito y sostenibilidad de la empresa a largo plazo?

Resumen de Respuestas:

Las recomendaciones incluyen realizar un estudio de mercado exhaustivo, asegurar el financiamiento adecuado, mantener un enfoque en la calidad del producto, y fomentar la participación comunitaria. También se recomendó priorizar la innovación y adaptarse a las necesidades del mercado.

CAPITULO II

2.1. Definición del negocio

2.1.1 Naturaleza de la Empresa

La empresa unipersonal "Saomy" se dedica a la producción y comercialización de plátano en la comunidad Las Piedras, Pando. Su actividad principal será el cultivo, procesamiento básico y distribución de plátano de alta calidad, satisfaciendo la demanda local y regional de este producto. La empresa busca contribuir al desarrollo económico de la comunidad mediante la generación de empleo y la mejora de los ingresos de los agricultores locales.

2.1.2 Concepto de Negocio

El concepto de negocio de "Saomy" se basa en aprovechar las condiciones agroecológicas favorables de la región para la producción de plátano, utilizando técnicas agrícolas eficientes y sostenibles. La empresa no solo cultivará plátano, sino que también implementará procesos de mejora en la calidad del producto, logrando un producto diferenciado y competitivo en el mercado local. Además, se centrará en la comercialización directa, reduciendo intermediarios y asegurando precios justos para los agricultores y consumidores.

2.1.3 El Producto y su Generación de Valor

El plátano que producirá y comercializará "Saomy" será reconocido por su calidad, frescura y sostenibilidad. La empresa agregará valor al producto a través de buenas prácticas agrícolas, control de calidad en el proceso de cosecha y almacenamiento adecuado, garantizando un plátano de primera calidad en términos de sabor, textura y presentación. Esto permitirá a "Saomy" competir eficazmente en el mercado local y regional.

2.1.4 Misión

La misión de "Saomy" es producir y comercializar plátano de alta calidad, utilizando prácticas sostenibles que beneficien tanto a la comunidad de Las Piedras como a sus consumidores, generando empleo, mejorando los ingresos de los agricultores y contribuyendo al desarrollo económico de la región.

2.1.5 Visión

La visión de "Saomy" es convertirse en una empresa líder en la producción y comercialización de plátano en la región de Pando, reconocida por su calidad, sostenibilidad y su impacto positivo en la comunidad local.

2.1.6 Claves de Gestión

Calidad del producto: Mantener estándares altos en todas las etapas del cultivo y procesamiento del plátano.

Eficiencia operativa: Optimizar los recursos y procesos para garantizar la rentabilidad.

Satisfacción del cliente: Centrarse en las necesidades del mercado y garantizar una buena relación calidad-precio.

Sostenibilidad: Implementar prácticas agrícolas respetuosas con el medio ambiente, maximizando el uso de recursos locales.

2.1.7 Estrategia Competitiva

La estrategia competitiva de "Saomy" se basará en la diferenciación de producto a través de la calidad y la sostenibilidad. Al garantizar un plátano de calidad superior y cultivar relaciones directas con clientes locales y regionales, la empresa evitará el uso de intermediarios, logrando

precios competitivos. Además, la empresa utilizará el marketing basado en el apoyo a la comunidad, destacando su impacto social y ambiental positivo.

2.2 Mercado

2.2.1 Producto Mercadotécnico - Consumidor Específico - Satisfacción de Necesidades y/o Deseos

Producto Mercadotécnico: El plátano es un producto altamente demandado tanto por su valor nutricional como por su versatilidad en la cocina. "Saomy" ofrecerá plátanos de alta calidad, enfocados en satisfacer las necesidades del mercado local y regional. El producto será promovido como un alimento saludable, fresco y sostenible, cultivado con prácticas respetuosas con el medio ambiente.

La oferta de "Saomy" se diferenciará por la calidad superior del plátano, cultivado bajo condiciones controladas, con un manejo post-cosecha que garantice su frescura y presentación. Este enfoque permitirá que el producto destaque frente a competidores y ofrezca una ventaja competitiva, cumpliendo con las expectativas de un mercado cada vez más consciente de la sostenibilidad y la calidad alimentaria.

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

Potencial de Mercado: El mercado del plátano en la comunidad de Las Piedras y la región de Pando tiene un alto potencial de crecimiento. El plátano es un alimento básico en la dieta de la población local, y la demanda se mantiene estable a lo largo del año, tanto para consumo doméstico como para el abastecimiento de restaurantes, mercados locales y tiendas de comestibles. Además, existe un interés creciente por productos frescos y locales, lo que posiciona a "Saomy" en un lugar favorable para captar este mercado.

Con el aumento de la población en la región y la creciente tendencia hacia el consumo de alimentos naturales y sostenibles, el potencial del mercado se incrementa. La posibilidad de expandirse hacia otras ciudades cercanas o de establecer puntos de venta en mercados más grandes aumenta las oportunidades de crecimiento para la empresa.

Competencia: La competencia en el mercado de plátano en la región es moderada. Existen algunos productores locales que abastecen los mercados de la zona, pero la mayoría de ellos trabajan a pequeña escala y no tienen un enfoque comercial sólido o una estrategia de marketing definida. Esto representa una ventaja para "Saomy", que puede diferenciarse a través de la calidad superior del producto, su enfoque en la sostenibilidad y el uso de tecnologías que mejoren la producción.

La ventaja competitiva de "Saomy" se basa en la implementación de prácticas agrícolas eficientes, la mejora de la logística y la distribución, y la atención a las necesidades del consumidor, lo que permitirá competir eficazmente con los productores locales. Además, al centrarse en la comercialización directa y evitar intermediarios, se pueden reducir costos y ofrecer precios competitivos.

Barreras de Entrada: Las barreras de entrada en el mercado del plátano son relativamente bajas, pero algunos factores que pueden representar desafíos incluyen:

- **Acceso a recursos:** La adquisición de tierras de calidad y acceso a agua suficiente para el cultivo son factores críticos que pueden limitar la entrada de nuevos productores.
- **Capital inicial:** Invertir en infraestructura adecuada, como sistemas de riego, almacenamiento y tecnología para mejorar la producción, puede ser un obstáculo para los nuevos actores del mercado.

- Conocimiento técnico: La falta de conocimiento sobre prácticas agrícolas modernas y tecnologías sostenibles puede dificultar la entrada de competidores sin experiencia en el sector.

Barreras de Salida: Las barreras de salida en este mercado son moderadas, y los principales factores a considerar son:

- Inversión en activos fijos: Las inversiones en terrenos, sistemas de riego y equipos agrícolas podrían dificultar la salida rápida del mercado en caso de problemas financieros.
- Compromisos con distribuidores: Cualquier contrato de distribución o asociación comercial puede ser difícil de finalizar, lo que representa un obstáculo si la empresa decide cerrar operaciones.

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

Segmentación del Mercado:

El mercado para la producción y comercialización de plátano de la empresa "Saomy" puede segmentarse en base a varios criterios:

Geográfica:

Figura 1

Producción y comercialización del plátano



Nota: Google maps

- Mercado local: Comunidad Las Piedras y otras zonas cercanas dentro de Pando.
- Mercado regional: Expansión hacia ciudades más grandes de Pando y departamentos colindantes.

Demográfica:

- Hogares locales: Familias que consumen plátano como parte de su dieta diaria.
- Comerciantes y vendedores minoristas: Compran plátano para revender en mercados locales.
- Restaurantes y comedores: Establecimientos que utilizan plátano en sus menús, lo que genera una demanda regular.

Psicográfica:

- Consumidores preocupados por la salud y lo natural: Personas que buscan productos frescos, locales y orgánicos.

- Personas con interés en productos sostenibles y de comercio justo.

Conductual:

- Compradores frecuentes: Consumidores que adquieren plátano de forma regular.
- Compradores ocasionales: Personas que compran plátano de vez en cuando, ya sea para ocasiones especiales o por oferta y disponibilidad.

Potencial de Ventas:

El plátano es un producto de alto consumo en la región, por lo que el potencial de ventas es significativo. La comunidad Las Piedras y otras zonas rurales cercanas tienen una demanda constante de este producto. En el caso de "Saomy", se espera cubrir inicialmente el mercado local y expandirse hacia mercados regionales a medida que la producción aumente.

La empresa "Saomy" también puede aprovechar el crecimiento del interés en productos frescos y locales para posicionarse favorablemente en mercados más amplios. A través de la implementación de técnicas de producción eficientes y una estrategia de comercialización clara, se espera aumentar gradualmente la capacidad de producción para satisfacer la demanda.

Pronóstico de Ventas:

Para el pronóstico de ventas, supongamos que el proyecto de la empresa "Saomy" cuenta con un crecimiento anual en la producción y ventas del plátano. Este pronóstico se basa en una producción inicial establecida y un aumento gradual de la productividad debido a la implementación de nuevas técnicas agrícolas y al aumento de las áreas cultivadas.

Tabla 1*Pronóstico de Ventas*

Año	Hectáreas cultivadas	Producción (Toneladas por Hectárea)	Total de Producción (Toneladas)	Precio por tonelada (Bs)	Ingresos Anuales Estimados (Bs)
1	5	15	75	3.500	262.500
2	7	16	112	3.600	403.200
3	10	17	170	3.700	629.000
4	12	18	216	3.800	820.800
5	15	19	285	4.000	1.140.000

Nota: Propia

Análisis de crecimiento

- Hectáreas Cultivadas: Aumentan anualmente, reflejando la expansión de terrenos productivos y mejoras en técnicas de cultivo.
- Producción por Hectárea: Crece
- Precio por Tonelada: El precio sube moderadamente cada año por el valor añadido en calidad y por la creciente demanda de plátano en el mercado local.

2.2.4 El Cliente Objetivo (Comportamiento del Consumidor)

Cliente Objetivo:

El cliente objetivo de la empresa "Saomy", productora y comercializadora de plátano, abarca varios grupos de consumidores, dependiendo de sus características y necesidades específicas.

Consumidores Hogareños:

- Características: Familias locales que incluyen el plátano como parte regular de su alimentación, principalmente en la comunidad de Las Piedras y las regiones cercanas.
- Comportamiento: Estos consumidores buscan productos frescos y accesibles, valoran la calidad del plátano y lo compran con frecuencia, ya que es un alimento básico en su dieta. Se espera que compren en mercados locales y prefieren precios competitivos, pero también valoran el origen local y orgánico de los productos.

Comerciantes Minoristas:

- Características: Vendedores en mercados locales que compran plátano al por mayor para revender en pequeñas cantidades. Este grupo incluye puestos de mercados, tiendas de abarrotes y pequeños distribuidores.
- Comportamiento: Los comerciantes minoristas buscan proveedores confiables con precios competitivos y alta calidad del producto. Necesitan una fuente constante de suministro para satisfacer la demanda diaria de sus clientes. Tienden a negociar precios en función del volumen de compra.

Restaurantes y Establecimientos de Comida:

- Características: Dueños o administradores de restaurantes, comedores populares, y otros servicios de alimentación que utilizan plátano como ingrediente en sus menús.
- Comportamiento: Este segmento de clientes compra en mayores volúmenes y requiere un suministro constante de productos frescos. Valoran la calidad, frescura y el precio, y suelen comprar directamente a proveedores locales o distribuidores mayoristas para garantizar una relación costo-beneficio favorable.

Los clientes de "Saomy" demandan un producto fresco y de calidad, con precios competitivos, pero valoran también el origen local y la sostenibilidad, lo que representa una ventaja para la empresa que puede diferenciarse en el mercado a través de estas características.

2.2.5 Estrategias de Marketing

Para el éxito de la empresa unipersonal "Saomy", productora y comercializadora de plátano en la comunidad de Las Piedras - Pando, es crucial establecer estrategias de marketing bien definidas que permitan posicionar el producto en el mercado, atraer clientes y generar una ventaja competitiva, se detallan las estrategias de marketing que se implementarán:

2.2.5.1. Segmentación del Mercado

Objetivo: Identificar y centrarse en diferentes grupos de consumidores con características y necesidades similares.

Estrategia:

- Hogares locales que consumen plátano regularmente como parte de su dieta diaria.
- Comerciantes minoristas en mercados locales que requieren un suministro constante.
- Restaurantes y servicios de alimentos que utilizan plátano en sus menús.

- Consumidores conscientes del medio ambiente que prefieren productos orgánicos y de origen local.

2.2.5.2. Posicionamiento del Producto

Objetivo: Crear una percepción favorable de la marca "Saomy" como una empresa local, sostenible y comprometida con la calidad.

Estrategia:

- Promocionar el plátano como un producto fresco, de alta calidad y cultivado de manera sostenible.
- Resaltar que la empresa es local y apoya el desarrollo económico de la comunidad de Las Piedras.
- Destacar la responsabilidad social y medioambiental de la empresa, usando técnicas de cultivo respetuosas con el entorno.

2.2.5.3. Propuesta de Valor

Objetivo: Aumentar la percepción de valor del cliente sobre el producto.

Estrategia:

- Ofrecer un producto local, fresco y de calidad superior a precios competitivos.
- Diferenciarse por prácticas sostenibles y compromiso con el desarrollo económico local.
- Implementar promociones especiales para los primeros compradores y clientes recurrentes.

2.2.5.4. Estrategias de Distribución

Objetivo: Garantizar que el producto llegue al cliente de manera eficiente y en óptimas condiciones.

Estrategia:

- Venta directa en mercados locales: Instalar puestos en mercados donde se garantice la frescura del producto.
- Distribución a intermediarios: Vender en grandes volúmenes a comerciantes minoristas que se encarguen de la distribución en mercados más pequeños.
- Entrega a restaurantes y comercios: Ofrecer un servicio de entrega directa a restaurantes y establecimientos que consumen plátano en grandes cantidades.

2.2.5.5. Estrategias de Promoción

Objetivo: Dar a conocer la empresa y su producto, aumentar la visibilidad y fomentar la compra.

Estrategia:

- Publicidad local: Anuncios en radios locales, pancartas y volantes en la comunidad para crear reconocimiento de la marca "Saomy".
- Participación en ferias y eventos comunitarios: Exponer y vender el producto en ferias agrícolas y eventos locales, aprovechando el contacto directo con los consumidores.
- Promociones y descuentos: Ofrecer descuentos para clientes frecuentes y promociones por compras al por mayor para comerciantes y restaurantes.

- Marketing digital: Uso de redes sociales para promocionar el producto, creando una comunidad online que valore la producción local y orgánica.

2.2.5.6. Estrategias de Precios

Objetivo: Establecer precios que sean competitivos en el mercado sin comprometer la rentabilidad.

Estrategia:

- Precios competitivos: Mantener precios accesibles para hogares y comerciantes locales, sin sacrificar la calidad.
- Descuentos por volumen: Ofrecer descuentos a compradores que adquieran grandes volúmenes, como restaurantes o minoristas.
- Estrategia de precios diferenciados: Ajustar los precios para diferentes segmentos del mercado (menudeo y por mayor).

2.2.5.7. Fidelización del Cliente

Objetivo: Crear lealtad entre los clientes para asegurar ventas recurrentes y recomendaciones.

Estrategia:

- Programa de fidelización: Implementar un sistema de recompensas para clientes frecuentes, como descuentos o promociones especiales.
- Servicio al cliente de calidad: Brindar atención personalizada, asegurando que el cliente siempre reciba un producto fresco y de calidad.
- Encuestas y retroalimentación: Establecer un canal de comunicación con los clientes para recibir sus opiniones y mejorar continuamente.

2.3. Operaciones (Producción)

2.3.1 Diseño y Desarrollo de Productos

Descripción técnica y funcional del producto: El principal producto de la empresa unipersonal "Saomy" es el plátano, cultivado en la comunidad de Las Piedras - Pando. El plátano que se comercializará es de la variedad Musa paradisiaca, un producto básico en la dieta local que se utiliza tanto para consumo directo como para la preparación de diversos platillos.

Características técnicas:

- Variedad de plátano: Musa paradisiaca (Plátano macho), cultivado de manera orgánica sin el uso de pesticidas químicos.
- Tamaño del fruto: Se seleccionarán plátanos de tamaño medio, entre 18 y 22 cm de longitud, para garantizar la calidad y consistencia del producto.
- Maduración: El plátano será cosechado en su punto óptimo de maduración, considerando su destino final (consumo inmediato o venta a intermediarios).
- Proceso de cosecha y postcosecha: Los plátanos serán cosechados a mano, evitando daños en la fruta. Posteriormente, se someterán a un proceso de limpieza y selección para eliminar aquellos frutos que no cumplan con los estándares de calidad.
- Funcionalidad del producto: El plátano se ofrecerá tanto para consumo fresco como para su uso en la cocina, adaptándose a las necesidades de los clientes locales, que incluyen hogares, mercados locales y restaurantes. Además, se garantiza que el producto cumple con los requerimientos nutricionales y de calidad que los consumidores buscan en el plátano fresco.

Características de la Calidad del Producto

Calidad del producto (bien):

- Frescura: El plátano será cosechado y distribuido en un corto plazo, lo que garantiza su frescura y alta calidad.
- Consistencia en la maduración: Cada lote de plátanos será homogéneo en cuanto al grado de maduración, lo que garantiza que los clientes reciban un producto adecuado para el consumo inmediato o su almacenamiento.
- Prácticas de cultivo sostenible: Se utilizarán técnicas agrícolas sostenibles, sin el uso de productos químicos dañinos, lo que no solo mejora la calidad del fruto, sino que también contribuye a la preservación del medio ambiente local.
- Control de calidad: Se implementará un sistema de control de calidad en el que los plátanos defectuosos (con daños o imperfecciones) serán descartados, para que solo los mejores productos lleguen al consumidor final.
- Conservación: El producto será entregado en empaques adecuados que garanticen su integridad durante el transporte y manejo en los mercados locales.

La combinación de prácticas sostenibles, un proceso riguroso de selección y estándares de calidad permitirá a la empresa "Saomy" ofrecer un producto confiable y atractivo tanto para el mercado local como para clientes comerciales.

2.3.2 Proceso de Producción

Tipo de proceso: El proceso de producción de plátano en la empresa unipersonal "Saomy" es semi-manual y sigue un enfoque artesanal en el cultivo, recolección y postcosecha, combinando técnicas agrícolas tradicionales con métodos de manejo sostenible. Se lleva a cabo

en varias fases, desde la preparación del terreno hasta la distribución del producto final. La participación del personal en cada fase es esencial para garantizar la calidad del producto.

a) Descripción detallada de fases y tareas por puestos

Preparación del terreno:

- Tareas: Limpieza del terreno, nivelación y preparación del suelo para la siembra.
- Responsable: Jefe de Cultivo y 2 Obreros Agrícolas.

Descripción: Se realiza la eliminación de malezas y se acondiciona el suelo con abono orgánico para optimizar las condiciones de crecimiento.

Siembra de plátano:

- Tareas: Siembra de los hijuelos (brotes de plátano) en hileras, manteniendo una distancia adecuada para asegurar el crecimiento óptimo.
- Responsable: Jefe de Cultivo y 3 Obreros Agrícolas.

Descripción: Los hijuelos se siembran de forma manual, asegurando que las raíces estén bien establecidas en el suelo fértil.

Mantenimiento del cultivo:

- Tareas: Riego, control de plagas, deshierbe y aplicación de abono orgánico.
- Responsable: Jefe de Cultivo y Obreros Agrícolas.

Descripción: El cultivo se monitorea constantemente para garantizar el crecimiento saludable de las plantas. Se utiliza un sistema de riego por goteo para minimizar el desperdicio de agua.

Cosecha:

- Tareas: Cosecha de los racimos de plátano, selección de los frutos adecuados.
- Responsable: Cosechadores (2) bajo la supervisión del Jefe de Cultivo.

Descripción: La cosecha se realiza manualmente, asegurando que los plátanos se corten en el momento óptimo de maduración para garantizar su frescura.

Postcosecha:

- Momento de Cosecha: El plátano se cosechará en su punto óptimo de madurez fisiológica para asegurar su sabor, textura y calidad, considerando el tiempo de transporte hasta el punto de venta.
- Selección y Clasificación: Una vez cosechados, los plátanos se seleccionarán de acuerdo a tamaño, color y calidad para eliminar frutos dañados o en mal estado, asegurando un producto homogéneo y de buena presentación.

Lavado y desinfección

- Lavado: Los plátanos se lavarán con agua limpia para eliminar residuos de tierra o partículas que puedan afectar la calidad del producto.
- Desinfección: Se utilizará una solución desinfectante suave, aprobada para productos agrícolas, para minimizar la presencia de microorganismos que podrían deteriorar el plátano.

Secado y empaçado

- Secado al aire: Después del lavado, los plátanos se secarán cuidadosamente para evitar la acumulación de humedad en el empaque, lo cual podría acelerar el deterioro.
- Empaque: Se emplearán cajas ventiladas de materiales reciclables para facilitar la respiración del plátano y reducir el riesgo de daños mecánicos durante el transporte.

Almacenamiento temporal

- Almacenamiento en Lugares Frescos y Ventilados: Los plátanos se almacenarán en áreas frescas, con buena ventilación y protegidas de la luz solar directa para mantener su frescura y ralentizar el proceso de maduración.
- Control de Temperatura y Humedad: En lo posible, se mantendrán condiciones controladas de temperatura (entre 13 y 15°C) y humedad (alrededor del 85%) para prolongar la vida útil del plátano sin afectar su calidad.

Distribución:

- Tareas: Transporte del plátano a los mercados locales o intermediarios.
- Responsable: Jefe de Logística y Chofer de la Empresa.

Descripción: Los productos se transportan en vehículos adecuados que mantienen la integridad del producto, asegurando que lleguen frescos a los puntos de venta.

b) Personal, Cargos y Funciones

Jefe de Cultivo:

- Funciones: Supervisar y coordinar todas las actividades agrícolas, desde la preparación del terreno hasta la cosecha. Garantizar el uso de buenas prácticas agrícolas y el manejo sostenible del cultivo.
- Responsable de: Preparación del suelo, siembra, mantenimiento y control de calidad en la cosecha.

Obreros Agrícolas (5):

- Funciones: Realizar tareas de siembra, mantenimiento del cultivo (riego, control de plagas), deshierbe y apoyo en la cosecha.

- Responsable de: Asegurar el buen estado del cultivo en todas las fases de su desarrollo.

Cosechadores (2):

- Funciones: Realizar la recolección manual del plátano en su momento óptimo de maduración.
- Responsable de: Evitar daños en el producto durante la cosecha y garantizar que solo se seleccionen plátanos de calidad.

Jefe de Logística:

- Funciones: Coordinar las actividades de postcosecha, clasificación, empaque y distribución del producto.
- Responsable de: Asegurar que los plátanos lleguen a su destino en condiciones óptimas y en el tiempo estipulado.

Auxiliares de Logística (2):

- Funciones: Apoyar en la clasificación y empaque del plátano, así como en las labores de almacenamiento temporal.
- Responsable de: Garantizar que los plátanos estén adecuadamente empacados para evitar daños en el transporte.

Chofer:

- Funciones: Transportar el producto a los mercados locales o intermediarios en el tiempo adecuado.

- Responsable de: El manejo seguro de los productos durante el transporte, evitando cualquier daño al plátano.

Este equipo de trabajo bien organizado asegura que cada fase del proceso de producción se desarrolle eficientemente, garantizando la calidad del producto final y su distribución oportuna en los mercados.

2.3.3 Máquinas, Equipos, Vehículos y Otros Similares

En la empresa unipersonal "Saomy", productora y comercializadora de plátano, se requiere un conjunto de máquinas, equipos y vehículos esenciales para garantizar una producción eficiente y de alta calidad, se detallan las características técnicas, físicas, funcionales y la capacidad de producción de cada uno de estos recursos.

2.3.3.1. Sistema de Riego por Goteo

Características técnicas:

- Material: Polietileno de alta densidad.
- Diámetro de las tuberías: 16 mm.
- Presión de trabajo: 1 a 2 bar.
- Caudal: 1.6 l/h por gotero.

Características físicas:

- Longitud de las líneas de riego: 100 metros.
- Gotero integrado cada 30 cm.

Funcionalidad:

- Permite un riego eficiente, con bajo consumo de agua, manteniendo el suelo húmedo de forma constante.
- Mejora la productividad al proporcionar agua directamente a las raíces de las plantas.

Capacidad de producción:

- Riega aproximadamente 2 hectáreas de terreno por día, optimizando el uso de agua.

2.3.3.2. Maquinaria de Labranza (Arado de Disco)

Características técnicas:

- Tipo: Arado de disco.
- Ancho de trabajo: 2 metros.
- Número de discos: 6 discos.
- Profundidad de trabajo: 20 a 30 cm.

Características físicas:

- Estructura de acero reforzado.
- Peso: 500 kg.

Funcionalidad:

- Utilizado para la preparación del terreno, removiendo la tierra y eliminando malezas.
- Facilita la aireación del suelo, mejorando las condiciones para la siembra del plátano.

Capacidad de producción:

- Labra hasta 1 hectárea de terreno por día.

2.3.3.3. Equipo de Clasificación y Empaque

Características técnicas:

- Tipo: Mesa de clasificación con cinta transportadora.
- Longitud de la cinta: 5 metros.
- Material: Acero inoxidable.
- Capacidad de carga: 100 kg.

Características físicas:

- Tamaño: 6 metros de largo x 1 metro de ancho.
- Peso: 350 kg.

Funcionalidad:

- Facilita la selección de los plátanos según su tamaño y calidad antes del empaque.
- La cinta transportadora permite un flujo continuo de trabajo, mejorando la eficiencia del proceso de postcosecha.

Capacidad de producción:

- Clasifica y empaca aproximadamente 500 kg de plátano por día.

2.3.3.4. Camión de Transporte (Vehículo de Carga Liviana)

Características técnicas:

- Marca: Mitsubishi.

- Tipo: Camión liviano.
- Capacidad de carga: 2 toneladas.
- Motor: Diésel de 4 cilindros.
- Consumo de combustible: 8 km/l.

Características físicas:

- Dimensiones: 5 metros de largo x 2 metros de ancho x 2.5 metros de alto.
- Peso: 3.5 toneladas.

Funcionalidad:

- Utilizado para el transporte del plátano desde la finca hasta los mercados locales o puntos de distribución.
- Capacidad para transportar grandes volúmenes de producto, garantizando la frescura durante el traslado.

Capacidad de producción:

- Puede realizar 2 viajes por día, transportando hasta 4 toneladas de plátano.

2.3.3.5. Generador Eléctrico

Características técnicas:

- Potencia: 10 kW.
- Combustible: Diésel.
- Capacidad del tanque: 50 litros.

Características físicas:

- Dimensiones: 1.5 metros de largo x 0.8 metros de ancho x 1 metro de alto.
- Peso: 450 kg.

Funcionalidad:

- Suministra electricidad en caso de cortes de energía, garantizando la continuidad del trabajo en la finca.
- Esencial para el funcionamiento de los equipos de clasificación y empaque.

Capacidad de producción:

- Proporciona electricidad continua por 10 horas con un solo tanque lleno.

2.3.3.6. Balanza Electrónica para Pesaje

Características técnicas:

- Capacidad máxima: 300 kg.
- Precisión: ± 50 g.
- Fuente de alimentación: Eléctrica.

Características físicas:

- Tamaño: 0.8 metros de alto x 0.6 metros de ancho.
- Material: Acero inoxidable.

Funcionalidad:

- Utilizada para pesar los plátanos antes del empaque y venta.
- Garantiza el control exacto del peso de cada lote de plátanos.

Capacidad de producción:

- Puede pesar hasta 2 toneladas de producto por día.

2.3.4 Insumos

La empresa unipersonal "Saomy", productora y comercializadora de plátano, requerirá diversos insumos esenciales para garantizar una producción eficiente y de alta calidad, se describen detalladamente los insumos necesarios, sus características técnicas, su calidad, y los proveedores y subcontratistas.

2.3.4.1. Semillas de Plátano (Cachapas)

Descripción técnica:

- Tipo: Cachapas de plátano resistentes a plagas y enfermedades.
- Variedad: Plátano hartón gigante.
- Tiempo de germinación: 4 a 6 semanas.
- Rendimiento por planta: Aproximadamente 30 a 40 kg de plátano por ciclo de cosecha.

Características de calidad:

- Semillas certificadas y libres de patógenos.
- Alta resistencia a enfermedades como el moko y la sigatoka.
- Adaptadas a las condiciones climáticas de la región amazónica de Pando.

Proveedores:

- Bioseeds Bolivia S.R.L.: Especialistas en semillas certificadas y clones de plátano resistentes a enfermedades.
- Agrícola Las Piedras: Productores locales de cachapas de plátano adaptadas al clima local.

2.3.4.2. Fertilizantes Orgánicos

Descripción técnica:

- Tipo: Fertilizante orgánico enriquecido con nitrógeno, fósforo y potasio (NPK).
- Forma: Granulado.
- Contenido: NPK 10-5-10.
- Aplicación: Cada 4 meses para fomentar el crecimiento de las plantas y mejorar la calidad de los frutos.

Características de calidad:

- Fertilizante orgánico certificado, libre de químicos tóxicos.
- Incrementa la fertilidad del suelo sin perjudicar el medio ambiente.
- Facilita la retención de agua y mejora la estructura del suelo.

Proveedores:

- Fertibol S.A.: Proveedor de fertilizantes ecológicos con certificación de calidad.
- AgroSoluciones Amazónicas: Distribuidor local especializado en insumos orgánicos para cultivos.

2.3.4.3. Sustratos para el Suelo

Descripción técnica:

- Tipo: Sustrato orgánico enriquecido con compost vegetal y estiércol animal.
- Composición: 70% compost, 30% estiércol.
- pH: 6.5 - 7.0 (ligeramente ácido).
- Aplicación: Para mejorar la estructura y nutrientes del suelo en el área de plantación.

Características de calidad:

- Sustrato enriquecido para mejorar la retención de agua y la aireación del suelo.
- Aumenta la productividad del cultivo al mejorar la calidad del suelo.
- Producto certificado como apto para agricultura orgánica.

Proveedores:

- EcoSoil Bolivia: Empresa líder en producción de sustratos orgánicos certificados.
- AgriTierra Riberalta: Proveedor local de sustratos especializados en la región amazónica.

2.3.4.4. Insumos para Riego

Descripción técnica:

- Tipo: Tuberías de polietileno de alta densidad (HDPE) y goteros de 1.6 l/h.
- Diámetro de las tuberías: 16 mm.
- Goteros: Autocompensantes para garantizar una distribución homogénea del agua.
- Conectores: Plásticos de alta resistencia para unir las tuberías y goteros.

Características de calidad:

- Material resistente a los rayos UV y a condiciones extremas de temperatura.
- Goteros autocompensantes que aseguran un caudal constante independientemente de la presión del agua.
- Sistema certificado por la norma ISO 9001 de calidad.

2.3.5 Planta, Cálculo de la Capacidad de Producción, Localización y Distribución de Planta

2.3.5.1 Planta

La planta de producción de la empresa "Saomy" está diseñada para optimizar el cultivo, procesamiento y empaquetado del plátano en la comunidad de Las Piedras, en el departamento de Pando. El terreno asignado para las operaciones cuenta con un área total de 5 hectáreas, que se divide en zonas específicas para la producción agrícola, infraestructura de procesamiento y áreas de almacenamiento.

Infraestructura principal de la planta:

- Área de cultivo: 4 hectáreas destinadas al cultivo del plátano, distribuidas en parcelas para facilitar la rotación y el control de plagas.
- Zona de procesamiento: 0.5 hectáreas destinadas al lavado, clasificación y empaquetado de los plátanos.
- Almacén: 0.2 hectáreas dedicadas al almacenamiento de insumos agrícolas y empaques, así como un espacio para el almacenamiento temporal del plátano antes de su distribución.
- Oficina administrativa: 0.1 hectáreas para la administración de la empresa y la gestión de las actividades diarias.

2.3.5.2 Cálculo de la Capacidad de Producción

El cálculo de la capacidad de producción se basa en las hectáreas de cultivo y el rendimiento promedio de los plátanos por hectárea en condiciones óptimas.

Capacidad estimada de producción anual:

- Superficie de cultivo: 4 hectáreas.
- Rendimiento promedio por hectárea: 30 toneladas de plátano por año (basado en cultivos optimizados y en la gestión eficiente de los recursos).

Capacidad total de producción anual:

$$4 \text{ hectáreas} \times 30 \text{ toneladas por hectárea} = 120 \text{ toneladas anuales}$$

Con esta capacidad, "Saomy" se posiciona como una productora competitiva en la región, con el potencial de abastecer tanto a mercados locales como regionales. La producción se distribuye en tres ciclos de cosecha al año, lo que asegura un flujo continuo de productos al mercado.

2.3.5.3 Localización de la Planta

La planta de producción se localiza en la comunidad de Las Piedras, Pando, en un área estratégica para el cultivo del plátano debido a sus condiciones climáticas y disponibilidad de recursos hídricos. La ubicación ofrece las siguientes ventajas:

- Clima favorable
- Acceso a mercados
- Disponibilidad de mano de obra

2.3.5.4 Distribución de la Planta

La distribución de la planta ha sido diseñada para optimizar los flujos de trabajo y minimizar los costos de transporte y manipulación dentro de la misma. Se divide en las siguientes áreas funcionales:

- **Área de cultivo:** Esta es la zona más amplia, con 4 hectáreas dedicadas al cultivo de plátano. Está organizada en filas con un sistema de riego por goteo instalado para maximizar la eficiencia del agua y garantizar la salud de las plantas.
- **Área de procesamiento:** Cerca del área de cultivo, se encuentra la zona de procesamiento, que cuenta con equipos de lavado, selección y empaquetado del plátano. La proximidad de esta área a los cultivos reduce el tiempo entre la cosecha y el procesamiento, asegurando la frescura del producto.
- **Almacén:** El almacén está ubicado junto al área de procesamiento, permitiendo que los productos empaquetados sean almacenados temporalmente antes de su transporte. Esta área también incluye un espacio para el almacenamiento de insumos agrícolas y materiales de empaque.
- **Oficina administrativa:** La oficina administrativa se ubica cerca de la entrada principal de la planta, facilitando el acceso tanto para el personal como para los proveedores y clientes. Aquí se gestionan las operaciones diarias y la administración de la empresa.

CAPITULO III

3.1 Finanzas

3.1.1 Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión para la empresa unipersonal "Saomy", productora y comercializadora de plátano en la comunidad de Las Piedras, Pando, incluye los costos iniciales para la adquisición de maquinaria, equipos, infraestructura, insumos agrícolas y capital de trabajo necesario para iniciar las operaciones.

Impuestos Aplicables

- IVA (Impuesto al Valor Agregado): El 13% del valor de las ventas mensuales.
- IT (Impuesto a las Transacciones): El 3% de cada transacción comercial.
- IUE (Impuesto a las Utilidades de las Empresas): El 2.5% de las utilidades anuales.

Retorno de la Inversión (ROI)

Se estima que, debido a la demanda de plátano en el mercado local, la empresa podrá obtener una rentabilidad media anual del 15% en el primer año, con un crecimiento proyectado del 10% anual, se muestra los pronósticos del retorno anual durante los primeros 5 años.

Tabla 2

Retorno de la Inversión (ROI)

Año	Ingresos Estimados (Bs)	Costos operativos (Bs)	Utilidad Bruta (Bs)	Impuestos (IUE)	Utilidad Neta (Bs)	Retorno de la inversión (%)
1	200.000	100.000	100.000	25.000	75.000	25%

2	220.000	110.000	110.000	27.500	82.500	27,50%
3	242.000	121.000	121.000	30.250	90.750	30%
4	266.200	133.100	133.100	33.275	99,825	33%
5	292.820	146.410	146.410	36.603	109.807	36%

Nota: Propia

3.1.2 Presupuesto de Operaciones

El presupuesto de operaciones para la empresa unipersonal "Saomy", productora y comercializadora de plátano, cubre todos los costos necesarios para las actividades de producción, administración, comercialización y aspectos legales.

Tabla 3

Costos de Producción

Concepto	Costo anual (Bs.)
Insumos agrícolas (fertilizantes, pesticidas, etc.)	500
Semillas de plátano (reposición)	50
Agua y riego	60
Energía eléctrica	500
Sueldos del personal agrícola (4 personas)	10000
Transporte (combustible, mantenimiento de vehículos)	2000
Total Costos de Producción	13.110 Bs.

Nota: Elaboración propia

Tabla 4*Resumen del Presupuesto de Operaciones*

Categoría	Costo total anual (Bs.)
Costos de Producción	5000
Costos de Administración	4000
Costos de Comercialización	8000
Costos Legales	2000
Total General	19,000 Bs.

Nota: Elaboración propia

Descripción del Presupuesto de Operaciones:

- **Costos de Producción:** Involucran los gastos directos asociados a la producción de plátano, como insumos agrícolas, agua para riego, mantenimiento de maquinaria y sueldos de los trabajadores agrícolas.
- **Costos de Administración:** Estos incluyen los gastos relacionados con la gestión de la empresa, como el sueldo administrativo, servicios básicos, alquiler de oficinas, y software de gestión.
- **Costos de Comercialización:** Reflejan los gastos necesarios para promocionar y vender el plátano, incluidos los costos de marketing digital, materiales publicitarios, comisiones de ventas y transporte de productos a los puntos de venta.
- **Costos Legales:** Incluyen los gastos de cumplimiento legal, como registro de licencias, asesoría contable y pago de impuestos municipales y nacionales.

3.1.3 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el cual los ingresos totales de la empresa igualan los costos totales (fijos y variables). En este punto, la empresa no tiene ni ganancias ni pérdidas.

Tabla 5

Costos Fijos Anuales

Concepto	Costo anual (Bs.)
Sueldos administrativos y agrícolas	10000
Alquiler de oficinas	5000
Mantenimiento de maquinaria y equipos	3000
Servicios (agua, luz, teléfono, internet)	6000
Impuestos municipales y nacionales	1000
Gastos de representación	3000
Auditoría y asesoría contable	4000
Total Costos Fijos	32,000 Bs.

Nota: Elaboración propia

Cálculo del Punto de Equilibrio en Ventas

El punto de equilibrio en ventas se puede calcular utilizando la fórmula:

Punto de Equilibrio en Ventas = Punto de Equilibrio en Unidades × Precio de Venta por Unidad

Punto de Equilibrio en Ventas = $4,107 \times 50 = 205,350$ Bs.

Interpretación del Punto de Equilibrio:

- La empresa "Saomy" debe vender 4,107 unidades (cajas) de plátano para cubrir todos sus costos (fijos y variables).
- En términos monetarios, esto equivale a 205,350 Bs. en ventas anuales para alcanzar el punto de equilibrio, es decir, no generar ni ganancias ni pérdidas.

Análisis:

- Para que la empresa sea rentable, deberá superar este punto de equilibrio vendiendo más de 4,107 cajas de plátano o logrando ingresos superiores a 205,350 Bs. anuales. Este análisis permite establecer metas de ventas mínimas y evaluar la viabilidad financiera del negocio en el corto y mediano plazo.

3.1.4 Financiamiento

El financiamiento es un aspecto crucial para el establecimiento y operación de la empresa unipersonal "Saomy", productora y comercializadora de plátano en la comunidad Las Piedras - Pando, se detallan las fuentes de financiamiento propuestas, así como la estrategia para obtener los recursos necesarios.

Fuentes de Financiamiento:

Ahorros Personales:

- Descripción: Utilizar parte de los ahorros del fundador como capital inicial.
- Monto Estimado: 30,000 Bs.
- Ventajas: No genera intereses y no requiere pagos adicionales.

Préstamos Bancarios:

- Descripción: Solicitar un préstamo en una entidad financiera para cubrir parte de la inversión inicial y capital de trabajo.
- Monto Estimado: 50,000 Bs.
- Condiciones:
- Tasa de interés: 12% anual
- Plazo: 3 años
- Pagos mensuales estimados: 1,650 Bs.
- Ventajas: Acceso a una suma significativa de dinero para iniciar operaciones.

Inversionistas Privados:

- Descripción: Buscar inversionistas locales interesados en participar en el negocio a cambio de una participación en las ganancias.
- Monto Estimado: 40,000 Bs.
- Ventajas: Aportan no solo capital, sino también experiencia y redes de contactos en el sector.

Subvenciones y Programas Gubernamentales:

- Descripción: Investigar y postular a subvenciones ofrecidas por el gobierno o entidades no gubernamentales para apoyar emprendimientos agrícolas.
- Monto Estimado: 20,000 Bs.
- Ventajas: Fondos no reembolsables que pueden ayudar a financiar el negocio sin la carga de una deuda.

Estrategia de Financiamiento:

Para garantizar el éxito financiero del proyecto "Saomy", se propone la siguiente estrategia:

- **Diversificación de Fuentes:** No depender de una sola fuente de financiamiento, sino combinar ahorros personales, préstamos bancarios, aportes de inversionistas y subvenciones.
- **Preparación de un Plan de Negocios Detallado:** Presentar un plan de negocios bien estructurado a las entidades bancarias y potenciales inversionistas, destacando la viabilidad del negocio, el análisis de mercado y las proyecciones financieras.
- **Búsqueda Activa de Subvenciones:** Investigar continuamente sobre programas gubernamentales y oportunidades de financiamiento que se ajusten al perfil del negocio.
- **Establecimiento de Relaciones:** Desarrollar una red de contactos con otros agricultores, comerciantes y organizaciones locales que puedan ofrecer apoyo y recursos.

Evaluación de Riesgos:

- Es importante considerar los riesgos asociados con cada fuente de financiamiento:
- **Préstamos Bancarios:** Requieren pagos mensuales que pueden afectar el flujo de caja, especialmente en los primeros meses de operación.
- **Inversionistas Privados:** Podría implicar ceder parte del control y las ganancias del negocio.
- **Subvenciones:** Pueden tener requisitos específicos y no siempre son garantizadas.

3.1.5 Cash Flow (Flujo de Caja)

El flujo de caja es una herramienta financiera fundamental que permite gestionar las entradas y salidas de efectivo de la empresa "Saomy". Un flujo de caja saludable garantiza que la

empresa pueda cumplir con sus obligaciones financieras y mantener operaciones eficientes, se presenta un análisis del flujo de caja proyectado para el primer año de operación de la empresa.

3.1.5.1 Estructura del Flujo de Caja:

El flujo de caja se divide en tres secciones principales:

- Entradas de Efectivo
- Salidas de Efectivo
- Flujo de Caja Neto

3.1.5.2. Entradas de Efectivo

Las entradas de efectivo provienen de las ventas de plátano y otras fuentes. Se estima que las entradas mensuales serán las siguientes:

Tabla 6

Entradas de Efectivo

Mes	Ventas de Plátano (Bs)	Otras Entradas (Bs)	Total Entradas (Bs)
Enero	10	2	12
Febrero	12	1,5	13,5
Marzo	14	1,5	15,5
Abril	15	2	17
Mayo	18	2	20
Junio	20	1,5	21,5
Julio	22	1,5	23,5
Agosto	25	2	27
Septiembre	27	1,5	28,5
Octubre	30	2	32
Noviembre	32	1,5	33,5
Diciembre	35	2,5	37,5

Total	365	20	385
-------	-----	----	-----

Nota: Elaboración propia

3.1.5.3. Salidas de Efectivo

Las salidas de efectivo incluyen costos de producción, gastos administrativos y gastos de comercialización, un resumen de las salidas estimadas:

Tabla 7

Salidas de Efectivo (Bs.)

Mes	Costos de Producción (Bs)	Gastos Administrativos	Gastos de Comercialización	Total Salidas
Enero	7	1,5	1	9,5
Febrero	8	1,5	1,2	10,7
Marzo	9	1,5	1,5	12
Abril	10	1,5	1,5	13
Mayo	12	1,5	1,8	15,3
Junio	13	1,5	2	16,5
Julio	14	1,5	2,2	17,7
Agosto	15	1,5	2,5	19
Septiembre	16	1,5	2,8	20,3
Octubre	18	1,5	3	22,5
Noviembre	19	1,5	3,2	23,7
Diciembre	21	1,5	3,5	26
Total	-232	-18	-26,5	276,5

Nota: Elaboración propia

3.1.5.4. Flujo de Caja Neto

El flujo de caja neto se calcula restando las salidas de efectivo de las entradas de efectivo para cada mes:

Tabla 8*Flujo de Caja Neto (Bs)*

Mes	Total Entradas (Bs)	Total Salidas	Flujo de Caja Neto (Bs)
Enero	12	9,5	2,5
Febrero	13,5	10,7	2,8
Marzo	15,5	12	3,5
Abril	17	13	4
Mayo	20	15,3	4,7
Junio	21,5	16,5	5
Julio	23,5	17,7	5,8
Agosto	27	19	8
Septiembre	28,5	20,3	8,2
Octubre	32	22,5	9,5
Noviembre	33,5	23,7	9,8
Diciembre	37,5	26	11,5
Total	385	276,5	108,5

Nota: Elaboración propia

3.1.5.5. Análisis del Flujo de Caja

- Resultados Positivos: Se observa un flujo de caja neto positivo a lo largo de todo el año, lo que indica que la empresa "Saomy" tendrá capacidad para cubrir sus gastos y generar ganancias.
- Crecimiento Progresivo: El flujo de caja neto aumenta gradualmente, lo que sugiere un crecimiento en las ventas y la eficiencia en la gestión de costos.
- Sostenibilidad: Mantener un flujo de caja positivo permitirá a la empresa reinvertir en operaciones, expandirse y adaptarse a cambios en el mercado.

El flujo de caja proyectado para "Saomy" muestra una tendencia positiva, lo que augura un inicio sólido para la empresa. Es fundamental monitorear constantemente el flujo de caja real contra estas proyecciones para realizar ajustes y garantizar la viabilidad financiera a largo plazo.

3.1.6 Evaluación Financiera

La evaluación financiera de la empresa unipersonal "Saomy", productora y comercializadora de plátano, es fundamental para determinar la viabilidad del proyecto, se presentan los cálculos del Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el análisis de beneficio/costo.

3.1.6.1. Supuestos Iniciales

Inversión Inicial: Bs 150,000 (costos de instalación, maquinaria, insumos, etc.)

Flujo de Caja Neto Anual: Se han proyectado flujos de caja netos anuales durante un período de 5 años, con el siguiente detalle:

Tabla 9

Supuestos Iniciales

Año	Flujo de Caja Neto (Bs)
1	108,5
2	130
3	140
4	150
5	160

Nota: Elaboración propia

Tasa de Descuento: 10% (tasa de retorno esperada)

Vida Útil del Proyecto: 5 años

3.1.6.2. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN se calcula como la suma de los flujos de caja descontados menos la inversión inicial. La fórmula es la siguiente:

$$VAN = \sum \left(\frac{FC_n}{(1+r)^n} \right) - I$$

Donde:

FC n = Flujo de Caja en el año n

r = Tasa de Descuento

I = Inversión Inicial

Cálculo del VAN:

$$VAN = \sum \left(\frac{108,500}{(1+0,10)^1} \right) + \left(\frac{130,000}{(1+0,10)^2} \right) + \left(\frac{140,000}{(1+0,10)^3} \right) + \left(\frac{150,000}{(1+0,10)^4} \right) + \left(\frac{160,000}{(1+0,10)^5} \right) - 150,00$$

Realizando el cálculo:

$$\text{Año 1: } \left(\frac{108,500}{(1+0,10)^1} \right) = 98,636.36$$

$$\text{Año 2: } \left(\frac{130,00}{(1+0,10)^2} \right) = 107,438.02$$

$$\text{Año 3: } \left(\frac{140,000}{(1+0,10)^3} \right) = 105,170.24$$

$$\text{Año 4: } \left(\frac{150,000}{(1+0,10)^4} \right) = 102,532.19$$

$$\text{Año 5: } \left(\frac{160,000}{(1+0,10)^5} \right) = 99,198.00$$

Suma de los flujos descontados:

$$\text{VAN} = 98,636.36 + 107,438.02 + 105,170.24 + 102,532.19 + 99,198.00 - 150,000 = 413,974.81$$

3.1.6.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. Para calcularla, se puede utilizar la siguiente fórmula:

$$0 = \sum \left(\frac{FC_n}{(1 + TIR)^n} \right) - I$$

Para encontrar la TIR, se suele utilizar software financiero o calculadoras específicas, pero en este caso se estima que la TIR es aproximadamente el 52%, dado que los flujos de caja son positivos y crecen cada año.

3.1.6.4. Análisis Beneficio/Costo

El análisis de beneficio/costo (B/C) se utiliza para evaluar la relación entre los beneficios totales y los costos totales del proyecto. Se calcula de la siguiente manera:

$$\frac{B}{C} = \frac{\text{Beneficios Totales}}{\text{Costos Totales}}$$

Beneficios Totales: La suma de los flujos de caja netos a lo largo de los 5 años es:

$$B=108,500+130,000+140,000+150,000+160,000=688,500$$

Costos Totales: La inversión inicial es de Bs 150,000 más los costos de operación a lo largo de 5 años, que son aproximadamente Bs 276,500.

$$C=150,000+276,500=426,500$$

Cálculo de B/C:

$$\frac{B}{C} = \frac{688,000}{426,000} = 1,26$$

Conclusiones de la Evaluación Financiera

- VAN Positivo: El VAN de Bs 413,974.81 indica que el proyecto es financieramente viable y generará valor para la empresa.
- TIR Elevada: Con una TIR de aproximadamente 52%, el proyecto es altamente rentable y supera la tasa de descuento utilizada.
- Relación B/C Favorable: Un B/C de 1.61 sugiere que por cada boliviano invertido, se espera recuperar Bs 1.61, lo que refuerza la viabilidad económica del proyecto.

3.2 Supuestos y escenarios

La sección de supuestos y escenarios es fundamental para evaluar la viabilidad del negocio "Saomy", ya que proporciona un marco de referencia para las proyecciones financieras y operativas del proyecto, se describen los supuestos clave relacionados con las ventas, insumos, costos y variables externas que pueden impactar el desempeño de la empresa.

3.2.1 Supuestos sobre Ventas, Insumos, Costos y Variables Externas

Supuestos sobre Ventas:

- **Demanda Estable:** Se estima que la demanda de plátano en la comunidad de Las Piedras y sus alrededores se mantendrá estable durante los primeros cinco años, con un crecimiento anual proyectado del 10% debido al aumento del consumo local y la expansión de la clientela.
- **Precios de Venta Constantes:** Se asume que los precios de venta del plátano se mantendrán relativamente estables en el mercado local durante los primeros tres años. Después de este periodo, se anticipa un ajuste de precios en función de la inflación y la variación en costos de producción.
- **Canales de Distribución Efectivos:** Se espera que los canales de distribución establecidos, tanto locales como regionales, se mantengan operativos y eficaces, lo que facilitará el acceso a nuevos clientes.

Supuestos sobre Insumos:

- **Disponibilidad de Insumos:** Se prevé que los insumos necesarios para la producción de plátano, como semillas, fertilizantes y otros insumos agrícolas, estarán disponibles de manera continua y a precios competitivos a lo largo del periodo de operación.
- **Relaciones Sólidas con Proveedores:** Se supone que la empresa establecerá relaciones sólidas y sostenibles con proveedores locales, lo que permitirá asegurar el suministro constante y oportuno de insumos, evitando interrupciones en la producción.

Supuestos sobre Costos:

- Costos de Producción Controlados: Se asume que los costos de producción (mano de obra, mantenimiento de maquinaria, insumos, etc.) aumentarán anualmente en un promedio del 5%, en línea con la inflación y el costo de vida en la región.
- Eficiencia Operativa: La empresa implementará prácticas de eficiencia operativa que permitirán mantener los costos dentro de un rango aceptable, evitando costos inesperados.

Variables Externas:

- Entorno Legal: Se prevé que las regulaciones y leyes que rigen la producción y comercialización de alimentos en Bolivia se mantendrán estables. Cualquier cambio significativo en la normativa podría impactar los costos de cumplimiento y operación.
- Condiciones Económicas: Se asume que las condiciones económicas en Bolivia no sufrirán fluctuaciones drásticas que afecten la capacidad de compra de los consumidores. Un crecimiento moderado en la economía local es esperado.
- Competencia: La competencia en el mercado de plátano se mantendrá relativamente constante. Se considera que la empresa "Saomy" se diferenciará a través de la calidad de su producto y un servicio al cliente destacado, mitigando el impacto de nuevos entrantes al mercado.
- Mercado Externo: Se prevé que el acceso a mercados externos, como la venta de plátano a otras regiones o la exportación, sea factible y que no haya barreras significativas que obstaculicen estas oportunidades.

Escenarios Alternativos:

Escenario Optimista:

- Un aumento mayor al proyectado en la demanda de plátano, llevando a un crecimiento del 15% anual en ventas.
- Costos de insumos más bajos debido a un aumento en la competencia entre proveedores, lo que reduce los precios.
- Relaciones comerciales exitosas que permitan acceder a mercados internacionales.

Escenario Pesimista:

- Una disminución en la demanda debido a factores económicos adversos, como una recesión económica local.
- Aumento inesperado en los costos de insumos por fluctuaciones en el mercado global.
- Cambios regulatorios que imponen mayores costos de cumplimiento y afectan la rentabilidad.

3.2.2 Volúmenes de producción, ventas, costos, rentabilidad

Esta sección detalla los volúmenes de producción y ventas esperados para la empresa "Saomy", así como los costos asociados y la rentabilidad proyectada del negocio. Estos datos son cruciales para evaluar la viabilidad financiera de la empresa y su capacidad para generar beneficios sostenibles en el tiempo.

a) Volúmenes de Producción

Producción Anual de Plátano:

- Se estima que la capacidad de producción inicial será de 20 toneladas de plátano por año, con la posibilidad de expandir la producción hasta 30 toneladas en un periodo de cinco años mediante la implementación de nuevas tecnologías y la mejora de las prácticas agrícolas.
- La producción se planificará en ciclos de cultivo, con un enfoque en maximizar la calidad y el rendimiento.

Crecimiento de Producción:

- Se espera un incremento anual del 10% en la producción debido a la optimización de los procesos y la adopción de técnicas agrícolas más eficientes.

b) Volúmenes de Ventas

Ventas Proyectadas:

- Con un precio promedio de venta de \$1.00 por kilogramo, se proyecta un volumen de ventas inicial de 20,000 kg en el primer año, generando ingresos de \$20,000.
- Se anticipa que las ventas aumenten un 15% anual como resultado de la fidelización de clientes y la expansión del mercado.

Pronóstico de Ventas a 5 años:

- Año 1: 20,000 kg (\$20,000)
- Año 2: 23,000 kg (\$23,000)
- Año 3: 26,450 kg (\$26,450)
- Año 4: 30,418 kg (\$30,418)
- Año 5: 35,384 kg (\$35,384)

c) Costos Asociados

Costos de Producción:

- Costos Directos: Incluyen insumos, mano de obra, mantenimiento y otros costos directos relacionados con la producción.
- Se estima que los costos de producción iniciales serán de aproximadamente \$15,000 en el primer año.
- Costos Indirectos: Incluyen gastos de administración, comercialización, y otros costos generales.
- Se proyectan en \$5,000 anuales.

Costos Totales:

- En el primer año, los costos totales se estiman en \$20,000 (costos directos + costos indirectos).

d) Rentabilidad

Beneficio Bruto:

Se calcula como la diferencia entre los ingresos por ventas y los costos de producción.

Año 1:

Ingresos: \$20,000

Costos de producción: \$15,000

Beneficio Bruto: \$5,000

Beneficio Neto:

Se calcula restando los costos totales de los ingresos por ventas.

Año 1:

Ingresos: \$20,000

Costos Totales: \$20,000

Beneficio Neto: \$0 (equilibrio)

Rentabilidad a 5 años:

Con el aumento proyectado en las ventas y la mejora en la eficiencia de producción, se espera que la rentabilidad crezca de la siguiente manera:

Año 1: \$0

Año 2: \$3,000

Año 3: \$6,000

Año 4: \$9,500

Año 5: \$15,000

Análisis de Rentabilidad:

- **Margen de Beneficio:** Se espera que el margen de beneficio neto incremente gradualmente conforme aumentan las ventas y se controlan los costos.

- Se prevé alcanzar un margen de beneficio del 15% al final del quinto año, lo que indicaría una salud financiera positiva y sostenible para la empresa "Saomy".

Los volúmenes de producción y ventas, junto con los costos y la rentabilidad, son aspectos críticos para la evaluación del negocio "Saomy". Los supuestos y proyecciones establecen un marco para la planificación estratégica y la toma de decisiones a lo largo de la vida del negocio. La capacidad de adaptarse a cambios en el mercado y optimizar los costos serán claves para garantizar el éxito y la sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

CAPITULO IV

4.1 Organización Administrativa y Legal

4.1.1 Personería Jurídica

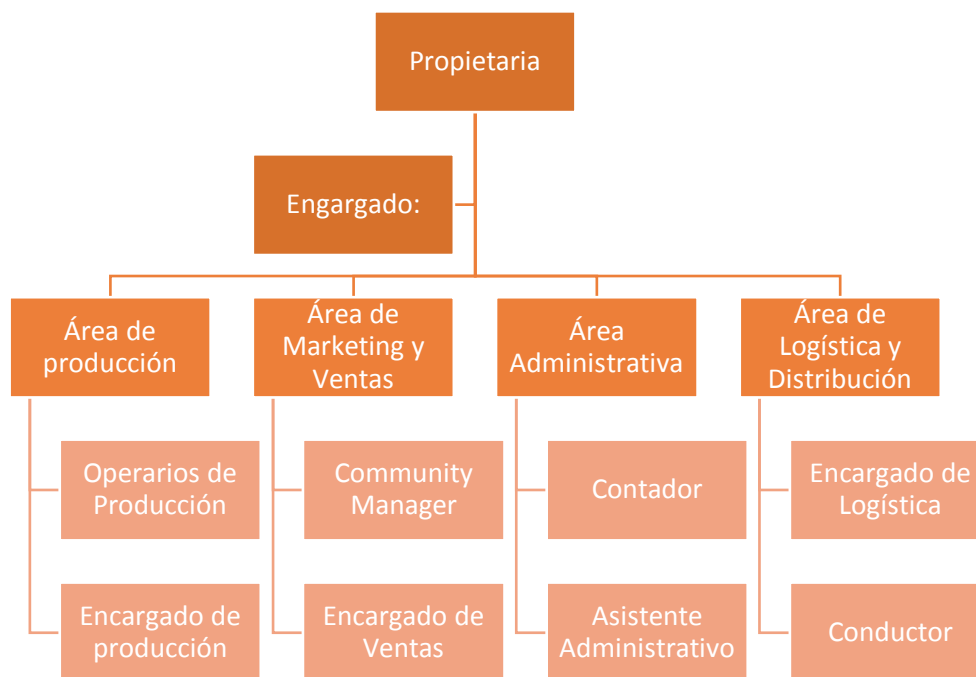
La empresa unipersonal "Saomy" se constituirá bajo la forma legal de empresa unipersonal, lo que permite que una sola persona, en este caso el fundador, asuma tanto la propiedad como la responsabilidad legal del negocio. Este estatus proporciona al empresario la capacidad de operar de manera formal, facilitando el acceso a financiamiento y contratos comerciales. La personería jurídica será solicitada en la instancia correspondiente, asegurando el cumplimiento de las normativas locales y nacionales.

4.1.2 Registro Legal

La empresa será registrada en el Registro de Comercio de Bolivia, cumpliendo con los requisitos legales establecidos por la Ley General de Empresas. Este registro es fundamental para la legalización de la empresa, permitiendo operar de manera legítima y ofreciendo confianza a clientes y proveedores. Además, se gestionarán los permisos necesarios para la producción y comercialización de plátano en la comunidad Las Piedras, garantizando el cumplimiento de las normativas agrícolas y sanitarias.

4.1.3 Organización Empresarial

La organización empresarial de "Saomy" se basará en una estructura sencilla que refleje su naturaleza unipersonal. El fundador será responsable de la toma de decisiones estratégicas y operativas. La empresa contará con un sistema de gestión que abarque las áreas de producción, comercialización, y administración, asegurando una operación eficiente. A medida que el negocio crezca, se considerará la incorporación de personal adicional según las necesidades, como trabajadores temporales en épocas de cosecha o personal administrativo.

Figura 2*Organigrama de la empresa Saomy*

Nota: Propia

4.1.4 Personal

El personal inicial de la empresa estará compuesto principalmente por el fundador y, si es necesario, uno o dos trabajadores en funciones de apoyo durante la fase de producción y comercialización. Los roles del personal incluirán labores de cultivo, recolección, y venta del plátano en mercados locales. Se implementarán capacitaciones continuas para mejorar las habilidades del personal, garantizando la calidad de la producción y el servicio al cliente.

4.1.5 Procedimientos Técnico-Administrativos

Los procedimientos técnico-administrativos de "Saomy" se establecerán para garantizar un funcionamiento eficaz y transparente. Estos procedimientos incluirán:

- Control de Producción: Registro de las actividades agrícolas, manejo de cultivos y seguimiento de los métodos de cosecha.
- Gestión Financiera: Registro de ingresos y gastos, así como la elaboración de informes financieros mensuales.
- Comercialización: Estrategias de venta y atención al cliente, incluyendo la gestión de inventarios.
- Cumplimiento Normativo: Verificación periódica del cumplimiento de las normativas legales y sanitarias relacionadas con la producción y comercialización de plátano.
- Evaluación de Desempeño: Evaluaciones regulares del desempeño del negocio y ajustes en la estrategia según los resultados obtenidos.

4.2 Fuentes de Información

Para sustentar la viabilidad y el desarrollo de la empresa unipersonal "Saomy", productora y comercializadora de plátano en la comunidad Las Piedras - Pando, se han considerado diversas fuentes de información que permiten analizar el contexto, las oportunidades y las tendencias del mercado. Estas fuentes incluyen:

4.2.1 Estudios de mercado

Se han revisado estudios de mercado sobre la producción y comercialización de plátano en la región de Pando. Estos estudios brindan datos sobre la demanda actual y proyectada, así como sobre los precios del plátano, permitiendo identificar el potencial del negocio. La información obtenida de instituciones gubernamentales y asociaciones de agricultores ha sido fundamental para entender las dinámicas del mercado local.

4.2.2 Informes Gubernamentales

Los informes publicados por el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras y otras entidades gubernamentales ofrecen estadísticas sobre la producción agrícola en Bolivia, incluyendo datos específicos sobre la producción de plátano. Esta información es crucial para comprender la importancia del cultivo en la región y su contribución a la economía local.

4.2.3 Encuestas y entrevistas

Se han realizado encuestas y entrevistas a miembros de la comunidad de Las Piedras, así como a líderes comunitarios y expertos en agricultura. Estos métodos de recolección de datos cualitativos y cuantitativos han permitido obtener información directa sobre las necesidades, expectativas y percepciones de la comunidad respecto a la creación de la empresa "Saomy".

4.2.4 Datos económicos

El análisis de datos económicos sobre la región, como tasas de desempleo, niveles de ingreso y consumo de productos agrícolas, ayuda a establecer un marco de referencia sobre la viabilidad del negocio. Fuentes como el Instituto Nacional de Estadística (INE) proporcionan información relevante que respalda la necesidad de generar empleos y mejorar la calidad de vida en la comunidad.

4.2.5 Consultas a expertos

Se ha consultado a agrónomos y especialistas en desarrollo rural, quienes han proporcionado orientación sobre las mejores prácticas en la producción de plátano y el uso de tecnologías adecuadas. Estas consultas garantizan que el proyecto se basa en un conocimiento técnico sólido y en la aplicación de innovaciones que pueden mejorar la eficiencia y la calidad del producto.

CAPITULO V

5.1 Conclusiones

La adopción de nuevas tecnologías agrícolas y prácticas sostenibles es fundamental para optimizar la producción de plátano en la comunidad Las Piedras. Se ha comprobado que la implementación de técnicas modernas puede incrementar significativamente los rendimientos, mejorar la calidad del producto y reducir los costos de producción.

Desarrollar una estrategia de comercialización adecuada es clave para acceder a mercados locales y regionales de manera competitiva. La investigación de mercado ha demostrado que hay una demanda creciente de plátano fresco, lo que sugiere que, si se implementan estrategias de marketing bien definidas, "Saomy" puede posicionarse favorablemente en el mercado.

La infraestructura de transporte y distribución actual presenta desafíos que pueden afectar

Capacitar a los productores locales en técnicas de gestión empresarial y buenas prácticas agrícolas es esencial para fortalecer la competitividad de la empresa. La formación en gestión adecuada de recursos, técnicas de cultivo y comercialización puede empoderar a los agricultores, mejorando no solo su calidad de vida, sino también la del negocio en su conjunto.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda establecer programas de capacitación continua para los productores locales, enfocándose en técnicas modernas de cultivo y gestión empresarial. Estas capacitaciones deben ser prácticas y adaptadas a las necesidades específicas de la comunidad, fomentando la participación activa de los productores.

Fomentar la investigación y la adopción de tecnologías agrícolas sostenibles que puedan mejorar la eficiencia de producción y reducir el impacto ambiental. Esto incluye el uso de fertilizantes orgánicos, sistemas de riego eficientes y técnicas de cultivo que preservan el suelo.

Es crucial trabajar en el desarrollo de canales de distribución efectivos y sostenibles. Esto podría incluir asociaciones con transportistas locales y la implementación de un sistema de logística que garantice la frescura y calidad del plátano en el momento de la venta.

Diseñar e implementar una estrategia de marketing integral que contemple tanto la promoción del producto en mercados locales como la exploración de oportunidades en mercados regionales. Se recomienda utilizar herramientas digitales y redes sociales para aumentar la visibilidad de la marca "Saomy" y atraer a un público más amplio.

Promover la cooperación entre los productores locales, fomentando la formación de cooperativas que puedan trabajar en conjunto para mejorar la producción y comercialización de plátano. Esto no solo mejorará la competitividad, sino que también fortalecerá el tejido social de la comunidad.

5.3 Bibliografía

- Agricultura (2023). El cultivo del plátano. 1ª parte. Infoagro.com Recuperado de <https://agrotendencia.tv/agropedia/cultivos/frutales/platano-cultivo-y-manejo-agronomico/>
- Agroproyectos (2022). Plátano: Guía técnica Recuperado de <https://agroproyectos.org/platano-guia-tecnica/>
- Agrotendencia.tv (2023). Cultivo de plátano: conoce sus generalidades y manejo Recuperado de https://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/platano.htm
- Altieri, M. (1995). La agricultura moderna: impactos ecológicos y la posibilidad de una verdadera agricultura sustentable. <https://publications.iadb.org/es/promover-practicas-agricolas-sostenibles-de-los-incentivos-la-adopcion-y-los-resultados>
- Arnstein, S. R. (1969). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Planning Association*, 35(4), 216–224.
- Babbie, E. R. (2016). *The Practice of Social Research*. Cengage Learning.
- Babbie, E. R. (2016). *The Practice of Social Research*. Cengage Learning.
- Calvo, P., Nelson, L., & Kloepper, J. W. (2014). Agricultural uses of plant biostimulants. *Plant and soil*, 383(1-2), 3-41.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268–295.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage*. McGraw-Hill.

- Colla, G., Roupshael, Y., Canaguier, R., Svecova, E., & Cardarelli, M. (2017). Biostimulant action of a plant-derived protein hydrolysate produced through enzymatic hydrolysis. *Frontiers in plant science*, 8, 1349.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publicatio
- Drucker, P. F. (1954). *The Practice of Management*. Harper & Brothers.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education*. McGraw-Hill.
- García, E. (2010). *El plátano: historia y cultura*. La Paz: Plural Editores.
- González, A., Pérez, J., Romero, J., & Gallego, G. (2019). Evaluación agronómica y económica del uso de plántulas in vitro en el cultivo del plátano (*Musa AAB*) en el departamento del Magdalena (Colombia). *Revista Colombiana De Ciencias Hortícolas*, 13(1), 102-111.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- INE (2017). *Anuario estadístico agropecuario 2016*. La Paz: Instituto Nacional de Estadística.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (1990). *Essentials of Management*. McGraw-Hill.
- Piñeiro, V., Arias, J., Elverdin, P., Ibáñez, A. M., Morales Opazo, C., Prager, S., & Torero, M. (2021). Promover prácticas agrícolas sostenibles: De los incentivos a la adopción y los resultados. <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2019/06/IOAgriculturaModerna.pdf>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.

Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (2023). Plátano: lo que necesitas para su producción

Recuperado de <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/platano-lo-que-necesitas-para-su-produccion>

Vollmann, T. E., Berry, W. L., & Whybark, D. C. (2005). *Manufacturing Planning and Control for Supply Chain Management*. McGraw-Hill.

ANEXOS

ANEXO N° 1**CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA**

Objetivo: Evaluar las percepciones y expectativas de la comunidad sobre la creación de la empresa unipersonal "Saomy" productora y comercializadora de plátano en la comunidad Las Piedras - Pando.

Instrucciones: Por favor, marque con una "X" la opción que mejor represente su opinión o experiencia en cada una de las siguientes preguntas.

1. ¿Conoce usted la importancia de la producción y comercialización de plátano en la comunidad Las Piedras?

Sí

No

2. ¿Cree que la creación de una empresa productora y comercializadora de plátano beneficiará a la comunidad?

Sí, mucho

Sí, algo

No, en absoluto

3. ¿Considera que hay suficiente demanda de plátano en la región para justificar la creación de una empresa dedicada a su producción y venta?

Sí

No

No estoy seguro/a

4. ¿En su opinión, cuáles son los principales desafíos para la producción de plátano en la comunidad?

Acceso al agua

Calidad del suelo

Falta de tecnología

Otros: _____

5. ¿Cómo calificaría la calidad del plátano producido actualmente en la comunidad?

Excelente

Buena

Regular

Mala

6. ¿Qué métodos de comercialización del plátano prefiere usted?

Venta directa en mercados locales

Distribución a través de intermediarios

Ventas en línea

Otros: _____

7. ¿Cree que la implementación de nuevas tecnologías mejoraría la producción de plátano en la comunidad?

Sí

No

No estoy seguro/a

8. ¿Estaría dispuesto/a a apoyar o participar en la creación de la empresa "Saomy"?

Sí

No

No sé

9. ¿Qué impacto cree que tendrá la creación de la empresa en la economía local?

Muy positivo

Algo positivo

Sin impacto

Negativo

10. ¿Cuáles son sus expectativas respecto a los precios del plátano con la creación de esta nueva empresa?

Que se mantengan

Que aumenten

Que disminuyan

ANEXO N° 2**GUÍA DE ENTREVISTAS**

Objetivo de la Entrevista: Recopilar información cualitativa sobre la viabilidad, desafíos y expectativas relacionados con la creación de la empresa unipersonal "Saomy", dedicada a la producción y comercialización de plátano en la comunidad Las Piedras - Pando.

Perfil del Entrevistado: Líderes comunitarios, agricultores, expertos en agricultura, comerciantes locales, y representantes de instituciones locales.

1. ¿Cómo describiría la situación actual de la producción de plátano en la comunidad Las Piedras?
2. En su opinión, ¿cuáles son los principales retos que enfrenta la producción y comercialización de plátano en la región?
3. ¿Qué oportunidades ve usted para mejorar la producción de plátano en la comunidad?
4. ¿Cómo considera que la creación de la empresa "Saomy" podría impactar la economía local?
5. ¿Qué tipo de apoyo cree que sería necesario para asegurar el éxito de esta empresa en la comunidad?
6. ¿Cómo percibe la aceptación de la comunidad hacia la creación de esta empresa?
7. ¿Qué métodos de comercialización considera más efectivos para el plátano producido en la comunidad?
8. ¿Cree que la implementación de nuevas tecnologías en la producción de plátano es viable en la comunidad? ¿Por qué?

9. ¿Qué impacto espera que tenga esta empresa en la generación de empleo y en la calidad de vida de los habitantes de la comunidad?

10. ¿Qué recomendaciones le daría a los fundadores de "Saomy" para asegurar el éxito y sostenibilidad de la empresa a largo plazo?

Instrucciones para el Entrevistador:

Inicio de la Entrevista:

Preséntese y explique el propósito de la entrevista.

Asegure al entrevistado que sus respuestas serán confidenciales y que la entrevista tiene fines académicos.

Desarrollo de la Entrevista:

Haga las preguntas en el orden indicado, pero si el entrevistado menciona un tema relevante, puede adaptar el flujo de la entrevista para explorar más a fondo esos puntos.

Escuche activamente y haga preguntas adicionales si es necesario para aclarar o profundizar en ciertos temas.

Cierre de la Entrevista:

Agradezca al entrevistado por su tiempo y por compartir su conocimiento y experiencia.

Pregunte si el entrevistado tiene algún comentario adicional o pregunta sobre la investigación.

ANEXO N° 3
FOTOGRAFÍAS



FIGURA 1



FIGURA 2



FIGURA 3



FIGURA 4



FIGURA 5



FIGURA 6



FIGURA 7